

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ**

**ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(НИУ «БелГУ»)**

ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВЕННЫХ НАУК И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ  
КАФЕДРА КОММУНИКАТИВИСТИКИ, РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**PR-СОПРОВОЖДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ  
(НА ПРИМЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МУЗЫКАЛЬНОГО ФЕСТИВАЛЯ  
BELGORODMUSICFEST «БОРИСЛАВ СТРУЛЁВ И ДРУЗЬЯ»  
БЕЛГОРОДСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИЛАРМОНИИ)**

Выпускная квалификационная работа

студента по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
очной формы обучения группы 10001515  
Абразумовой Аделины Александровны

Научный руководитель:  
кандидат филологических  
наук, доцент кафедры  
коммуникативистики, рекламы  
и связей с общественностью  
И.В.Микулина

БЕЛГОРОД 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
<b>ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ</b>	
МЕРОПРИЯТИЙ.....	7
1.1. Понятие и сущность PR-сопровождения.....	7
1.2. Основная цель и технологии PR-сопровождения .....	11
1.3. Характеристика этапов проведения PR-сопровождения .....	18
Выводы к главе I.....	23
<b>ГЛАВА II. АНАЛИЗ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛГОРОДСКОЙ</b>	
<b>ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИЛАРМОНИИ (В РАМКАХ</b>	
<b>МЕРОПРИЯТИЯ) .....</b>	
МЕРОПРИЯТИЯ) .....	25
2.1. Направления деятельности организации.....	25
2.2. PR-сопровождение фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и	
друзья» .....	30
2.2.1. Анализ сайта фестиваля.....	30
2.2.2. PR в печатных СМИ и информационных порталах .....	32
2.2.3. PR на радио и телевидении .....	35
2.2.4. PR в социальных сетях .....	36
2.3. Оценка эффективности и общие рекомендации по PR-сопровождению	
фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» .....	38
Выводы к главе II .....	45
Заключение .....	47
Список использованных источников .....	50
Приложения .....	58

## ВВЕДЕНИЕ

В современном медиапространстве сложно быть замеченным без должным образом организованного PR-сопровождения. Как и любая организация, учреждение культуры испытывает необходимость в планомерном и долгосрочном развитии. Все чаще учреждению культуры приходится не только заботиться о повышении качества собственных услуг, но и обращать внимание на формирование положительного образа, продвижение имиджа, повышение узнаваемости учреждения среди своей целевой аудитории.

В основе PR-сопровождения лежит двусторонняя связь организации и широкой общественности, специфика данного взаимодействия представляет собой достаточно сложный и многоуровневый процесс. PR-сопровождение деятельности организации представляет собой комплекс мероприятий в области коммуникаций, направленный на развитие и поддержание бренда организации, обеспечение постоянного присутствия в информационном поле, повышение уровня доверия и узнаваемости организации. PR-сопровождение учреждений культуры прежде всего должно быть направлено на управление ресурсами и информационное сопровождение для наиболее оптимального взаимодействия учреждений и целевых групп.

Таким образом, **актуальность темы данного исследования** определяется большой ролью PR-сопровождения в продвижении услуг учреждений культуры в условиях высокой информационной конкуренции. Особую актуальность исследованию придает тот факт, что на данный момент PR-сопровождение остается теоретически мало разработанной темой. Исследование данной проблемы позволит более детально разобраться в способах воздействия на общественное мнение, и предложить эффективные методы PR-сопровождения деятельности учреждений культуры.

**Объектом исследования** выступает PR-сопровождение учреждений культуры.

**Предмет исследования** – инструменты и технологии, реализуемые в процессе PR-сопровождения VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».

**Цель исследования** – выявление особенностей реализации PR-сопровождения в процессе продвижения учреждений культуры (в рамках мероприятия).

Поставленная цель определяется через реализацию следующих **задач**:

- охарактеризовать понятие «PR-сопровождение»;
- определить главную цель и технологии PR-сопровождения;
- охарактеризовать основные этапы проведения PR-сопровождения;
- рассмотреть основные направления деятельности Белгородской государственной филармонии;
- проанализировать специфику PR-сопровождения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»;
- дать оценку эффективности и сформулировать общие рекомендации по PR-сопровождению фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».

**Теоретическую базу исследования составили** труды отечественных и зарубежных авторов, прямо или опосредованно посвященных проблеме PR-сопровождения: Л.Г. Безумовой, Е.А. Блажнова, С. Блэка, С.Л. Бровко, Д.П. Гавра, М.В. Каймакова, О.В. Климовой, В.Г. Королько, Л.К. Плюсниной, Ф.И. Шаркова, Д.П. Шишкина, Е.Ю. Щуревич и др.

Специфике использования инструментов и технологий PR-сопровождения посвящены труды таких исследователей, как: Р.С. Амиров, И.А. Барышев, Т.А. Воробьева, В.А. Кокина, Р. А. Петросян, Е.А. Плешакова, О.В. Сулина, О.Г. Филатова, О.Г. Филатова, А.И. Фокин, Е.А. Худоренко и пр.

**Эмпирическую базу исследования составили** рекламные и PR-материалы Белгородской государственной филармонии, публикации в печатных изданиях и на информационных порталах, видеосюжеты, радиорепортажи, а также печатные материалы (афиши, плакаты, листовки), посвященные VIII

международному фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Общее количество проанализированных материалов составило 295 единиц, из них: 60 печатных материалов; 22 видеосюжета; 3 радиорепортажа; 210 постов в сети Интернет.

**Методы исследования.** Для достижения цели и решения поставленных задач были использованы следующие методы: теоретического обобщения; научного описания, реализованный приемами наблюдения, сравнения, обобщения и интерпретации эмпирического материала; контент-анализ, метод графического представления результатов исследования.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что в работе предпринимается попытка определения сущности PR-сопровождения, предлагается авторская формулировка термина. Результаты данного исследования могут быть полезны при проведении новых исследований в области PR.

**Практическая значимость** данной работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы с целью совершенствования PR-сопровождения не только последующих фестивалей Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья», но и аналогичных культурных событий.

**Структура исследования** включает введение, две главы, заключение, список использованной литературы (61 наименование). Исследование содержит 2 таблицы, 2 рисунка, а также 13 приложений.

**Первая глава «Теоретические аспекты PR-сопровождения мероприятий»** посвящена выявлению сущности PR-сопровождения, специфики реализации его основных этапов, а также методам, инструментам и технологиям, применяемым в процессе сопровождения культурных мероприятий.

**Во второй главе «Анализ PR-деятельности Белгородской государственной филармонии (в рамках мероприятия)»** проанализированы основные инструменты и технологии PR-сопровождения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Проведен контент-анализ

публикаций, посвященных фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья», вышедших в СМИ в рамках PR-сопровождения. Также определены основные направления совершенствования PR-сопровождения.

## **ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ PR-СОПРОВОЖДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ**

### **1.1. Понятие и сущность PR-сопровождения**

В современном медиа пространстве особую актуальность приобретает прочно укрепившаяся и активно развивающаяся специализированная деятельность – связи с общественностью. Множество специалистов уделяют внимание различным проявлениям и аспектам данной деятельности, однако до сих пор остаются незаполненными пробелы в теоретической базе, в том числе и в понятийном аппарате. На сегодняшний день в научной литературе имеется большое количество формулировок термина «связей с общественностью», «ПР», «Public relation» (далее – PR). Справочный лексикон «Политология» определяет PR следующим образом: «PR – это специализированная деятельность государственных и иных организаций, обеспечивающих установление взаимопонимания и доброжелательности между организациями, в том числе правительственными, а также людьми и социальными группами» [Лукиева, 2009: 16]. Отметим, что ряд исследователей рассматривают PR как «систему, предполагающую длительную деятельность по улучшению взаимоотношений между организацией (фирмой) и общественностью, а также с теми, кто вступает с ней в деловой контакт как внутри, так и за ее пределами» [Синяева, 2010: 24]. Таким образом, PR является значительной составляющей общегосударственной административной работы, призванной обеспечить понимание среди людей, образующих правящую и контролируемую подсистемы.

На данный момент ощущается недостаточная терминологическая разработка и отсутствие сущностной характеристики такого понятия, как «PR-сопровождение». Как подчёркивает О.В. Климова, исследование и систематизация лексики связей с общественностью позволяет обеспечить её более адекватное использование в современном социальном дискурсе [Климова, 2010]. В связи с недостаточной разработкой и отсутствием фундаментальных исследований понятия «PR-сопровождение» на данный момент значительно затруднено его использование в медиа-дискурсе.

В работе В.О. Сулиной, посвященной проблеме определения понятия и сущности PR-сопровождения приводится обширное библиографическое

исследование на предмет упоминания термина «PR-сопровождение» в научной, учебной и специализированной литературе. Автор исследования приходит к выводу, что частота употребления термина «PR-сопровождение» в фундаментальной литературе невелика [Сулина, 2011: 1].

Для правильного понимания понятия PR-сопровождения необходимо выработать его дефиницию и более точно определить элементы, входящие в его состав. Термин PR-сопровождение представлено в работах многих авторов, в том числе Т.А. Воробьевой, Е.А. Плешаковой, Н.К. Радиной, С.В. Радина и Е.А. Худоренко и др. По мнению Т.А. Воробьевой: «PR-сопровождение: это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа и повышение уровня узнаваемости компании (бренда, товара, услуги), что достигается посредством обеспечения ее максимально длительного присутствия в информационном поле инструментами и методами PR» [Воробьева, 2014: 76].

Каждая деятельность носит практический характер, который имеет конкретную цель и конечный результат, осуществляющийся в процессе коммуникации. В рамках работы О.Г. Филатовой, посвященной PR-поддержке социальных проектов, раскрывается сущность PR-сопровождения в качестве неотъемлемой деятельности любой компании или организации. Так, исследователь отмечает, что в рамках PR-сопровождения необходимо обеспечить постоянный мониторинг, направленный на выявление общественного мнения целевой аудитории, а также для прогнозирования путей развития компании [Филатова, 2013: 48].

Несколько обобщенную дефиницию предлагает Е.А. Плешакова. Так, по мнению исследователя, PR-сопровождение представляет собой рациональную организацию коммуникативных и организационных процессов [Плешакова, 2006: 4]. Аналогичный подход к определению демонстрирует Е.А. Худоренко, рассматривающая PR-сопровождение в качестве «работы по созданию, поддержанию, укреплению и продвижению имиджа корпорации» [Худоренко,



2005: 12]. К сожалению, все приведенные определения не могут дать исчерпывающего представления о сущности и специфике PR-сопровождения.

В рамках нашего исследования под *PR-сопровождением* мы понимаем комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа и повышения уровня узнаваемости предмета сопровождения, что достигается инструментами и методами PR, обеспечивающих максимально длительное присутствие в информационном поле. Отметим, что PR-сопровождение является одним из типов PR-кампании, а, следовательно, неотъемлемым звеном успешного функционирования любой организации. PR-сопровождение имеет практический характер и преследует долгосрочные перспективы.

Рассматривая специфику PR-сопровождения туристических компаний, Р.А. Петросян подчеркивает, что PR-сопровождение прежде всего направлено на формирование благоприятного имиджа и узнаваемых брендов, поддержания положительных репутаций с целью гармонизации внутренних и внешних PR-коммуникаций [Петросян, 2009: 7]. Исходя из вышесказанного, можно предположить, что одной из целей PR-сопровождения является формирование имиджа, поддержание репутации и повышение узнаваемости компании (бренда). Ряд исследователей подчеркивают, что PR-сопровождение прежде всего направлено на информирование населения, а также обеспечения доступности информации о деятельности организации [Воробьева, 2014; Плешакова, 2006]. Обобщая выше сказанное, можно выделить основные черты PR-сопровождения, а именно: комплексность, многообразие направлений и инструментов, опора на имидж организации, интеграция с ценностями организации, соответствие целям организации, долгосрочность. Охарактеризуем их:

– комплексность – целенаправленное и планомерное формирование и использование концепции взаимосвязанных элементов материальной и нематериальной среды, оказывающие большое влияние на объект PR-сопровождения;

- многообразие направлений и инструментов – совокупность всех применимых процедур, приемов и способов деятельности организации, направленных на увеличение информационной узнаваемости организации;
- опора на имидж организации – для правильного выстроенного PR-сопровождения стоит изучить все слабые и сильные стороны компании;
- интеграция с ценностями организации – набор определенных уставных целей организации, которые должны лежать в основе проведения любого PR-сопровождения;
- соответствие целям организации – профессионально выстроенное PR-сопровождение должно носить продуктивный характер и соотноситься с миссией и философией организации;
- долгосрочность – достижение PR-целей должно осуществляться при помощи специальных средств, рассчитанных на долгий период времени. Чаще всего он может длиться от трех месяцев до одного года.

Таким образом, PR-сопровождение включает в себя качественное предоставление услуг в сфере коммуникаций при помощи поддержки различных PR-технологий и инструментов. Иногда PR-сопровождение может выступать в качестве одного мероприятия, однако, на практике реализация PR-сопровождения носит долговременный и комплексный характер, включающий в себя большое количество разных направлений.

Стоит так же отметить, что PR-сопровождение обладает разнообразным количеством технологий: консультирование; построение взаимоотношений с органами правительства и лоббирования этих или других заинтересованных компаний или организаций; формирование официальной деловой репутации управляющего компанией; развитие и продвижение нужной информации среди предпринимательской и общественно-политической элиты; эффективное увеличение производительности маркетинговых кампаний организации.

Вышеприведенные характеристики PR-сопровождения имеют непосредственное отношение к такой основополагающей части деятельности по связям с общественностью, как PR-кампании.

Группа исследователей, среди них: Д.П. Шишкин, Д.П. Гавра, С.Л. Бровко рассматривают PR-кампанию в качестве «целенаправленной, системно организованной и завершенной совокупности операций, объединенных общим стратегическим замыслом, направленной на решение конкретной проблемы организации и осуществляемой субъектом PR на определенном этапе деятельности организации» [Шишкин, 2004: 3].

Таким образом, определяя сущностную характеристику PR-сопровождения можно прийти к выводу, что последнее представляет собой особый тип PR-кампаний, характеризующийся регламентируемым набором технологий и инструментов.

## **1.2. Основная цель и технологии PR-сопровождения**

Целью PR-сопровождения является организация специальными PR-средствами определенного мероприятия для целевой аудитории, партнеров, трейдеров, инвесторов, с целью формирования в их сознании благоприятного имиджа о компании в целом. Для достижения этой цели компания или специальное агентство, которое наняла организация, разрабатывает PR-стратегию, с помощью которой реализуется поддержка специализированных PR-технологий, также формируются дальнейшие PR-планы, подробно разбираются коммуникационные результаты предыдущих PR-проектов и выявляются сильные и слабые стороны компании [Гренёв, 2014: <http://>]. Для реализации цели специалист по PR дает рекомендации управляющему компании, разрабатывает PR-стратегию компании, полностью прописывая сценарий и воплощает его в жизнь. PR-специалист формирует и осуществляет PR-планы организации, исследует коммуникационные результаты, постоянно увеличивает собственный

опыт в сфере PR и непосредственно принимает участие во всех событиях (конкурсах, мастер-классах), а главное – непрерывно взаимодействует со СМИ. В результате достижения цели предприятие гарантировано увеличит нематериальные активы – паблисити.

Многие исследователи в области PR сходятся во мнении, что PR-сопровождение – это очень энергозатратная и кропотливая деятельность. Деятельность, в рамках которой устанавливаются продолжительные партнерские отношения. Технологии по PR-деятельности – стратегические и практические коммуникационные процессы, созданные с целью достижения взаимопонимания между организацией и разными группами общественности.

По мнению исследователя Т.А. Воробьевой, PR-сопровождение включает в себя широкий перечень технологий, основными из которых можно выделить: 1) мониторинг СМИ; 2) конструирование информационного повода; 3) формирование пула целевых СМИ; 4) организация и проведение мероприятий для представителей СМИ; 5) написание текстов; 6) организация и проведение различного рода мероприятий для целевых аудиторий; 7) информационное сопровождение в сети Интернет; 8) нейтрализация негатива [Воробьева, 2014: 79]. Безусловно, данный список не может считаться исчерпывающим, однако на данный момент перечень мероприятий, входящих в него, являются наиболее полными и научно обоснованными. Исходя из вышесказанного, считаем необходимым более подробно рассмотреть каждый из перечисленных пунктов.

1) *Мониторинг СМИ.* Мониторинг в бизнесе — это один из ключевых способов получения обратной связи с аудиторией через мнение СМИ. Посредством СМИ компании общаются с потребителем и через этот же канал они отслеживают тенденции на рынке, получают сведения о партнерах и конкурентах, сравнивают и анализируют свои позиции и отношение к себе в медиапространстве. По большому счету, задача мониторинга СМИ — не

пропустить информацию, важную для успешного ведения бизнеса, поддержания деловой репутации и имиджа.

Выбор СМИ для ежедневного мониторинга у большинства компаний совпадает. Это, прежде всего, ведущие деловые, экономические и общетематические издания. Кроме того, в последние годы сильно возросло значение ведомственной / корпоративной прессы.

Чаще всего мониторинг осуществляется по трем основным направлениям: 1) упоминания о компании-заказчике и ее персоналиях; 2) упоминания о конкурентах либо партнерах; 3) ситуация на рынке, а также мониторинг перспективных направлений, инноваций.

В 90% случаев клиенты предпочитают ежедневный мониторинг. Это объясняется, во-первых, крупностью компаний-заказчиков. Большие объемы информации, связанной с их деятельностью, требуют каждодневной обработки. Во-вторых, мониторинг максимально эффективен именно в ежедневном режиме: заказчик получает возможность влиять на оперативную деятельность компании, и величина расходов на исследование, как правило, становится вторичной по сравнению с важностью результата.

Таким образом, мониторинг – один из инструментов в работе специалиста по PR-сопровождению. Заказчики подают запрос по трем основным направлениям: деятельность пресс-службы, аналитика и стратегическое позиционирование компании. Отметим, что пресс-службе требуется отслеживать инициированные ею упоминания, быть готовой к обращениям журналистов и реакции рынка на информационный повод или событие.

Распространенные форматы предоставления результатов мониторинга: 1) пресс-клиппинг – подборка полнотекстовых материалов; 2) дайджест – отобранные сообщения в сокращенном и, как правило, упрощенном виде; 3) пресс-портрет – разовый заказ на подготовку справки о частоте появления компании / персоналии в информационном поле; 4) эссе – демонстрирует личное отношение автора к просмотренному массиву информации [Амиров, 2017: 99].

Как уже было сказано, одному и тому же заказчику для разных целей может предоставляться информация в различных форматах. Компании, осуществляющие мониторинг, оказывают и такую услугу, как анализ информационного поля (подготовка аналитических справок). Под анализом информационного поля чаще всего подразумевают статистический анализ полученных данных: сводное количество материалов, частота упоминаний и контекст, сравнение частоты упоминаний различных участников мониторинга (партнеры, конкуренты) и т. п. Такого рода аналитику не составит труда подготовить любому внешнему партнеру.

2) *Информационный повод*. Ключевым звеном любого PR-сопровождения является информационный повод. Информационный повод представляет собой событие социально значимого характера, которое инициируется субъектом PR для внесения информации в его коммуникационную среду [Киуру, 2012: 62]. Известный исследователь в области рекламы и связей с общественностью А. Басков дает такое определение: «Информационный повод – это событие, которое своей значимостью и экстравагантностью может заинтересовать читателя/зрителя/слушателя того или иного средства массовой информации газета/радио/телевидение, стать предметом обсуждения в ходе устных коммуникаций» [Басков, 2007: <http://>].

Зачастую создание информационных поводов – процесс заранее спланированный, сам же процесс создания инфоповодов должен обладать рядом особенностей:

актуальность – отображает вовлеченность целевой аудитории, здесь очень важно заинтересовать потребителей и позаботиться о том, чтобы продвигаемое мероприятие было в повестке дня;

масштабность – идеальный инфоповод должен быть интересен большому количеству участников и активно подхватываться различными видами СМИ;

значимость чем больше информационный повод будет выбиваться из череды обычных событий, тем больше внимания ему будут уделять СМИ и целевая аудитория;

интерпретация – главным аспектом в PR-сопровождении является получение ожидаемой и прогнозируемой реакции на мероприятие, а также формирование в сознании потребителя точного и правильного имиджа компании;

длительность – необходимо продлевать заинтересованность к объекту PR-сопровождения, для этого можно привязать мероприятие к наиболее значимому инфоповоду;

эмоции – изящный механизм в менеджменте: позитивная нацеленность информационного повода стимулирует общественность положительно отзываться и одобрять нынешнее положение организации на рынке [Быков, 2010: 172].

Наиболее популярными примерами информационных поводов являются получение компанией или ее руководящим лицом престижных наград на высоком уровне (почетные звания, премии, благодарственные письма, получение наград от губернаторов области), дни рождения или юбилеи самой компании (пример, кондитерская фабрика «Славянка» имени Н.К. Крупской в этом году отмечает свое 80-летие).

3) *Формирование пула целевых СМИ.* Создание медиакарты и выбор целевых СМИ зависит от следующих факторов: 1) целей компании; 2) географии ее деятельности; 3) среды функционирования организации; 4) степени ее информационной активности [Амиров, 2017: 101].

К примеру, если организация оказывает услуги на локальном рынке, ей нужны и важны местные издания. Когда она планирует, например, выйти на более широкий рынок, то изучает отрасль в целом и деятельность организаций, являющихся потенциальными партнерами или конкурентами. Если же выходит на зарубежный рынок, необходимо скорректировать список СМИ.

#### *4) Организация и проведение мероприятий для представителей СМИ.*

Среди мероприятий, организовываемых для представителей СМИ, наиболее значительными являются пресс-конференции, интервью и брифинги [Воробьева, 2014: 77].

Пресс-конференция – мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость. Организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии к этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности.

Интервью – это техника сбора информации, которая может быть опубликована или передана в эфир как новость или войти в сообщение, репортаж, комментарий [Киуру, 2012: 90]. Интервью может выступать как в качестве вспомогательной части журналистской работы, так и являться самостоятельным материалом. Интервью можно разделить на два подвида: интервью-сообщение, преследующее информационную цель, и интервью-мнение, комментирующее известные факты и события.

Брифинги – это плановое мероприятие, которое проводится с регулярной периодичностью и посвящается распространению текущей информации о деятельности организации или компании [Щитова, 2012: 149].

*5) Написание текстов.* Копирайтинг предполагает подготовку и написание пресс-релизов, репортажей, имиджевых статей, а также различных журналистских материалов.

Количество написанных и выпущенных пресс-релизов зависит от деятельности организации, ее инициатив и проектов. Необходимо постоянно поддерживать интерес и привлекать внимание к деятельности организации.

Как правило, оптимальное количество пресс-релизов – не более двух в неделю. Повысить их эффективность можно при помощи сегментации новостей. Отметим, что с журналистами следует общаться по поводу каждой действительно важной новости.



б) *Организация и проведение различного рода мероприятий для целевых аудиторий.* В зависимости от деятельности организации и её целевой аудитории возможно проведение таких мероприятий, как: экскурсии, дни открытых дверей, выставки, специальные предпоказы новейшего продукта, которые будут вызывать интерес у потенциальной аудитории. В рамках организации и проведения различного рода мероприятий необходимо правомерно рассматривать спонсорство, так как спонсорская деятельность дает возможность сохранить положительную репутацию о компании в сознании потребителей. Участие в благотворительных праздниках предоставляет компании шанс существенно повысить число информационных поводов и упоминаний в средствах массовой информации.

Следует отметить, что организация мероприятий должна проводиться как внутри компании (например, с целью мотивации персонала), так и вне её (массовые мероприятия: пресс-конференции, бизнес-тренинги).

7) *Информационное сопровождение в сети Интернет.* Взаимодействие с представителями прессы, а также с группами общественности на всевозможных площадках сети Интернет включает в себя такие направления, как: создание собственного интернет-сайта; ведение официальных аккаунтов в социальных сетях; размещение информации в онлайн-энциклопедиях; организация онлайн-конференций; общение с представителями прессы и представителями целевых аудиторий клиента на интернет-порталах, форумах; ведение корпоративных блогов и т. д. [Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба»: <http://>].

8) *Нейтрализация негатива.* Мониторинг высказываний и запросов пользователей в сети Интернет и своевременное реагирование на них является крайне важным инструментом для решения одной из задач PR-сопровождения. Интернет предоставляет прекрасную возможность для нейтрализации негативной информации. По мнению крупного американского политического консультанта Д. Морриса: «Единственный способ выйти из скандала без потерь

– это отвлечь внимание от него, создав более интересный и убедительный информационный повод» [Моррис, 2003: 52].

Таким образом, PR-сопровождение имеет свою цель и определенные технологии, а также содержит информационный повод, который интересен общественности. Стоит также отметить, что профессиональное, хорошо продуманное PR-сопровождение способно оказать колоссальную поддержку организации на любом этапе её существования.

### **1.3. Характеристика этапов проведения PR-сопровождения**

PR-сопровождение создает благодатную почву для рекламы, формирует в сознании у потребителей благоприятный образ для принятия ими положительного мнения об организации. PR-сопровождение должно быть грамотно и детально разработано, четко спланировано, а также оно должно осуществляться непрерывно до окончательного достижения намеченных целей.

Эффективное PR-сопровождение включает в себя пять составляющих:

- использование специальных PR-средств. Все PR-средства можно разделить на две большие категории. Первая категория – средства PR, которые передают входящую информацию (мониторинг телепередач, радиопередач, изучение общественного мнения, личные контакты и советы). Вторая – все те средства, которые передают исходящую информацию в массы (СМИ, выставки, пресс-конференции, рассылки пресс-релизов);
- разработанная концепция и план действий – тщательно продуманный план мероприятия, включая все его предвиденные и непредвиденные риски;
- временные рамки – любое PR-сопровождение вне зависимости от масштаба мероприятия рассчитывается на определенный период, оно может занимать время от одного месяца до нескольких лет в зависимости от основных целей проводимого мероприятия;

– комплексный характер – успешное PR-сопровождение должно опираться на основательно изученные сильные и слабые стороны компании, для успешного проведения мероприятий;

Структура PR-сопровождения. Английский ученый Сэм Блэк сформулировал определение понятия «структура PR-сопровождения», назвав ее системой «RACE» (от англ. «research» – исследование, «action» – действие, «communication» – коммуникация, «evaluation» – оценка) [Блэк, 1998: 35].

В PR-сопровождении выделяется несколько этапов: 1) подготовительный этап; 2) этап планирования; 3) этап реализации; 4) заключительный этап.

Рассмотрим указанные этапы более подробно:

*1) Подготовительный этап.* На данном этапе происходит обозначение задания, исследование целевой аудитории и заданной проблемы, создание основной рабочей группы.

Исследование проблемы – это процедура получения информации, установление суждений, настроений и поведенческих направлений групп общественности с целью дальнейшего планирования деятельности PR-служб.

Определение собственной целевой аудитории считается одной из наиболее значимых задач в PR-сопровождении. Немаловажным является не только четкое определение своей целевой аудитории, но также и представление её идеалов, интересов через привычные ей каналы коммуникации.

В связи с этим установление целевой аудитории содержит в себе ряд взаимосвязанных задач: разделение массовой аудитории на сегменты; выявление ценностей и идеалов для отдельного сегмента; установление каналов коммуникаций характерных, для любого сегмента.

Особая роль на данном этапе принадлежит определению проблемы; существуют ряд критериев для её формулировки. Необходимо ответить на вопрос «Что происходит сейчас, в определенный момент времени?». Необходимо выявить всех участников которые будут задействованы в предстоящем мероприятии. Постановка проблемы не должна иметь в виду

возможность решения – это делается на более позднем этапе (формулировка целей и задач PR-сопровождения) [Плюснина, 2007]. Отметим, что проблема должна быть связана с постановкой целей и задачей PR-сопровождения.

Полезным на этапе исследования PR-сопровождения может стать метод сбора и анализа документов или контент-анализ, с помощью которых можно выявить: доминирующую общественно-политическую и репортерскую направленность СМИ; провести анализ и сравнение СМИ; определить эмоциональную составляющую СМИ; согласно частоте упоминаний установить показатели известности СМИ; установить подход СМИ к организациям, процессам и основным медиаперсонам.

Как правило, исследование проблемы на подготовительном этапе происходит в нескольких направлениях, с применением различных способов; этот процесс имеет комплексный характер.

2) *Этап планирования.* На данном этапе происходит постановка задачи и целей для PR-сопровождения, определение основных методов и приемов для разработки мероприятия, согласование бюджета и утверждение медиа-плана. Основываясь на проведенном исследовании проблемы и выявленных сильных и слабых сторонах организации начинается PR-сопровождение предстоящего мероприятия. На данном этапе происходит формирование программы для всех участников PR-сопровождения, совместные действия которых должны привести к достижению целей. Отметим, что для эффективного планирования PR-сопровождения необходимо обеспечить согласованность действий между всеми подразделениями организации и оперативность принятия решений при подготовке и проведении мероприятия [Филатова, 2014].

Специалисты-практики, в частности Е.А. Плешакова, считают важным этап, предваряющий непосредственно реализацию PR-сопровождения, а именно: постановку целей и задач, формулирование желаемых результатов PR-сопровождения [Воробьева, 2014: 77]. Так, любое PR-сопровождение должно планироваться с учетом PR-стратегии компании: определение проблемы, целей

и задач (с помощью конкретных показателей определяется то, что должно быть достигнуто по окончании PR-сопровождения); прогнозирование всевозможных операций, определение основного инструментария; разработка технических решений; установление метода использования способов, позволяющих достичь цели наилучшим способом; определение методов оценки достижений [Шарков, 2016: 44-46].

«При планировании PR-сопровождения следует принимать во внимание трудность будущей кампании и событий, сопровождающих её» [Блажнов, 1994]. Конечным результатом планирования считается создание программного документа – общего проекта выполнения PR-сопровождения.

3) *Этап реализации.* На данном этапе происходит осуществление выработанного плана, при необходимости внесение корректив, устранение непредвиденных ситуаций. Крайне важно не допустить срыва в PR-сопровождении, для этого следует принять во внимание следующие требования:

- точное соблюдение плана и в то же время наблюдение (мониторинг) за внешними и внутренними обстоятельствами, для того чтобы своевременно скорректировать элементы проекта;
- координация работы в процессе PR-сопровождения;
- применение абсолютно всех существующих в компании средств и возможностей с целью увеличения воздействия на свою целевую аудиторию, как внешнюю, так и внутреннюю [Королько 2000].

При реализации PR-сопровождения подсчет времени играет самую важную роль. Фактор времени необходимо принимать во внимание при подготовке различных информационных материалов для средств массовой информации и для приглашения участников. Если мероприятие проводится с участием официального лица, то стоит позаботиться о приглашении заранее, так как график этой персоны может быть расписан на многие месяцы вперед. По этой причине на этапе реализации весьма значимой является заблаговременная рассылка приглашений для участников мероприятия и СМИ. Большую роль в

PR-сопровождении играет период его выполнения, продолжительность и дата проведения.

4) *Заключительный этап.* На данном этапе происходит анализ и оценка проведенной работы, составление общего отчета и дальнейшее прогнозирование. Оценка программы является заключительным этапом PR-сопровождения; она состоит из нескольких элементов: «анализ проделанной работы, ее содержательные итоги, написание отчета, пресс-клиппинг, оценка эффективности PR-кампании, оценка перспектив дальнейшей деятельности» [Быков 2003].

На этом этапе решаются следующие задачи:

- Выявление соответствия основных направлений PR-сопровождения общим целям коммуникационной политики компании.
- Установление результата для определенного итога компании.
- Обеспечение эффективности: начиная от подбора наиболее результативных средств и каналов коммуникаций и заканчивая общей разработкой целей PR-сопровождения.
- Распределение и фиксирование финансовых расходов для осуществления PR-сопровождения.
- Установление соответствия формы и содержания коммуникации морально-этическим требованиям.

Результатом PR-сопровождения организации считается увеличение роста публичного капитала – популярности фирмы и её продукции или услуг. Стабильное и правильно выстроенное PR-сопровождение может дать организации материально ощутимые результаты.

Таким образом, разработка PR-сопровождения включает в себя такие основные этапы, как исследование проблемы, планирование, реализацию и оценку проведенной работы. Все эти этапы в совокупности позволяют создать в представлении своей целевой аудитории благоприятный имидж.

## Выводы к главе I

PR-сопровождение представляет собой комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на формирование положительного имиджа и повышение уровня узнаваемости предмета сопровождения, что достигается инструментами и методами PR, которые обеспечивают максимально длительное присутствие в информационном поле. PR-сопровождение является одним из типов PR-кампании, неотъемлемым звеном успешного функционирования любой организации.

К основным чертам PR-сопровождения относятся: комплексность; многообразие направлений и инструментов; опора на имидж организации; интеграция с ценностями организации; соответствие целям организации; долгосрочность.

Целью PR-сопровождения является создание специальными PR-средствами определенного мероприятия для целевой аудитории, партнеров, трейдеров, инвесторов с целью формирования в их сознании благоприятного имиджа компании в целом.

PR-сопровождение включает в себя широкий перечень мероприятий: 1) мониторинг СМИ; 2) создание информационных поводов; 3) формирование пула целевых СМИ; 4) организация и проведение мероприятий для представителей СМИ; 5) написание текстов; 6) организация и проведение различного рода мероприятий для целевых аудиторий; 7) информационное сопровождение в сети Интернет; 8) нейтрализация негатива.

Полноценное PR-сопровождение включает следующие этапы: 1) подготовительный этап; 2) этап планирования; 3) этап реализации; 4) заключительный этап. Данные этапы в совокупности позволяют создать в представлении целевой аудитории благоприятный имидж организации.

## **ГЛАВА II. АНАЛИЗ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛГОРОДСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИЛАРМОНИИ (В РАМКАХ МЕРОПРИЯТИЯ)**

### **2.1. Направления деятельности организации**

Белгородская государственная филармония играет важную роль в культурной жизни области и города. Масштаб работы филармонии весьма велик, а основные направления – разнообразны. Белгородская государственная филармония работает для широкой аудитории, включающей представителей разных возрастных групп, с разнообразными интересами, проживающих на территории Белгородской области.

Основная цель работы организации – пропаганда классического музыкального искусства среди жителей Белгородской области, сохранение и



развитие традиций российского музыкального искусства, создание необходимых условий для широкого доступа населения области к музыкальному искусству и использования его возможностей в воспитательном процессе и организации досуга.

Таким образом, Белгородская государственная филармония выполняет ряд специфических задач стоящих перед организацией сферы культуры, а именно:

- обеспечение конституционного права граждан Российской Федерации на доступ к музыкальному искусству и пользование услугами, предоставляемыми учреждением;

- сохранение и дальнейшее развитие потенциала и традиций российского музыкального искусства;

- пропаганда лучших образцов мировой музыкальной культуры;

- создание профессиональных концертных программ высокого художественного уровня на основе лучших произведений русской и мировой музыкальной классики;

- укрепление и развитие межнациональных, международных творческих и культурных связей;

- формирование и удовлетворение духовных потребностей населения Белгородской области в музыкальном искусстве.

Учитывая широкий спектр услуг, оказываемых населению, необходимо выделить основные виды деятельности Белгородской государственной филармонии, среди них:

- организация выступлений мастеров искусства филармонического и эстрадного жанров, приглашение выдающихся коллективов и отдельных исполнителей Российской Федерации и иностранных государств, привлечение их для проведения мастер-классов с целью повышения творческого уровня собственных исполнителей;

- создание и прокат концертных программ для показа на собственных или арендованных сценических площадках, аудио- и видео- носителях в

соответствии с законодательством Российской Федерации об авторском праве и смежных правах;

- организация работы клубов любителей классического музыкального искусства и лекториев, создание разножанровых творческих студий, кружков, факультативных занятий;

- организация гастролей, и конкурсов, проведение концертов, творческих вечеров, бенефисов, выставок, а также других мероприятий художественно-творческого характера на собственных или арендованных сценических площадках на территории и за пределами Белгородской области;

- создание детской филармонии, в состав которой могут входить творческие коллективы различных жанров;

- создание и развитие производственно-концертной базы;

- осуществление в установленном порядке рекламно-информационной деятельности с символикой учредителя и учреждения в соответствии с законодательством Российской Федерации и Белгородской области;

- учреждение и участие в работе ассоциаций, союзов и иных некоммерческих российских и зарубежных организаций в соответствии с законодательством Российской Федерации и Белгородской области;

- организация и проведение профессиональных и художественных консультаций по организации деятельности учреждения;

- развитие абонементной системы обслуживания жителей Белгородской области.

Таким образом, можно заключить, что Белгородская государственная филармония – главная концертная организация Белгородской области. Это культурный центр, объединяющий талантливых исполнителей и творческие коллективы, которые работают в разнообразных жанрах, включая современные подходы, и способны на смелые творческие эксперименты. Необычное здание Белгородской филармонии, напоминающее два сияющих хрустальных бокала, с ухоженными озелененными террасами, стало одной из городских

достопримечательностей и любимым местом отдыха горожан. Известна Белгородская филармония и своими фестивалями, каждый из которых имеет свою изюминку. Многие из них уже стали культурными брендами региона: «Шереметевские музыкальные ассамблеи», «Парад дирижеров оркестров русских народных инструментов», «Белгородский звон», «Этажи» и другие.

Особое место в данном ряду занимает фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Одной из актуальных задач, стоящих перед Белгородской государственной филармонией в 2019 году, является подготовка к проведению фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».

В структуре Белгородской государственной филармонии (далее БГФ) существует «Отдел внешних коммуникаций», в котором осуществляют свою деятельность PR-специалисты.

Рассмотрим подробнее структуру этого отдела см. Рис. 1.



Рис. 1. Структура отдела внешних коммуникаций в БГФ

Отдел внешних коммуникаций в своем составе имеет начальника отдела, специалиста отдела внешних коммуникаций, специалиста по связям с общественностью, специалиста по маркетингу и рекламе, которые назначаются

на должности и освобождаются от должности приказом директора филармонии по представлению заместителя директора по развитию. Начальник, возглавляющий отдел, несет ответственность за выполнение возложенных на структурное подразделение задач и функций.

Должностные обязанности PR-специалистов включают в себя следующие:

- Разработка индивидуального информационного плана для работы с сайтом БГФ, официальными группами и страницами БГФ в социальных сетях.
- Формирование и поддержание положительного имиджа филармонии.
- Наполнение официального сайта БГФ (афиши, анонсы, новости, интервью, фоторепортажи, материалы прессы).
- Создание информационных и новостных материалов о филармонии для внутреннего и внешнего пользования.
- Ведение официальных страничек и пабликов БГФ в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook. Создание оригинального контента, размещение ежемесячных опросов, выполнение рекомендаций системы ЕИПСК (АИС «Единое информационное пространство в сфере культуры» – проект Министерства культуры РФ, созданный для сбора и распространения информации о событиях в сфере культуры), модерирование комментариев и обсуждений, привлечение новых подписчиков, разработка проектов.
- Подготовка пресс-релизов мероприятий БГФ для журналистов.
- Постоянное взаимодействие и налаживание контактов с представителями СМИ и информационными партнёрами, фотографами, общественностью (исполнение договорных обязательств с информационными партнёрами).
- Организация, проведение и оформление пресс-конференций.
- Подготовка и правка материалов для СМИ.
- Мониторинг СМИ и интернет-пространства, подготовка тематических мониторингов на основе собранной по запросу информации.
- Мониторинг активности на официальном сайте БГФ.

- Ежегодное планирование и подготовка ежеквартального отчета о посещаемости сайта и количестве публикаций в СМИ на основе мониторинга.
- Своевременное редактирование информации о деятельности БГФ на сайтах управления культуры Белгородской области, Министерства культуры РФ, рекламных партнёров и других концертных порталов и организаций.
- Освещение проектов БГФ.
- Подготовка и оформление информационных презентаций для внутреннего и внешнего пользования.

Обобщая вышесказанное, можно заключить, что Белгородская государственная филармония является одной из ведущих организаций, обеспечивающей досуг города и области в целом. В данной организации четко определены основные направления деятельности, основные задачи и главная цель, в том числе и для внешних коммуникаций.

## **2.2. PR-сопровождение фестиваля Belgorodmusicfest**

### **«Борислав Струлёв и друзья»**

#### **2.2.1. Анализ сайта фестиваля**

Специально для фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» был разработан официальный сайт события. Ежегодно в преддверии фестиваля на данном ресурсе размещается вся актуальная информация, при этом информация о ранее проведенных фестивалях не удаляется, а группируется по годам.

На главной странице сайта расположен баннер с логотипом фестиваля. Отметим, что данный логотип применяется абсолютно во всех рекламных и PR-материалах, связанных с фестивалем, и адаптирован к размещению на различных поверхностях (**Приложение 1**). Помимо логотипа и официального наименования фестиваля баннер содержит изображение здания БГФ, что усиливает узнаваемость мероприятия (**Приложение 2**). На главном баннере имеются

иконки для перехода пользователя на официальные странички фестиваля в различных социальных сетях.

Полезным функциональным решением является наличие ссылки на электронное бронирование и покупку билетов на фестиваль. Пройдя по ссылке «Заказ билетов», пользователь оказывается на официальной странице билетного сервиса для учреждений культуры Quicktickets.ru. На данном сервисе у пользователей есть возможность выбрать удобное место и выкупить его, не выходя из дома (**Приложение 3**).

Отметим, что с первых секунд пребывания пользователей на сайте фестиваля им транслируются классические произведения (плей-лист из 15 композиций), что создает утонченную атмосферу взаимодействия с ресурсом.

На главной странице сайта фестиваля располагается навигационная панель, включающая в себя шесть рубрик сайта: «Главная страница», «О Белгороде», «Пресса», «Галерея», «Видео», «Контакты». Ниже представлены участники VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» с возможностью перехода на официальную страничку каждого участника или коллектива.

Вкладка «О Белгороде» содержит обзорную историческую справку о городе. Эта информация размещена с целью ознакомления всех иностранных и иногородних участников и зрителей с местом где проходит фестиваль. Отметим, что с каждым годом растет число иногородних зрителей, посещающих Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Специально для заграничных гостей вся информация на сайте представлена на двух языках: русском и английском. В связи с этим справочная информация и галерея с видами города является полезным контентом на официальном сайте фестиваля.

В разделе «Пресса» размещены журналистские материалы, посвященные Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Для удобства они структурированы по годам проведения фестиваля. Большая часть текстов

размещена в полном авторском варианте, подготовленном, как правило, сотрудниками ТРК «Мир Белогорья».

«Галерея» представляет собой ретроспективный обзор прошедшего фестиваля и содержит фоторепортажи не только самих выступлений, но и множество фотографий с репетиций. Особый интерес данный ресурс представляет ещё и потому, что в рамках фестиваля было организовано большое количество событий, выступлений и конференций. Таким образом, у посетителей сайта появляется возможность получить представление обо всех событиях минувшего фестиваля, познакомившись с работами фотографа.

Для тех, кому недостаточно статичной картинки, на сайте широко представлены видеоматериалы в разделе «Видео». Эти материалы носят рекламно-информационный характер и выполнены в фирменном стиле фестиваля. Также здесь можно встретить несколько телевизионных репортажей, посвященных фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».

Вкладка «Контакты» содержит всю необходимую информацию относительно расположения филармонии и режима работы, телефоны для бронирования билетов и т.д.

### **2.2.2. PR в печатных СМИ и информационных порталах**

Международный музыкальный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» – это ярчайшее культурное событие в регионе, которое неизменно привлекает внимание не только жителей Белгородской области, но и любителей музыки со всей России. Фестиваль является ежегодным, впервые был организован в 2011 году. Арт-директор фестиваля – виолончелист-виртуоз Борислав Струлёв – для каждого фестиваля готовит уникальную программу, приглашает звёзд с мировыми именами. Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья», прошедший в 2019 году, не стал исключением.

В рамках PR-сопровождения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» руководством Белгородской государственной филармонии были сформулированы следующие задачи:

- Пропаганда классического музыкального искусства среди жителей города Белгорода и Белгородской области.
- Повышение интереса к классической музыке, в частности к фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» среди молодёжи.
- Формирование имиджа Белгородской государственной филармонии как центра музыкальной культуры Белгородчины и места для знакомства с творчеством музыкантов с мировыми именами.
- Повышение узнаваемости фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».
- Продвижение белгородских артистов, принимающих участие в фестивале и выступающих на одной сцене с именитыми артистами.

PR-сопровождение фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» предполагало заблаговременное размещение информации о фестивале как на официальных источниках БГФ (сайт фестиваля, аккаунты в социальной сети «ВКонтакте» и Facebook), так и в СМИ федерального и регионального значения. Большая работа велась по освещению предстоящего фестиваля на радио и телевидении. Кроме того, была организована пресс-конференция «Media+Music» с участниками фестиваля и руководством БГФ. PR-сопровождение было направлено на демонстрацию широкой общественности масштаба события, его культурной ценности.

Таким образом, основной целью PR-сопровождения в СМИ было привлечь внимание белгородцев к творчеству современных звёзд классического музыкального искусства.

В рамках PR-сопровождения большое внимание уделялось работе с печатными средствами массовой информации. Заблаговременно были разосланы пресс-релизы в региональные и федеральные СМИ, также были отправлены



официальные письма с приглашением музыкальных критиков из авторитетных музыкальных изданий к освещению фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».

Пресс-релиз представлял собой достаточно объемный документ, что было продиктовано масштабностью мероприятия. Оформленный на официальном бланке, содержащем все контактные данные БГФ, пресс-релиз анонсировал VIII Международный музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья». Далее приводился подробный обзор предстоящих в рамках фестиваля событий. Таким образом, представители СМИ могли составить полное и точное представление обо всех событиях фестиваля BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья», а точное указание даты и времени способствовало планированию графика работы журналистов. В заключении пресс-релиза журналистов приглашали на фестиваль и просили осветить его в СМИ. Также акцентировалось внимание журналистов на том, что для освещения мероприятия необходима аккредитация. Полная версия пресс-релиза фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» представлен в **Приложении 4**.

По итогам рассылки пресс-релизов в качестве аккредитованных СМИ (в том числе сетевых изданий) выступили: газета «Голос Белогорья»; газета и портал «Музыкальный Клондайк»; газета «Наш Белгород»; газета «Комсомольская правда»; газета «Российская газета»; сетевое издание Fonar.tv; сетевое издание «Московский Комсомолец в Черноземье»; информационное агентство «Бел.ру»; специализированный журнал о досуге в Белгороде «А-фишка»; сетевого издания «БелПресса»; сайт города Белгорода Go31.ru.

Кроме того, на своих страницах осветили события фестиваля BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья» такие СМИ, как: сетевое издание Яковлевского городского округа «Победа 31»; сетевое издание Корочанского района «Ясный ключ»; сетевое издание Шебекинского городского округа «Красное знамя»; сетевое издание Борисовского района «Призыв 31»; Белгородский городской портал vBelgorode.com; информационный интернет-

портал о культуре в России и за рубежом «Ревизор.ru»; информационное агентство InterMedia; сетевое издание «Открытый Белгород»; информационные порталы «МОЁ! Белгород» и «Белгород Собака.ru» (**Приложение 5**).

Отметим, что отдельным направлением PR-сопровождения фестиваля BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья» являлось распространение печатной продукции, а именно листовок и афиш. Вся печатная продукция была выполнена в фирменном стиле и размещена на специализированных рекламных площадках города (**Приложение 6**). Таким образом, работа, проделанная по PR-сопровождению фестиваля в печатных и сетевых СМИ, обеспечила широкое освещение события, прежде всего, в региональных СМИ, что в конечном счете и являлось главной целью.

### **2.2.3. PR на радио и телевидении**

Специально для освещения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» для журналистов радио и телевизионных СМИ была организована пресс-конференция, на которую были приглашены исполнители, принимающие участие в концерте-открытии, а также руководство филармонии. Основными спикерами выступили арт-директор фестиваля Борислав Струлёв, солист Большого театра Владимир Магомадов, лауреат международных конкурсов Тимур Халиуллин, известная певица Нино Катамадзе, художник Александр фон Буш. На пресс-конференции присутствовали представители 11 региональных и федеральных СМИ. Помимо пресс-конференции для журналистов организовывались пресс-подходы, специальные интервью для радиоэфиров и телевизионных программ. Благодаря планированию их удалось гармонично вписать в насыщенный график артистов.

В качестве основных СМИ, осуществивших информационное сопровождение фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» выступили телеканал «Культура»; телеканал «Белгород 24»; ТРК «Мир

Белогорья»; филиал ФГУП ВГТРК «Белгород» (далее – ГТРК «Белгород»). Отметим, что именно ГТРК «Мир Белогорья» проявила наибольшее внимание данному событию, выделив для материалов о фестивале ряд площадок. Кроме того, материалы, посвященные фестивалю, нашли отражение в таких передачах, как: радиопрограмма «Горизонт»; телевизионная программа «Человек и вера»; телевизионная программа «Местное время. Воскресенье» (**Приложение 7**).

PR-сопровождение Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» при помощи ТВ и радио было в первую очередь направлено на аудиторию старшего возраста, в состав которой входит целевая аудитория фестиваля. Таким образом, телевизионные материалы в полной мере продемонстрировали глобальность события, раскрыли его культурную ценность, познакомили белгородцев с творчеством современных звёзд классического музыкального искусства.

#### **2.2.4. PR в социальных сетях**

Большое внимание в рамках PR-сопровождения фестиваля было уделено социальным сетям. Главная цель, которую должны были выполнить социальные сети, – анонсирование мероприятия фестиваля среди молодого населения города Белгорода. На официальных аккаунтах БГФ размещались описания концертные программы BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья», афиши, информация о ценах, а также ссылки на покупку билетов онлайн.

В качестве основных аккаунтов БГФ и фестиваля можно назвать аккаунты в таких социальных сетях как: Facebook; «ВКонтакте»; Instagram; YouTube (**Приложение 8**). На данных площадках необходимо было продемонстрировать разнообразную и насыщенную жизнь фестиваля. Для достижения этой цели в лентах постоянно выкладывались свежие новости и фотоотчёты с мастер-классов, творческих встреч, экскурсий и презентаций – в общем, все, что могло заинтересовать подписчиков.

Слушателям всегда интересно заглянуть за кулисы, понаблюдать за артистами в атмосфере «творческой кухни». Во время фестиваля в социальных

сетях публиковались фоторепортажи с репетиций фестивальных концертов. Живые эмоции на фото, неформальная креативная обстановка, возможность увидеть музыкантов «без галстуков» всегда привлекают внимание подписчиков. Отметим, что весь фотоматериал, который выкладывался в социальных сетях, снабжался специальным копирайтом Belgorodmusicfest; все посты, освещающие фестиваль, были отмечены специальными хештегами.

Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в Facebook насчитывает 603 подписчика, что по сравнению с другими социальными сетями является наибольшим показателем. Как правило, социальной сетью Facebook пользуется аудитория старше 28 лет, что соответствует основной целевой аудитории фестиваля. На данном ресурсе размещены развернутые фоторепортажи с VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» известного фотографа Натальи Тоскиной. Также в Facebook размещены несколько видеоматериалов, сделанных на выступлениях в рамках фестиваля.

Аккаунт в социальной сети «ВКонтакте» представляет собой ресурс, через который в 2019 году не предпринималось попыток взаимодействия с аудиторией.

Так, в группе «ВКонтакте» всего 110 подписчиков, а последняя запись относится к VI фестивалю, прошедшему в 2017 году. Отчасти это можно объяснить возрастными характеристиками целевой аудитории, пользующейся данным ресурсом. Основная аудитория – это молодежь от 14 до 28 лет, что не вполне соответствует возрасту посетителя фестиваля классической музыки. Согласно данным исследования «Социальные сети в России: Цифры и тренды», проведенного аналитической компанией «Brand Analytics» в 2018 году, 43,3 % аудитории социальной сети «ВКонтакте» моложе 24 лет [Социальные сети в России: Цифры и тренды, осень 2018: <http://>]. Однако полный отказ от использования данной площадки представляется неоправданным.

Аккаунт Instagram насчитывает 149 подписчиков. Контент состоит из фотоматериалов и видеоматериалов небольшой продолжительности (насколько

это позволяет ресурс). Отметим, что все публикации не копируют другие социальные сети, а полностью уникальны и адаптированы под специфику ресурса. Так, если на других площадках у пользователя есть возможность ознакомиться с продолжительным видеорядом, то на площадке Instagram у них нет такой возможности. Исходя из этого в ленте выложены наиболее яркие моменты прошедших выступлений.

Официальный аккаунт фестиваля на видеохостинге YouTube насчитывает 315 подписчиков. За время проведения VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» на данном ресурсе было выложено более 90 видеоматериалов. В преддверии события это были анонсирующие рекламные ролики. Далее, когда фестиваль начал функционировать, ресурс стал активно пополняться видеоматериалами с выступлениями участников. Учитывая объем выложенного материала, у подписчиков появилась полноценная возможность ознакомиться с программой фестиваля, не выходя из дома, что существенно повышает вероятность привлечение зрителей в следующем году.

Таким образом, мы можем заключить, что работа по PR-сопровождению через социальные сети может способствовать достижению таких задач как:

- анонсирование мероприятий фестиваля;
- знакомство подписчиков с участниками;
- информирование о жизни фестиваля: новости с репетиций, мастер-классов, творческих встреч и др.;
- опубликование фоторепортажей с репетиций;
- повышение узнаваемости фестиваля: посты, отмеченные фестивальными хештегами, использование логотипа и фирменного копирайта.

### **2.3. Оценка эффективности и общие рекомендации по PR-сопровождению фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»**

Результатом PR-сопровождения VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» послужило большое количество опубликованных материалов, посвященных фестивалю. Так, было опубликовано более 25 видеосюжетов и радиорепортажей в СМИ, более 60 текстов в печатных изданиях и на информационных порталах, 210 постов в социальных сетях; зарегистрировано 94 876 просмотров новостей на официальном сайте.

Рассмотрим достигнутые результаты более подробно.

В рамках PR-сопровождения VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» было опубликовано 25 видеосюжетов и радиорепортажей. Отметим, что данные материалы выходили на всех этапах PR-сопровождения, а именно: до открытия, в течение и по завершении фестиваля. Приведем сводные данные по количеству вышедших в эфир материалов, посвященных фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» (Табл.1). Полный список опубликованных видеосюжетов и радиорепортажей приведен в **Приложении 9**.

*Табл. 1*

**Опубликованные ТВ и радиоматериалы, посвященные фестивалю  
Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»**

Наименование СМИ	Количество опубликованных материалов
ТРК «Мир Белогорья»	14
ГТРК «Белгород»	6
Телеканал «Белгород 24»	5

Необходимо обратить внимание на сводные данные о количестве материалов, посвященных VIII международному фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в печатных изданиях и на информационных порталах (Табл.2). Полный список опубликованных материалов приведен в **Приложении 10**.

**Опубликованные печатные материалы, посвященные фестивалю  
Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»**

<b>№</b>	<b>Наименование СМИ</b>	<b>Количество опубликованных материалов</b>
1	Информационное агентство «Бел.ру»	8
2	Сетевое издание «МОЁ! Белгород»	7
3	Газета и портал «Музыкальный Клондайк»	6
4	Информационный портал «Белгород Собака.ru»	5
5	Сетевое издание «Открытый Белгород»	4
6	ТРК «Мир Белогорья»	3
7	Газета «Наш Белгород»	3
8	Сетевое издания «БелПресса»	3
9	Сетевое издание Борисовского района «Призыв31»	3
10	Газета «Комсомольская правда»	2
11	Газета «Голос Белогорья»	2
12	Сетевое издание Fonar.tv	2
13	Информационный интернет-портал о культуре в России и за рубежом «Ревизор.ru»	2
14	Информационное агентство InterMedia	1
15	Газета «Российская газета»	1
16	Сетевое издание «Московский Комсомолец в Черноземье»	1
17	Журнал «А-фишка»	1
18	Сайт города Белгорода Go31.ru	1
19	Сетевое издание Яковлевского городского округа «Победа 31»	1
20	Сетевое издание Корочанского района «Ясный ключ»	1
21	Сетевое издание Белгородского района «Знамя»	1
22	Сетевое издание Шебекинского городского округа «Красное знамя»	1
23	Белгородский городской портал vBelgorode.com	1

Благодаря работе по PR-сопровождению VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» было опубликовано более 60

печатных материалов. Первые публикации вышли в свет 21 января 2019 года, а последние – 11 марта. Данный график согласуется с задачами заблаговременного информирования, анонсирования события, его текущего отражения в СМИ и подведения итогов, в том числе на страницах печатных изданий в формате обзора.

Хочется отметить, что одним из результатов PR-сопровождения является привлечение к VIII международному фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» известных и компетентных музыкальных критиков. Так, в качестве критиков фестиваля выступили: Антон Иванов (журналист информационного портала и газеты «Музыкальный Клондайк») и Елена Остер (лектор-музыковед). Их авторитетное мнение служит для людей, интересующихся классической музыкой, ориентиром, что, безусловно, увеличивает доверие целевой аудитории по отношению к публикуемым материалам.

Эффективность использования социальных сетей в PR-сопровождении можно отследить по таким показателям, как количество опубликованных постов, количество их просмотров, количество лайков у данных постов.

Наименьшее количество – 8 постов – было выложено в социальной сети Instagram. Данные посты в общей сложности набрали 291 просмотр. Мы считаем, что необходимо увеличивать PR-сопровождение через данный ресурс и добиваться более высоких показателей.

В социальной сети Facebook в рамках PR-сопровождения VIII международному фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» было опубликовано 85 постов. Отметим, что данные посты порой вызвали желание подписчиков оставить комментарии, преимущественно положительного характера, в виде отзывов об увиденном (**Приложение 11**)

Аккаунт видеохостинга YouTube был одним из наиболее задействованных среди социальных медиа: в рамках PR-сопровождения фестиваля было опубликовано более 90 постов, собравших в общей сложности 2901 просмотр.



Максимальное количество просмотров насчитывает видео «Sergei Nakariakov – Arutunian / Trumpet Concerto», которое просмотрели более 230 пользователей.

Как мы отмечали ранее, аккаунт фестиваля в социальной сети «ВКонтакте» не применялся в рамках PR-сопровождения, однако, официальный аккаунт БГФ активно освещал все этапы VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Отметим, что на данный аккаунт подписаны 7 371 человек. Было опубликовано 27 постов, относящиеся к данной тематике. Общее количество просмотров данных постов превышает 36 тысяч, а количество лайков достигает 700 единиц. Особого внимания заслуживает пост, посвященный региональному конкурсу-фестивалю для одарённых детей, организованному в рамках VIII Международного музыкального фестиваля BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья». Данный пост посмотрели более 4400 пользователей социальной сети «ВКонтакте», из них 80 отметили его лайком. Столь высокий интерес объясняется тематикой поста, привлёкшего внимание молодой аудитории, которая принимала участие в конкурсе, родных, близких и друзей участников. Данный пост также вызывал желание подписчиков оставить свои комментарии (**Приложение 12**).

Таким образом, в социальных сетях было опубликовано более 210 постов, освещающих события VIII Международного музыкального фестиваля BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья». Рассмотрим подробнее статистические данные о публикациях в социальных сетях см. Рис. 2.

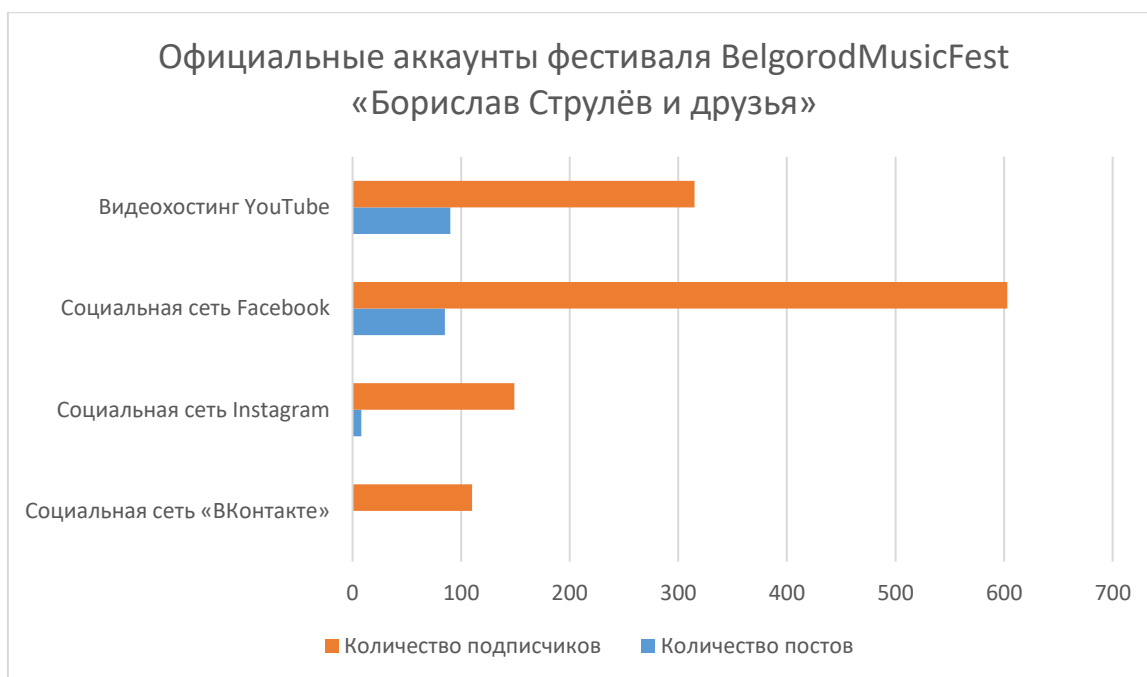


Рис. 2. Статистика официальных аккаунтов фестиваля BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья» в социальных сетях

Существенным показателем PR-сопровождения является достижение результата всей PR-кампании: количество посетителей фестиваля, купивших входные билеты. Именно количество проданных билетов может служить ориентиром эффективности деятельности PR-отдела, чьи усилия в конечном итоге должны были способствовать не только информированности аудитории о событии, не только его узнаваемости, но и потреблению услуги. Далее будут приведены данные о количестве приобретенных билетов на каждый концерт в программе фестиваля (**Приложение 13**).

В общей сложности было продано 1792 билета. Учитывая, что часть посадочных мест не выставлялась на продажу, а свободных мест в зале не было, можно заключить, что в данном аспекте был достигнут максимально возможный результат.

Учитывая вышесказанное, мы можем заключить, что эффективность PR-сопровождения во время VIII Международного музыкального фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» заслуживает высокой оценки.

Прежде всего, потому что главная цель PR-сопровождения была достигнута, задачи были выполнены, в том числе и повышение узнаваемости фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».

Несмотря на достигнутые результаты, основываясь на полученных данных, можно сформулировать ряд рекомендаций для совершенствования PR-сопровождения подобных мероприятий.

1. В ходе VIII Международного музыкального фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» мы можем констатировать повышенный интерес пользователей социальных сетей к видеоконтенту. Учитывая данный факт, представляется обоснованным проведение прямых трансляций концертов фестиваля в сети Интернет. Для пользователей, интересующихся классическим музыкальным искусством, также могут быть интересны полноценные видеозаписи каждого события фестиваля. Актуальность данному предложению придает тот факт, что концертные залы БГФ не в силах вместить всех желающих посетить фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья».

2. Возобновление работы в аккаунте фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети «ВКонтакте» может существенно повысить интерес к событию среди молодежи. Как мы могли убедиться, именно во «ВКонтакте» дети и подростки проявляют наибольшую пользовательскую активность (как в случае с постом о конкурсе талантливых детей). Аккаунт в «ВКонтакте» также может существенно повысить информированность молодежи о форуме «Media+Music», так как это единственное событие в рамках фестиваля, на котором были свободные места среди слушателей.

3. Важным этапом PR-сопровождения является заключительный этап – подведение итогов. В медиапространстве необходимо кропотливо и полно представлять итоги прошедшего фестиваля в форме различных обзоров, интервью экспертов и фоторепортажей с места событий. В рамках данной

деятельности возможно устраивать различные опросы зрителей, конкурсы на лучшие селфи с фестиваля и т.д.

В целом же можно утверждать, что PR-сопровождение VIII Международного музыкального фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» осуществлялось достаточно эффективно. Для достижения поставленной цели были задействованы все необходимые инструменты, которые обеспечили высокую степень сопровождения мероприятия в СМИ. Все материалы о фестивале были опубликованы на безвозмездной основе, так как представляли интерес и ценность для самих СМИ. Все рекламные материалы были подчинены фирменной идентификации, что существенно увеличило узнаваемость фестиваля среди жителей города Белгород.

## **Выводы к Главе II**

Международный музыкальный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» – это ярчайшее культурное событие в регионе, которое неизменно привлекает внимание не только жителей Белгородской области, но и любителей музыки со всей России и из-за рубежа.

PR-сопровождение фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» предполагало заблаговременное размещение информации о фестивале как на официальных источниках БГФ (сайт фестиваля, аккаунты в социальной сети «ВКонтакте» и Facebook), так и в СМИ федерального и регионального значения. Большая работа велась по освещению предстоящего фестиваля на радио и телевидении. Кроме того, была организована пресс-конференция «Media+Music» с участниками фестиваля и руководством БГФ. PR-сопровождение было направлено на демонстрацию широкой общественности масштаба события, его культурной ценности.

Специально для фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» был разработан официальный сайт события, на котором в преддверии фестиваля размещалась вся актуальная информация.

В качестве основных аккредитованных печатных (в том числе сетевых изданий) СМИ выступили: информационное агентство «Бел.ру»; сетевое издание «МОЁ! Белгород»; газета и портал «Музыкальный Клондайк»; информационный портал «Белгород Собака.ru»; сетевое издание «Открытый Белгород»; газета «Наш Белгород»; сетевое издания «БелПресса»; сетевое издание Борисовского района «Призыв31»; газета «Комсомольская правда»; газета «Голос Белогорья» и др. Среди телевизионных и радиовещательных компаний, осуществлявших информационное сопровождения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья», можно выделить: телеканал «Культура»; телеканал «Белгород 24»; ТРК «Мир Белогорья»; ГТРК «Белгород».

Результатом PR-сопровождения VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» стало большое количество опубликованных материалов, посвященных фестивалю. Было опубликовано более 25 видеосюжетов и репортажей в СМИ; более 60 материалов в печатных изданиях и на информационных порталах; 210 постов в социальных сетях; зафиксировано 94 876 просмотров на официальном сайте БГФ.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

PR-сопровождение как технология взаимодействия с обществом и способ влияния на общественное мнение приобретает большое значение для современных государственных учреждений культуры и искусства. Успешная деятельность и существование таких организаций напрямую зависит от того, насколько они востребованы и признаны обществом, в частности, своей целевой аудиторией, так как все мероприятия в первую очередь нацелены на удовлетворение потребностей именно этого сегмента. Так как сфера культуры и искусства довольно специфична, то PR-сопровождение как технология выстраивания отношений с аудиторией, формирования и поддержание имиджа будет отличаться от известных классических форм и иметь ряд особенностей. PR-сопровождение мероприятий учреждений культуры представляет собой комплекс взаимосвязанных действий, направленных на формирование положительного имиджа и повышение уровня узнаваемости мероприятия в сфере культуры, что достигается инструментами и методами PR, которые обеспечивают максимально длительное присутствие мероприятия в информационном поле.

Целью PR-сопровождения мероприятий учреждений культуры является создание специальными PR-средствами определенного события для целевой аудитории, партнеров, трейдеров, инвесторов, с целью формирования в их сознании благоприятного имиджа учреждения в целом. Мы установили, что в PR-сопровождении выделяются следующие этапы: 1) подготовительный этап; 2) этап планирования; 3) этап реализации; 4) заключительный этап. Работа в рамках каждого этапа позволяет в совокупности создать у целевой аудитории благоприятное представление об учреждении и его услугах.

В рамках нашего исследования были рассмотрены основные направления деятельности Белгородской государственной филармонии, которая является социальной организацией – государственным учреждением культуры. Филармония ведёт активную деятельность: концерты, гастроли, выставки,

фестивали. Одним из направлений деятельности Белгородской государственной филармонии является проведение Международного музыкального фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Фестиваль представляет собой ярчайшее культурное событие в регионе, которое неизменно привлекает внимание не только жителей Белгородской области, но и любителей музыки со всей России и из-за границы. Основная цель PR-сопровождения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» заключается в популяризации классической, отечественной и зарубежной музыки; сохранении и развитии культурных традиций России. PR-сопровождением фестиваля занимался отдел внешних коммуникаций Белгородской государственной филармонии.

Нами была проанализирована специфика PR-сопровождения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в средствах массовой информации. Было установлено, что PR-сопровождение осуществлялось заблаговременно. Информация о фестивале Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» была размещена в следующих официальных источниках: на сайте фестиваля, сайте Белгородской государственной филармонии, в аккаунтах в социальных сетях «ВКонтакте», Instagram, Facebook, YouTube. Отметим, что специально для фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» был разработан официальный сайт события, на котором в преддверии фестиваля размещалась вся актуальная информация.

Также были подготовлены пресс-релизы, обеспечившие анонсирующие материалы в СМИ федерального и регионального значения. В качестве основных аккредитованных СМИ (в том числе сетевых изданий) выступили: информационное агентство «Бел.ру»; сетевое издание «МОЁ! Белгород»; газета и портал «Музыкальный Клондайк»; информационный портал «Белгород Собака.ru»; сетевое издание «Открытый Белгород»; газета «Наш Белгород»; сетевое издания «БелПресса»; сетевое издание Борисовского района «Призыв31»; газета «Комсомольская правда»; газета «Голос Белогорья» и др.

Большая работа велась по освещению предстоящего фестиваля на радио и телевидении. Среди телевизионных и радиовещательных кампаний, оказавших информационное сопровождения фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья», можно выделить телеканал «Культура»; телеканал «Белгород 24»; ТРК «Мир Белогорья»; ГТРК «Белгород».

Кроме того, была организована пресс-конференция «Media+Music» с участниками фестиваля и руководством филармонии. PR-сопровождение было направлено на демонстрацию широкой общественности масштаба события, его культурной ценности.

Результатом PR-сопровождения VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» стало большое количество опубликованных материалов, посвященных фестивалю. Было опубликовано более 25 видеосюжетов и репортажей в СМИ; более 60 материалов в печатных изданиях и на информационных порталах; 210 постов в социальных сетях; зафиксировано 94 876 просмотров на официальном сайте БГФ.

Основываясь на полученных данных, мы пришли к выводу, что PR-сопровождение VIII международного фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» можно назвать эффективным, довольно специфичным, полностью отражающим требования к PR-деятельности в сфере культуры и искусства.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алгебова, И.Ф., Шаматонова Г.Л. Public Relations в социальной работе [Текст]/ И.Ф. Алгебова, Г.Л. Шаматонова // Учебное пособие. – Ярославль: ЯрГУ, 2014. – 103 с. – Режим доступа: <http://www.lib.uni Yar.ac.ru/edocs/iuni/20.pdf> (Дата обращения: 22.03.2019).
2. Амиров, Р. С. Мониторинг СМИ как инструмент PR [Текст] / Р.С. Амиров // Маркетинговые коммуникации. – 2017. – №02 (38). – С. 98-102.
3. Архангельская, А. С., Архангельская И. Б. Социальные сети как площадка для бизнес-коммуникаций [Текст] / А.С. Архангельская, И.Б. Архангельская // Вестник ННГУ. – 2013. – №4-2. – С. 186-189.
4. Баранов, Д.Е., Демко Е.В., Лукашенко М.А. PR: теория и практика: учебник [Текст] / Д.Е. Баранов, Е.В. Демко, М.А. Лукашенко. – М.: Маркет ДС, 2010. – 328 с.
5. Барышев, И. А. Традиционные и инновационные PR-инструменты в коммуникационной политике компаний-автопроизводителей [Текст] / И.А. Барышев // Маркетинговые коммуникации. – 2009. – №06 (54). – С. 376-384. СТР 377
6. Басков, А. Информационный повод [Электронный ресурс] / А. Басков // – Москва, 2007. – Режим доступа: <https://newideology.ru/slovar/i/informatsionnyi-povod/> (Дата обращения: 15.04.2019)
7. Безумова, Л.Г. Основы PR-технологий [Текст] / Л.Г. Безумова // Курс лекций для студентов 5-го курса очного и заочного отделений / сост. Л. Г. Безумова. – Самара : Самар. гуманитар. акад., 2009. – 96 с.
8. Блажнов, Е.А. PR: приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений [Текст] / Е.А. Блажнов // Учеб. пособие для делов. людей. – М. : ИМА-пресс, 1994. – 157 с.

9. Блэк, С. Введение в паблик рилейшнз [Текст] / С. Блэк // Пер. с англ. Днепровского В.Г., Черничкиной И.А. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 317 с.

10. Блэк, С. Паблик рилейшенз. Что это такое? [Текст] / С. Блэк. – Лондон, М.: Модино пресс; СП АСЭС, 1990. – 240 с.

11. Богданова, А.А. PR в сфере культуры и досуга [Текст] // Реклама и связи с общественностью: проблемы, тенденции, перспективы развития: Статьи по результатам защит выпускных квалификационных работ студентов специальностей «030602 – Связи с общественностью» и «032401 - Реклама» / Под общ. ред. Отрадной Е.В. / Урал. гос. пед. ун-т, Екатеринбург. – В 2-х частях. : Ч. 1. – 2011. - С. 29-33.

12. Борислав Струлев и друзья [Текст] Городская общественно-политическая газета «Наш Белгород». – Белгород, 2019. – № 8 (1796) – 1 марта. – 13 с.

13. Быков, И.А. Организация и проведение кампаний по связям с общественностью [Текст] / И.А. Быков // Учебное пособие /. – СПб. : СПбГУТ, 2003. – 36 с.

14. Быков, И.А. Филатова О.Г. Интернет-технологии в связях с общественностью [Текст] / И.А. Быков, О.Г. Филатова // Учебное пособие. – СПб.: Роза мира, 2010. – 275 с.

15. Быстрова, О.А. Продвижение культурного продукта в системе маркетинга социально-культурной сферы [Текст] / О.А. Быстрова // Аналитика культурологии. – 2013. – № 27. – С. 164-168.

16. Василенко, А.Б. Пиар крупных российских корпораций [Текст] / А.Б. Василенко // Учебное пособие. – М.: ИДГ»У ВШЭ», 2002. – 304 с.

17. Воробьева, Т.А. PR-сопровождение: понятие и концепция [Текст] / Т.А. Воробьева // Научные ведомости Серия Гуманитарные науки, 2014. – № 26 (197). С. – 75-79.

18. Вылегжанин, Д.А. Теория и практика паблик рилейшнз [Электронный ресурс] / Д.А. Вылегжанин // Учебное пособие / 3-е изд., стер. – М.: «ФЛИНТА»,

2014. – Режим доступа: <http://fictionbook.ru/static/trials/08/48/71/08487130.a4.pdf>  
(Дата обращения: 29.03.2019).

19. Грачева, Е.С. Интернет и PR-технологии как инновационные ресурсы современного музея [Текст] / Е.С. Грачева // Альманах современной науки и образования. – 2010. - № 11-1. – С. 31-36.

20. Гренёв, В. Роль и значение информационного повода [Электронный ресурс] / В. Гренёв. – М., 2014. – Режим доступа: [http://www.soferblog.ru/2014/02/blog-post\\_8632.html](http://www.soferblog.ru/2014/02/blog-post_8632.html) (Дата обращения: 15.04.2019)

21. Душкина, М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: Учебное пособие [Текст] / М.Р. Душкина. – СПб.: Питер, 2016. – 560 с.

22. Каймакова, М. В. Коммуникации в организации: текст лекций [Текст] / М.В. Каймакова // Учебно-методическое пособие. – Ульяновск: «УлГТУ», 2008. – 73 с.

23. Киуру, К.В. Содержание обучения технологии ньюсмейкинга в профессиональной подготовке бакалавров рекламы и связей с общественностью [Текст] / К.В. Киуру // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. – Ярославль: ЯрГУ, 2012. – №14 (273). – С. 61-68.

24. Киуру, К.В. Типология информационных поводов в спортивной журналистике [Текст] / К.В. Киуру // Вестник ЧелГУ, 2012. – №5 (259). – 90 с.

25. Климова, О.В. Лексика предметной области PR в современном газетном тексте и обычной речи [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О.В. Климова. – Екатеринбург, 2010. – 27 с.

26. Кожемякин, Е.А. Основы теории коммуникации [Текст] / Е.А. Кожемякин // Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2014. – 182 с.

27. Козлова, Т.В. PR-деятельность учреждения культуры. Реализация и оценка эффективности PR-кампании [Электронный ресурс] / Т.В. Козлова // Справочник руководителя учреждения культуры. - 2007. - № 2. – С. 42-49. –

Режим доступа: [http://www.library.ru/1/kb/articles/article.php?a\\_uid=296](http://www.library.ru/1/kb/articles/article.php?a_uid=296) (Дата обращения: 24.03.2019).

28. Кокина, В.А. Особенности PR-сопровождения в атомной промышленности [Электронный ресурс] / В.А. Кокина // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2015» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. – М.: «МАКС Пресс», 2015. – Режим доступа: [https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2015/data.htm](https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data.htm) (Дата обращения: 27.03.2019).

29. Королько, В.Г. Основы паблик рилейшнз [Текст] / В.Г. Королько // Учебное пособие. – М., «Рефл-бук», – 2000. – 528 с.

30. Лагутин, А.Б., Лучкин Д. Экспертиза интернет-ресурсов по культуре и искусству (проблемы и возможные пути их решения) [Электронный ресурс] / А.Б. Лагутин, Д. Лучкин // Электронные библиотеки. – 2011. – Вып. 2 (Т. 4). – Режим доступа: <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2001> (Дата обращения: 24.03.2019).

31. Лукиева, Е.Б. Теория и практика связей с общественностью [Текст] / Е.Б. Лукиева // Учебное пособие. Часть 2. – Томск: Изд-во «ТПУ», 2009. – 140 с.

32. Моррис, Д. Новый государь. Новая версия Макиавелли для двадцать первого века [Текст] / Д. Моррис // – М.: «Никколо-М», 2003. – 224 с.

33. Музыка на всю жизнь [Текст] Ежедневная общественно-политическая газета «Белгородские известия». – Белгород, 2019. – № 023 (4724) – 28 февраля. – 4 с.

34. Пашаева, М.Р. Коммуникационная деятельность учреждений культуры и искусства: результаты исследования [Текст] / М.Р. Пашаева // Идеи и идеалы. – 2014. – № 1 (19). – С. 119-126.

35. Пашенцев, Е.Н. Паблик рилейшнз: от бизнеса до политики [Текст] / Е.Н. Пашенцев // Учебное пособие. – Москва, 2000. – 230 с.

36. Пелленен, Л.В. Современная пресс-служба [Текст] / Л.В. Пелленен // Учебное пособие. – Челябинск: Издательский центр «ЮУрГУ», 2014. – 148 с.

37. Петросян, Р.А. Связи с общественностью (PR) в сфере российского туризма: современная социокультурная практика [Текст] : автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / Р.А. Петросян. – Саратов, 2009. – 270 с.

38. Плешакова, Е.А. Информационное и PR-сопровождение политических решений в системе государственного управления [Текст] : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Е.А. Плешакова. – Саратов, 2006. – 24 с.

39. Плюснина, Л.К. Теория и практика связей с общественностью [Текст] / Л.К. Плюснина // Учебно-методический комплекс. – Новосибирск: НГУЭУ, 2007. – 124 с.

40. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз или как успешно управлять общественным мнением [Текст] / Г.Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Центр, 2003. – 320 с.

41. Синяева, И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности [Текст] / И.М. Синяева // Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «ЮНИТИ-ДАНА», 2010. – 414 с.

42. Социальные сети в России: Цифры и тренды, осень 2018 [Электронный ресурс] Аналитическая компания «Brand analytics». – Режим доступа: <https://brandanalytics.ru/blog/socseti-v-rossii-osen-2018/> (Дата обращения: 15.04.2019)

43. Сулина, О.В. PR-сопровождение: рождение нового термина [Текст] / О.В. Сулина // Конференция Ломоносов: Секция Связи с общественностью и теория коммуникации, 2011. С. 1.

44. Филатова, О. Г. Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества [Текст] / О.Г. Филатова // Учебное пособие. – СПб: НИУ «ИТМО», 2013. – 136 с.

45. Филатова, О.Г. Технологии и методы PR-продвижения информационных ресурсов [Текст] / О.Г. Филатова // Вводный курс: Учебное пособие. – СПб.: НИУ ИТМО, 2012. – 73 с.

46. Фокин, А.И. Время непосредственных посредников (PR и GR-технологии на службе театрального искусства) [Электронный ресурс] / А.И.

Фокин // Театр. Живопись. Кино. Музыка. – 2013. - № 1. – С. 137-155. – Режим доступа: <http://gitis.net/almanakh/item/almanakh-1-2013> (Дата обращения: 08.04.2019).

47. Худоренко, Е.А. PR технологии российских корпораций ТЭК [Тест] /

48. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Тест] / Ф.И. Шарков // Учебное пособие. – 3-е изд. – М.: «Дашков и К», 2016. – 336 с.

49. Шарков, Ф.И. Паблик релейшинз: Учебное пособие для вузов [Тест] / Ф.И. Шарков. – М.: Академический проект; Деловая книга, 2007. – 304 с.

50. Шишкин, Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR-кампании: методология и технология [Тест] / Д.П. Шишкин, Д.П. Гавра, С.Л. Бровко // Учеб. Пособие. СПб.: «Роза мира», 2004. – 184 с.

51. Щитова, Д.А. Интервью как способ создания имиджа [Тест] / Д.А. Щитова // Учебное пособие. – Томск : Вестн. ТГУ. Филология. 2012. – №4 (20). – С.146-154.

52. Щуревич, Е.Ю. Создание информационного повода, или как сотрудничать со СМИ бесплатно? [Текст] / Е.Ю. Щуревич // PR в изменяющемся мире: Региональный аспект: сборник статей / под ред. М.В. Гундарина, А.Г. Сидоровой, Ю.В. Явинской. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2011. - № 9. – С. 160-171.

53. Яковлев, И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций [Текст] / И.П. Яковлев // Учебное пособие. – СПб.: Авалон, 2006. – 240 с.

54. PR-сопровождение. Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.press-service.ru/terms/194/> (Дата обращения: 15.04.2019)

## СПИСОК ПРОАНАЛИЗИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

55. Официальный аккаунт Белгородской государственной филармонии в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/belfilarm> (Дата обращения: 02.05.2019)

56. Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/belgorodmusicfest> (Дата обращения: 06.05.2019)

57. Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/pages/BelgorodMusicFest/278608152229415> (Дата обращения: 06.05.2019)

58. Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/belgorodmusicfest/> (Дата обращения: 06.05.2019)

59. Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети YouTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/BelgorodMusicFest/videos?view=0> (Дата обращения: 06.05.2019)

60. Официальный сайт билетного сервиса для учреждений культуры Quicktickets.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://quicktickets.ru/belgorod-filarmoniya/s364> (Дата обращения: 06.05.2019)

61. Официальный сайт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belgorodmusicfest.ru/> (Дата обращения: 06.05.2019)

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

Приложение №1

Логотип фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»



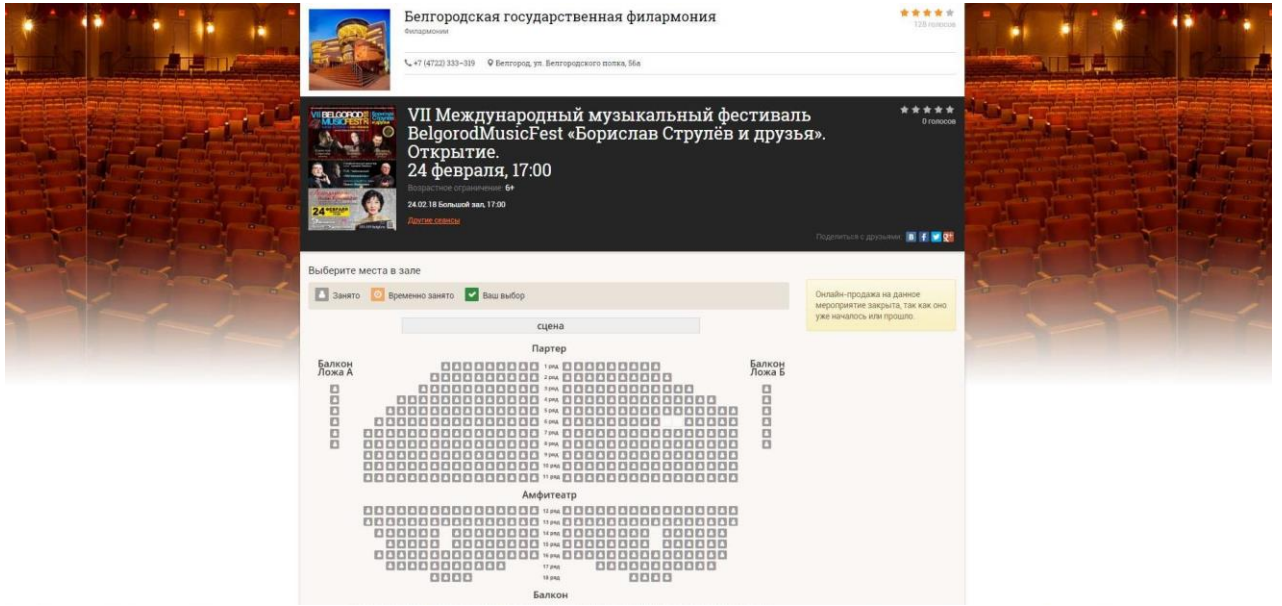


Приложение №2  
Официальный сайт фестиваля  
Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»



Приложение №3

Официальный сайт билетного сервиса для учреждений культуры Quicktickets.ru



Приложение №4  
Пресс-релиз для СМИ  
фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»

belgorodmusicfest.com

Белгородская государственная  
филармония  
308001, г. Белгород,  
ул. Белгородского полка, 56а  
[belgf.ru](http://belgf.ru)  
[belfilarm31@yandex.ru](mailto:belfilarm31@yandex.ru)  
Приёмная: +7(4722) 338-100  
Касса: +7(4722) 333-319

Belgorod State  
Philharmonic  
56a, Belgorodskogo Polka str,  
Belgorod, 308001  
[belgf.ru](http://belgf.ru)  
[belfilarm31@yandex.ru](mailto:belfilarm31@yandex.ru)  
Tickets: +7(4722) 338-100

ПРЕСС-РЕЛИЗ

### VIII Международный музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья»

*При поддержке Фонда развития классического музыкального искусства  
в Белгородской области*

Международный музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest 2019 «Борислав Струлёв и друзья» состоится в Белгородской филармонии уже в восьмой раз. Одно из самых ярких событий культурной жизни региона в этом году пройдёт с 23 февраля по 2 марта. Белгородцы услышат исполнителей с мировыми именами, увидят концертные программы, объединяющие в себе разнообразные стили и жанры. Арт-директор фестиваля — виолончелист-виртуоз, продюсер Борислав Струлёв.

23 февраля симфонический оркестр Белгородской филармонии под управлением лауреата международного конкурса Дмитрия Филатова и Борислав Струлёв продемонстрируют музыкальные традиции двух поколений — Концерт № 2 для виолончели с оркестром Т.Н. Хренникова, которое Борислав Струлёв неоднократно исполнял в разных городах России, а также премьеру, симфоническую поэму «Прохоровская битва» — сочинение Тихона Хренникова-младшего, правнука известного советского композитора. Исполнение сочинения в День защитника Отечества станет своеобразным приношением к нашим ветеранам войны.

В память о великом артисте, золотом баритоне России Дмитри Хворостовском на концерте-открытии представят фрагменты шоу DeJa Vu — совместного музыкального проекта великого певца и композитора Игоря Крутого. Избранные номера из этой программы исполнят симфонический оркестр, академический хор и Борислав Струлёв, который в течении этого года неоднократно принимал участие в концертах памяти Д. Хворостовского.

Также в этот вечер на сцену Большого зала впервые выйдут лучший трубач XXI века, «Паганини трубы» Сергей Накаряков (Израиль), а также звезда мирового джаза, лауреат многочисленных международных конкурсов, блестящий пианист из Германии Давид Газаров.

25 февраля в рамках BelgorodMusicFest 2019 покажут спектакль Мастерской театральных ремесел Андрея Щукина — «Quasi una fantasia». С творчеством замечательных молодых артистов белгородцы смогли познакомиться в рамках BelgorodMusicFest 2018. Тогда актёры труппы Андрея Щукина показали спектакль «Саундтрек». В этом году с нетерпением ждём артистов с премьерной постановкой — «Quasi una fantasia». Это песни любви, спетые на разных языках. Мировые хиты, а также национальные песни Грузии, Испании, Италии и стран Африки зазвучат в авторских аранжировках исполнителей.

27 февраля первое отделение концерта представит лучшие сочинения для виолончелей. На Белгородской сцене впервые выступит виолончельный квартет из Германии Rastrelli Cello Quartet, к которому в качестве солиста присоединится Борислав Струлёв. Второе отделение под названием «Игра времён» преподнесёт белгородцам выступление

Продолжение приложения №4



короля буги-вуги, экстраординарного исполнителя, пианиста, певца и композитора из Италии Matthew Lee и камерного оркестра Mezzo Music под управлением Натальи Боровик.

**28 февраля** в афише фестиваля Органный концерт при свечах. Актёр и художественный руководитель «Театра поэзии и музыки» в Нью-Йорке Рустем Галич представит одну из своих самых популярных постановок — литературно-музыкальный спектакль «Демон» по одноимённому произведению Михаила Лермонтова. Он будет показан в сопровождении главного органиста Кафедрального собора в Калининграде Евгения Авраменко (орган), Ксении Авраменко (флейта) и Борислава Струлёва (виолончель).

**2 марта** фестивальная программа объединит зажигательный джаз и оперную классику. В первом отделении с биг-бэндом No Comment под управлением Владимира Уварова выступит солист ансамбля Арта Блэйки Jazz Messengers, легендарный Валерий Пономарёв (труба, США). В программе примут участие лауреат международных конкурсов Анна Боровик (скрипка), а также победители V Международного музыкального турнира «Терем Кроссовер», обладатели специального приза Борислава Струлёва, многогранный коллектив из Нижнего Новгорода — ансамбль народных инструментов Style-Quartet. Во втором отделении вопарится «Оперный бал»: с симфоническим оркестром Белгородской филармонии под управлением дирижёра московского театра «Новая опера» Василия Валитова выступят солисты Большого театра: заслуженная артистка РФ, заслуженная артистка Республики Северная Осетия-Алания меццо-сопрано Агунда Кулаева и один из лучших теноров России, лауреат международных конкурсов, заслуженный артист республики Северная Осетия Алексей Татаринцев.

С каждым годом формат фестиваля «Борислав Струлёв и друзья» расширяет границы. BelgorodMusicFest 2019 включит в себя не только концерты, но другие важные события.

Ежегодно арт-директор фестиваля Борислав Струлёв открывает публике молодые таланты! **24 февраля в 10:00** в Органном зале филармонии состоится первый региональный конкурс-фестиваль для одарённых детей. В нём примут участие победители значимых творческих мероприятий Управления культуры Белгородской области. Планируется отслушать более 50 конкурсантов. Изюминка конкурса — это отсутствие возрастных и жанровых ограничений. Итоги будут подводиться компетентным жюри в следующих номинациях: фортепиано, вокал, струнные инструменты, духовые инструменты, ударные инструменты, народные инструменты, классическая гитара, инструментальные ансамбли... Победители получат призы и возможность принять участие в фестивале BelgorodMusicFest 2020 «Борислав Струлёв и друзья», а также — выступить на гала-концерте с симфоническим оркестром Белгородской государственной филармонии.

**1 и 2 марта** в рамках BelgorodMusicFest 2019 состоится II форум Media+Music, посвящённый музыкальной журналистике, блогингу, музыкальным инновациям. На форуме обсудят гибридные медийные профессии XXI века, создание информационных платформ для стажировок молодых специалистов, а также другие актуальные вопросы культуры и медиасреды. Среди спикеров успешные журналисты, музыкальные критики, продюсеры и учёные. Опыт с молодыми специалистами поделится Борислав Струлёв, Григорий Заславский, Григорий Консон, Елена Лашенко, Йосси Тавор, Василиса Сердобольская, Татьяна Наумова, Наталья Игнатенко, Руслан Яруллин, Андрей Краков, Владимир Дедухин и др. *(Более подробную информацию о медиафоруме, программу и список спикеров мы предоставим дополнительно)*

*Уважаемые журналисты!*

*Приглашаем Вас на фестиваль и просим осветить его в СМИ!*

**Внимание!**

*Для освещения мероприятия необходима аккредитация.*

*Просим сообщить нам о своём участии по электронной почте или телефону 334-661 до 20 февраля (17:00).*





Печатная рекламная продукция  
фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»

При поддержке Фонда развития классического музыкального искусства в Белгородской области

# VIII BELGOROD MUSICFEST

BORISLAV STRULEV AND FRIENDS  
www.belgorodmusicfest.com

**Борислав Струлёв и друзья**

2019 ГОД ТЕАТРА И МУЗЫКИ

ТИХОН ХРЕННИКОВ кларнетист	СЕРГЕЙ НАКАРЯКОВ труба	АННА БОРЮК сопрано	MATTHEW LEE фортепиано / вокал	ЕВГЕНИЙ АВРАМЕНКО орган	КСЕНИЯ АВРАМЕНКО флейта	РУСТЕМ ГАЛИЧ актёр	ВАЛЕРИЙ ПОНОМАРЁВ труба
АЛЕКСЕЙ ТАТАРИНЦЕВ тенор	АГУНДА КУЛАЕВА меццо-сопрано	ДАВИД ГАЗАРОВ фортепиано	ВАСИЛИЙ ВАЛИТОВ артист	НАТАЛЬЯ БОРЮК артист	ДМИТРИЙ ФИЛАТОВ артист	ВЛАДИМИР УВАРОВ артист	МАСТЕРСКАЯ ТЕАТРАЛЬНОЙ ГИМНАЗИИ АНДРЕЯ ШКАПИ

АНСАМБЛЬ STYLE-QUARTET

RASTRELLI CELLO QUARTET

арт-директор фестиваля  
**БОРИСЛАВ СТРУЛЁВ**  
виолончель

23 ФЕВРАЛЯ 25 ФЕВРАЛЯ 27 ФЕВРАЛЯ 28 ФЕВРАЛЯ 2 МАРТА

Мир Белгородя BF BEL.RU СОБАКА НОВАЯ БЕРГА ФИШКА +7 (4722) 333-319 belg.ru

При поддержке Фонда развития классического музыкального искусства в Белгородской области

# VIII BELGOROD MUSICFEST

BORISLAV STRULEV AND FRIENDS  
www.belgorodmusicfest.com

**Борислав Струлёв и друзья**

23 ФЕВРАЛЯ 17:00  
БОЛЬШОЙ ЗАЛ ФИЛАРМОНИИ

ПРЕМЬЕРА  
**«Прохоровская битва»**  
Музыкальные традиции двух поколений  
Тихон Хренников Тихон Хренников (Италия)

ФРАГМЕНТЫ  
**Шоу DeJa Vu**  
Пашаги великого артиста - Дмитрия Харатьянского  
Музыка Игоря Крутого

Сергей Накаряков лучший Трубоч XX1 века

Jazz - Piano Давид Газаров

арт-директор фестиваля Борислав Струлёв (виолончель)  
Симфонический оркестр Белгородской филармонии  
дирижер - Дмитрий Филатов

Мир Белгородя BF BEL.RU СОБАКА НОВАЯ БЕРГА ФИШКА +7 (4722) 333-319 belg.ru

При поддержке Фонда развития классического музыкального искусства в Белгородской области

# VIII BELGOROD MUSICFEST

BORISLAV STRULEV AND FRIENDS  
www.belgorodmusicfest.com

**Борислав Струлёв и друзья**

28 ФЕВРАЛЯ 21:00  
ОРГАННЫЙ ЗАЛ ФИЛАРМОНИИ

Концерт-постановка  
**«ДЕМОН»**  
по мотивам повести М.Ю. Лермонтова

Евгений Авраменко (орган, Россия)

Ксения Авраменко (флейта, Россия)

арт-директор фестиваля Борислав Струлёв (виолончель)

Рустем Галич (актер, США)

Мир Белгородя BF BEL.RU СОБАКА НОВАЯ БЕРГА ФИШКА +7 (4722) 333-319 belg.ru

При поддержке Фонда развития классического музыкального искусства в Белгородской области

# VIII BELGOROD MUSICFEST

BORISLAV STRULEV AND FRIENDS  
www.belgorodmusicfest.com

**Борислав Струлёв и друзья**

27 ФЕВРАЛЯ 19:00  
БОЛЬШОЙ ЗАЛ ФИЛАРМОНИИ

THE BEST OF CELLO  
RASTRELLI CELLO QUARTET (Германия)

ИГРА ВРЕМЕН  
КОРОЛЬ ВИТАЛИИ  
MATTHEW LEE  
фортепиано / вокал / Италия

Камерный оркестр MEZZO MUSIC  
художественный руководитель - Наталья Борюк

арт-директор фестиваля Борислав Струлёв (виолончель)

Мир Белгородя BF BEL.RU СОБАКА НОВАЯ БЕРГА ФИШКА +7 (4722) 333-319 belg.ru

При поддержке Фонда развития классического музыкального искусства в Белгородской области

# VII BELGOROD MUSICFEST

BORISLAV STRULEV AND FRIENDS  
www.belgorodmusicfest.ru

**Борислав Струлёв и друзья**

Подарим вам класс и музыкальную интуицию!

1-3 марта 2018

**БОРИСЛАВ СТРУЛЁВ И МУЗЫКАЛЬНЫЙ КЛУБДАЙК**

МЕДИА + MUSIC ФОРУМ  
musicloklife.ru

ПРЕДСТАВЛЯЮТ  
БОРИСЛАВ СТРУЛЁВ (орган, Украина)  
арт-директор фестиваля, музыкант, продюсер

ГРИГОРИЙ ЗАСЛАВСКИЙ (фортепиано, вокал, Италия)

ГРИГОРИЙ КОНОСОВ (фортепиано, вокал, Италия)  
арт-директор фестиваля, музыкант, продюсер

ЕЛЕНА ПАВЛЕНКО (вокал, Россия)  
художественный руководитель, артистка

ЮССИ ТАВОРА (орган, Украина)  
Первый концерт, искусство подрастает  
Италия и Украина, искусство объединяет  
культуры и традиции, искусство объединяет  
искусство ради и почитание

ФЕКЛА ТОЛСТАЯ (народный танец, Украина)  
фольклор, искусство, традиция и современность

АРТЕМ ОГАНОВ (орган, Украина)  
фольклор, искусство, традиция и современность

Мир Белгородя BF BEL.RU СОБАКА НОВАЯ БЕРГА ФИШКА +7 (4722) 333-319 belg.ru

При поддержке Фонда развития классического музыкального искусства в Белгородской области

# VIII BELGOROD MUSICFEST

BORISLAV STRULEV AND FRIENDS  
www.belgorodmusicfest.com

**Борислав Струлёв и друзья**

2 МАРТА 17:00  
БОЛЬШОЙ ЗАЛ ФИЛАРМОНИИ

THE BEST OF JAZZ  
состав: джазисты Артём Боровик, Валерий Пономарёв  
Валерий Пономарёв (труба, США)

Солисты Большого театра  
Алексей Татари́нцев (тенор)

ОПЕРНЫЙ БАЛ  
Агу́нда Кулаева (меццо-сопрано)

директор театра Новая опера  
Борислав Струлёв (виолончель)

Анна Бору́к (сопрано)

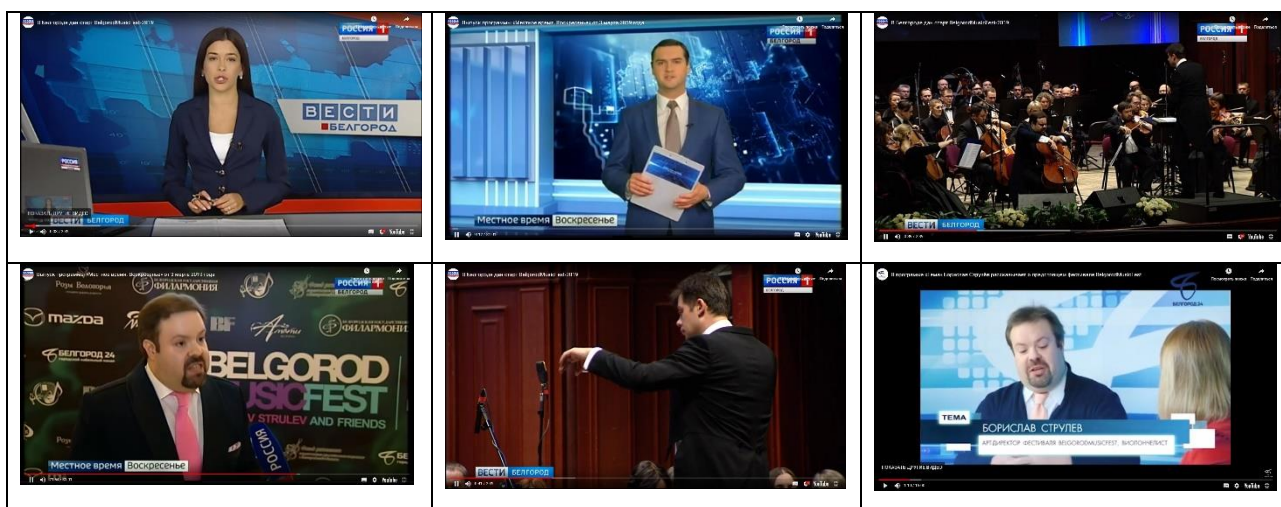
Возвращение  
и классическое  
музыкальное искусство  
Игоря Крутого

ансамбль  
STYLE-QUARTET

Виг-Бэнд No Comment, главный дирижер - Владимир Уваров  
Камерный оркестр Mezzo Music  
художественный руководитель Наталья Борюк  
Симфонический оркестр Белгородской филармонии

Мир Белгородя BF BEL.RU СОБАКА НОВАЯ БЕРГА ФИШКА +7 (4722) 333-319 belg.ru

Телевизионные программы, посвященные фестивалю  
Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»





Официальный аккаунт фестиваля  
Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети Facebook

**BelgorodMusicFest**  
@BelgorodMusicFest

Главная  
Информация  
Фото  
Видео  
Публикации  
Сообщество  
Создать Страницу

Нравится Подписаться Поделиться ...

Регистрация Сообщение

Создайте публикацию...

Фото/видео Отметить др... Отметить по...

**Сообщество** Все

Пригласите друзей поставить "Нравится" этой Странице

Нравится 629 людям

Подписаны 603 человека

**Информация** Все

8 (916) 332-30-76

Отправить сообщение

belgorodmusicfest.ru

Музыкант/группа

Правила

**Прозрачность Страницы** Ещё

Facebook показывает информацию, которая поможет вам лучше понять цель Страницы. Просмотрите действия людей, которые управляют контентом и публикуют его.

Страница создана 26 апреля 2012 г.

**Похожие Страницы**

**Информационно...** Компания по произво... Нравится

**Борис Андрианов** Музыкант/группа Нравится

**Центральный Д...** Театр перформативн... Нравится

Русский · English (US) · Українська · Suomi · Español

Конфиденциальность · Условия использования · Реклама · Выбор рекламы · файлы cookie · Ещё · Facebook © 2019

**Фото**

**Видео**

BelgorodMusicFest - COMPETITION 2019



Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети «ВКонтакте»





## BelgorodMusicFest

Информация

☰ Международный музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest

🌐 [belgorodmusicfest.ru](http://belgorodmusicfest.ru)


Фотографии 142 альбомы

Аудиозаписи: 13

🎵		▼	<p style="margin: 0;"><b>Tango Del Rio</b> Borislav Strulev and "Paporotnik" orchestra</p>	6:52
🎵		▼	<p style="margin: 0;"><b>Polka</b> Borislav Strulev and "Paporotnik" orchestra</p>	5:01
🎵		▼	<p style="margin: 0;"><b>Caravan</b> Borislav Strulev and "Paporotnik" orchestra</p>	3:05


Записи сообщества 🔍



**BelgorodMusicFest**

1 мар 2017

▼



**Белгород — Билайв**

1 мар 2017 в 16:03

Прекрасная весенняя филармония

25 Февраля; 1, 2, 4 Марта 2017

Борислав Струлёв и друзья


VI международный музыкальный фестиваль

BelgorodMusicFest

25 February; 1, 2, 4 March 2017

Borislav Strulev & friends

The 6th international music festival




Вступить в группу

🔔 Включить уведомления


➦ Рассказать друзьям

+👤 Пригласить друзей


★ Сохранить в закладках

Подписан 1 друг 


Участники 110




Мария




Михаил




Владимир



Артём



Виталий



Ирина

Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети Instagram<sup>1</sup>

Instagram

Поиск

belgorodmusicfest

Подписаться

137 публикаций 149 подписчиков Подписки: 234

BelgorodMusicFest  
Главное культурное событие года || Заказ билетов  
belgorodmusicfest.ru

ПУБЛИКАЦИИ ОТМЕТКИ

from Russia  
ne and

ve  
ik  
Cello  
Lounge  
vol. 2

Never Found Again (V  
Noizepunk & BorisLove  
Cello Lounge, Vol. 2

from Russia  
ne and

from Russia  
ne and

from Russia  
ne and

from Russia  
ne and

<sup>1</sup> <https://www.instagram.com/belgorodmusicfest/>

Продолжение приложения №8  
Официальный аккаунт фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья» в социальной сети YouTube

The image shows a screenshot of the YouTube channel page for BelgorodMusicFest. At the top, there is a navigation bar with the YouTube logo, a search bar containing the text "Введите запрос", and several utility icons. Below the navigation bar is a large banner image with the text "MUSICFEST 2018" in large blue and yellow letters, and "BORISLAV STRULEV AND FRIENDS" in smaller blue letters below it. The website address "www.belgorodmusicfest.ru" is visible at the bottom of the banner. Below the banner, the channel name "BelgorodMusicFest" is displayed, along with "315 подписчиков" and a red "ПОДПИСАТЬСЯ 315" button. A horizontal menu below the channel name includes "ГЛАВНАЯ", "ВИДЕО", "ПЛЕЙЛИСТЫ", "КАНАЛЫ", "ОБСУЖДЕНИЕ", and "О КАНАЛЕ". The main content area shows a "Загрузки" section with the option "ВОСПРОИЗВЕСТИ ВСЕ" and a "УПОРЯДОЧИТЬ" button. Five video thumbnails are displayed in a row, each with a title starting with "VIII BELGORODMUSICFEST201..." and view counts ranging from 8 to 23. The thumbnails show various musical performances, including a soloist, a trumpet player, and a string ensemble.

## Приложение №9

Хронология видеосюжетов и радиорепортажей, посвященных фестивалю  
Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»

№	Название статьи	Наименование СМИ	Дата выхода материала
1	В программе «Тема» Борислав Струлёв рассказывает о предстоящем фестивале BelgorodMusicFest.	Телеканал «Белгород 24»	10.01.2019
2	BelgorodMusicFest – 2019: некоторые секреты предстоящего фестиваля	ТРК «Мир Белогорья»	22.02.2019
3	Симфония «Прохоровская битва» открыла BelgorodMusicFest. Репортаж.	ТРК «Мир Белогорья»	25.02.2019
4	В Белгороде стартовал BelgorodMusicFest-2019. Новости.	ТРК «Мир Белогорья»	25.02.2019
5	В Белгороде стартовал международный музыкальный фестиваль «Борислав Струлёв и друзья»	Телеканал «Белгород 24»	25.02.2019
6	В Белгороде дан старт BelgorodMusicFest-2019. Новости.	ГТРК «Белгород»	25.02.2019
7	В поисках юных дарований.	ГТРК «Белгород»	25.02.2019
8	Белгородцам спели о любви на 13 языках. Репортаж. Новости.	ТРК «Мир Белогорья»	26.02.2019
9	BelgorodMusicFest провел конкурс для юных музыкантов.	ТРК «Мир Белогорья»	28.02.2019
10	В Белгороде выступили Rastrelli Cello Quartet и Мэтью Ли	ТРК «Мир Белогорья»	28.02.2019
11	В Белгороде продолжается фестиваль «Борислав Струлёв и друзья»	Телеканал «Белгород 24»	28.02.2019
12	В Белгороде стартует II форум «Media+Music».	ТРК «Мир Белогорья»	28.02.2019
13	Дети-виртуозы в эфире «Мира Белогорья».	ТРК «Мир Белогорья»	28.02.2019
14	Чем удивит Style-Quartet на закрытии фестиваля BelgorodMusicFest.	ТРК «Мир Белогорья»	01.03.2019
15	В Белгороде обсудили медиа-профессии будущего.	ТРК «Мир Белогорья»	01.03.2019
16	В Белгороде провели «Органый вечер при свечах».	ТРК «Мир Белогорья»	01.03.2019

## Продолжение приложения №9

№	Название статьи	Наименование СМИ	Дата выхода материала
17	Первый день II форума «Media+Music».	ТРК «Мир Белогорья»	01.03.2019
18	Ансамбль «Style–Quartet» в студии «Мира Белогорья».	ТРК «Мир Белогорья»	01.03.2019
19	Мистерия поэзии и музыки на BelgorodMusicFest.	ТРК «Мир Белогорья»	01.03.2019
20	Выпуск программы «Местное время. Воскресенье»	ГТРК «Белгород»	03.03.2019
21	В Белгороде завершился VIII Международный музыкальный фестиваль «Борислав Струлёв и друзья».	Телеканал «Белгород 24»	04.03.2019
22	BelgorodMusicFest подарил белгородцам незабываемый музыкальный праздник	ГТРК «Белгород»	05.03.2019
23	Программа «Человек и вера»	ГТРК «Белгород»	06.03.2019
24	Выпуск программы «Горизонт»	ГТРК «Белгород»	07.03.2019

## Приложение №10

## Хронология публикаций в печатных изданиях и информационных порталах фестиваля Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»

№	Название статьи	Наименование СМИ	Дата публикации
1	На открытии BelgorodMusicFest-2019 в Белгородской филармонии выступит лучший трубач XXI века	ТРК «Мир Белогорья»	21.01.2019
2	Лучший трубач XXI века Сергей Накаряков выступит перед жителями региона 23 февраля	Сетевое издание Яковлевского городского округа «Победа 31»	22.01.2019
3	Сергей Накаряков представит своё творчество на музыкальном фестивале BelgorodMusicFest	Сетевое издание Борисовского района «Призыв31»	22.01.2019
4	Фестиваль BelgorodMusicFest откроет лучший трубач XXI века	Информационное агентство «Бел.ру»	22.01.2019
5	В Белгороде на фестивале BelgorodMusicFest-2019 выступит лучший трубач XXI века	Сетевое издание «МОЁ! Белгород»	22.01.2019
6	Трубач Сергей Накаряков исполнит произведения для зрителей BelgorodMusicFest-2019	Сетевое издание Корочанского района «Ясный ключ»	22.01.2019
7	Белгородцы услышат фрагменты шоу DeJa Vu памяти Дмитрия Хворостовского	Сетевое издание «Открытый Белгород»	22.01.2019
8	Фестиваль в Белгороде откроют музыканты с мировым именем	Белгородский городской портал vBelgorode.com	22.01.2019
9	Лучший трубач XXI века выступит в Белгородской филармонии	Сетевое издание белгородского района «Знамя»	22.01.2019
10	Фестиваль BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья» начнётся в области 23 февраля	Сетевое издание Шебекинского городского округа «Красное знамя»	22.01.2019
11	В Белгороде на музыкальном фестивале выступит лучший трубач XXI века Сергей Накаряков	Информационный интернет-портал «Ревизор.ru»	23.01.2019
12	Музыкальный фестиваль «Борислав Струлёв и друзья» стартует 23 февраля	Сетевое издания «БелПресса»	29.01.2019
13	VIII международный музыкальный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»	Газета и портал «Музыкальный Клондайк»	29.01.2019

14	Что ждёт белгородцев на фестивале «Борислав Струлёв и друзья»	Сетевое издание «МОЁ! Белгород»	31.01.2019
----	---	---------------------------------	------------

Продолжение приложения №10

№	Название статьи	Наименование СМИ	Дата публикации
15	Фестиваль «Борислав Струлёв и друзья – 2019»: подробная программа	ТРК «Мир Белогорья»	31.01.2019
16	Стартует VIII Международный музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest «Борислав Струлев и друзья»	Информационный портал «Белгород Собака.ru»	31.01.2019
17	BelgorodMusicFest откроется 23 февраля	Информационное агентство «Бел.ру»	31.01.2019
18	Белгород в 8 раз примет музыкальный фестиваль «Борислав Струлёв и друзья»	Сайт города Белгорода Go31.ru	06.02.2019
19	В Белгороде в восьмой раз пройдёт музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest	Сетевое издание Fonar.tv	06.02.2019
20	Дополненная реальность. Белгородские культурные события теперь доступны и в мобильных	Сетевое издание «Открытый Белгород»	11.02.2019
21	«Belgorodmusicfest2019»: музыкально соединяя поколения	Газета и портал «Музыкальный Клондайк»	13.02.2019
22	Белгород встречает II форум «MEDIA+MUSIC»	Газета и портал «Музыкальный Клондайк»	14.02.2019
23	Борислав Струлев снова собирает друзей. Д.Филатов, Н.Боровик, В.Уваров, симфонический оркестр, Mezzo Music, No Comment, БМФ	Информационный портал «Белгород Собака.ru»	20.02.2019
24	Куда пойти в Белгороде в выходные 23 и 24 февраля. БМФ	Сетевое издание «МОЁ! Белгород»	22.02.2019
25	Белгород готовится принять II форум Media+Music. БМФ.	Информационный интернет-портал «Ревизор.ru»	22.02.2019
26	II форум Media+Music пройдет в Белгороде. БМФ	Информационное агентство InterMedia	22.02.2019
27	VIII Международный фестиваль «BelgorodMusicFest. Борислав Струлёв и друзья – 2019»	ТРК «Мир Белогорья»	22.02.2019
28	В Белгороде стартует восьмой BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья»	Информационное агентство «Бел.ру»	22.02.2019
29	Пять причин посетить музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest-2019	Сетевое издание Fonar.tv	22.02.2019

30	VIII Belgorodmusicfest откроется премьерой симфонической поэмы «Прохоровская битва»	Журнал «А-фишка»	22.02.2019
----	---	------------------	------------

Продолжение приложения №10

№	Название статьи	Наименование СМИ	Дата публикации
31	Белгородцев ждёт восьмое чудо света	Газета «Голос Белогорья»	22.02.2019
32	Джазовая импровизация BelgorodMusicFest началась на литературной гостинной митрополита	Информационное агентство «Бел.ру»	23.02.2019
33	VIII Международный музыкальный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»	Газета и портал «Музыкальный Клондайк»	23.02.2019
34	«Паганини» трубы и симфоническую «Прохоровскую битву» впервые услышали в Белгороде	Информационное агентство «Бел.ру»	24.02.2019
35	Борислав Струлёв: Смотр талантов – региональное чудо, которого все ждали	Сетевое издания «БелПресса»	25.02.2019
36	«Наш маленький Зальцбург». Чем удивляет публику BelgorodMusicFest 2019	Сетевое издания «БелПресса»	25.02.2019
37	В Белгороде проходит VIII Международный музыкальный фестиваль BelgorodMusicFest «Борислав Струлев и друзья»	Газета «Комсомольская правда»	25.02.2019
38	В Белгороде февральскую Митрополичью гостиную посвятили Масленице	Информационное агентство «Бел.ру»	25.02.2019
39	Где кончаются слова, там начинается музыка. Чем удивил публику VIII BelgorodMusicFest	Сетевое издание «Открытый Белгород»	25.02.2019
40	VIII фестиваль BelgorodMusicFest «Борислав Струлёв и друзья» стартовал в Белгороде	Сетевое издание Борисовского района «Призыв31»	26.02.2019
41	Белгородцы увидят «Непревзойденную Кармен».	Информационный портал «Белгород Собака.ru»	26.02.2019
42	Белгородцы смогут стать первыми зрителями фильма «Непревзойденная Кармен»	Сетевое издание «МОЁ! Белгород»	26.02.2019
43	Белгородцы смогут увидеть первыми «Непревзойденную Кармен»	Сетевое издание «Московский Комсомолец в Черноземье»	26.02.2019
44	II Форум «Media+Music»: программа двухдневного интенсива	Информационный портал «Белгород Собака.ru»	26.02.2019



45	В Белгородской филармонии проведут интенсив для журналистов, продюсеров и маркетологов	Сетевое издание «МОЁ! Белгород»	26.02.2019
----	--	---------------------------------	------------

## Продолжение приложения №10

№	Название статьи	Наименование СМИ	Дата публикации
46	На 13 языках актёры мастерской Андрея Щукина рассказали белгородцам о любви	Газета «Голос Белогорья»	26.02.2019
47	Форум «Media+Music»: молодым журналистам	Газета и портал «Музыкальный Клондайк»	27.02.2019
48	В Белгороде наградили 15 финалистов первого конкурса среди одарённых детей	Информационное агентство «Бел.ру»	28.02.2019
49	В Белгороде продолжается фестиваль «Борислав Струлёв и друзья»	Газета «Наш Белгород»	28.02.2019
50	Объявлены лауреаты BelgorodMusicFest-Competition 2019	Информационный портал «Белгород Собака.ru»	28.02.2019
51	О чём спели в Белгороде артисты Мастерской театральных ремёсел Андрея Щукина	Сетевое издания «БелПресса»	28.02.2019
52	Финалисты конкурса среди одарённых детей получили награды в Белгороде	Сетевое издание Борисовского района «Призыв31»	01.03.2019
53	Юные белгородские музыканты получили награды первого конкурса среди одарённых детей	Сетевое издание «Открытый Белгород»	01.03.2019
54	В Белгороде стали известны имена лауреатов BelgorodMusicFest-Competition 2019	Газета «Комсомольская правда»	01.03.2019
55	Борислав Струлёв: Мы обязательно встретимся!	Информационное агентство «Бел.ру»	04.03.2019
56	«Хранители цифрового нимба»: в Белгороде завершился форум «Media+Music»	Информационное агентство «Бел.ру»	04.03.2019
57	«Хранители цифрового нимба»: в Белгороде завершился форум «Media+Music»	Газета и портал «Музыкальный Клондайк»	04.03.2019
58	В Белгороде завершился фестиваль BelgorodMusicFest 2019	Сетевое издание «МОЁ! Белгород»	04.03.2019

## Приложение №11



## Комментарии подписчиков социальной сети Facebook на посты, посвященные фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»



	<b>Ирина Бабина</b> Космос, на мой взгляд! Такую картину, как ребус, нужно решать часами, обложившись энциклопедиями! Браво художнику!	1
Нравится · Ответить · 11 нед.		
↳ 2 ответа		
	<b>Елена Еременко</b> Судя по фотографиям мероприятие было фееричным! Спасибо за приобщение к великой культуре	...
Нравится · Ответить · 12 нед.		
	<b>Александр Захаров</b> Обязательно с Струлевым. Дайте ему тогда прописку Белгородскую. В чем при_ина его популяриности в Белгороде более чем в москве	
Нравится · Ответить · 12 нед.		
	<b>Ольга Артюшина</b> Концерт восхитительный!	1
Нравится · Ответить · 12 нед.		
	<b>Ksenia Avramenko</b> Радость и гордость от того, что удалось участвовать в одном из концертов BelgorodMusicFest! Это было незабываемо! Это было действительно круто! Впечатления останутся надолго!	1
Нравится · Ответить · 11 нед.		
	<b>Ksenia Avramenko</b> Чудесные, волшебные фотографии!	2
Нравится · Ответить · 10 нед.		
	<b>Татьяна Тарасова</b> Ой, Валерий Пономарев дорогой был!!! Borislav Strulev, Бориславушка, в следующем году тоже приеду. Какие вы все прекрасные! Чудесные фотографии Наталья Тоскина Натальи! Люблю, когда все гармонично.	3
Нравится · Ответить · 11 нед. · Отредактировано		
	<b>Ирина Бабина</b> Это выше всяческих похвал! смотреть всем!)))	
Нравится · Ответить · 11 нед.		


## Приложение №12

Комментарии подписчиков социальной сети «ВКонтакте» на посты, посвященные фестивалю Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»



Сначала старые ▾



 **Марина Дорожко**  
Великолепная программа! А ребята - просто молодцы, сыграли, спели - энергетика сумасшедшая! Артисты)👍👍👍  
25 фев в 22:34 Ответить  2


 **Белгородская филармония**  
Марина, очень рады, что вам понравилось! Надеемся, актёры Мастерской театральных ремёсел Андрея Щукина ещё не раз посетят нас со своими постановками.  
26 фев в 9:39 Ответить  2



 **Елена Цыгулева**  
Шикарная постановка!!! Браво!!!  
👍👍👍  
13 мар в 6:05 Ответить

Сначала старые ▾

 **Екатерина Михайликова**  
Большое спасибо за великолепное выступление!!!  
26 фев в 11:41 Ответить  3

 **Светлана Воротынцева**  
Замечательный спектакль! Просто праздник! Спасибо!!!  
26 фев в 14:53 Ответить  2

 **Елена Цыгулева**  
Бесподобно! Супер! Такая мощная энергетика!!! Спасибо огромное!!!  
👍👍👍  
13 мар в 6:13 Ответить

 **Елена Мещерякова**  
Семен Штепа- умничка, настоящий Талант!!!! Удачи тебе и новых побед!!!  
28 фев в 6:17 Ответить  2

## Приложение №13

Сводная таблица проданных билетов на VIII международный фестиваль  
Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья»

<b>Наименование события</b>	<b>Дата и время события</b>	<b>Количество проданных билетов</b>
VIII международный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Открытие.	23 февраля, 17:00, суббота	464
VIII международный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». «Quasi una fantasia».	25 февраля, 19:00, понедельник	200
VIII международный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». День 2.	27 февраля, 19:00, среда	454
VIII международный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Ночной концерт в Органном зале.	28 февраля, 19:00, четверг	203
VIII международный фестиваль Belgorodmusicfest «Борислав Струлёв и друзья». Закрытие.	02 марта, 17:00, суббота	471