

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 7.091.4



Особенности фирменного стиля фестиваля как среды-события

Екатерина Валерьевна СЕРТАКОВА ✉

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»
392000, Российская Федерация, г. Тамбов, ул. Интернациональная, 33

✉ cat.sertakowa@yandex.ru

Аннотация. Представлены теоретические основы понятия фирменного стиля фестиваля, включая его концепцию, элементы и носителей. Дано описание различных типов фестивалей, а также требований и принципов создания фирменного стиля. Проведен анализ примеров мировых фестивалей и их отдельных компонентов. Сделан вывод о необходимости применения комплексного подхода при организации фестиваля как среды-события и создании его фирменного стиля.

Ключевые слова: фестиваль, среда, событие, фирменный стиль, дизайн, креативные индустрии

Для цитирования: Сертакова Е.В. Особенности фирменного стиля фестиваля как среды-события // Державинский форум. 2025. Т. 9. № 3. С. 374-380.

ORIGINAL ARTICLE
UDC 7.091.4

Features of the festival's corporate identity as an event environment

Ekaterina V. SERTAKOVA ✉

Derzhavin Tambov State University
33 Internatsionalnaya St., Tambov, 392000, Russian Federation

✉ cat.sertakowa@yandex.ru

Abstract. The theoretical foundations of the festival's corporate identity concept, including its concept, elements, and media, are presented. Various types of festivals are described, as well as the requirements and principles of creating a corporate identity. The analysis of examples of world festivals and their individual components is carried out. The conclusion is made about the need to apply an integrated approach to the organization of the festival as an event environment and the creation of its corporate identity.

Keywords: festival, environment, event, corporate identity, design, creative industries

For citation: Sertakova, E.V. (2025). Features of the festival's corporate identity as an event environment. *Derzhavinskii forum = Derzhavin Forum*, vol. 9, no. 3, pp. 374-380.

ВВЕДЕНИЕ

Фестиваль – это крупное мероприятие, объединенное общей темой – культурой, искусством, образованием, включающее выступления артистов, демонстрацию экспонатов, проведение образовательных мероприятий и других активностей. Для сферы креативных индустрий фестивали выступают платформой для презентации компетенций организаторов и участников, талантов и передовых инициатив.

Значение креативных фестивалей определяется их вкладом в привлечение аудитории и инвесторов, стимулированием экономического роста региона. Подобные события открывают возможности молодым творческим людям – дизайнерам, музыкантам, писателям и другим представителям креативных профессий – для воплощения собственных замыслов и карьерного продвижения».

В креативных индустриях к настоящему времени занято множество компаний, и отрасль продолжает расширяться. Одним из важных направлений в изучении креативных индустрий является формирование фестивального пространства, принципы его организации. Современные исследования осуществляются по следующим основным направлениям: история развития фестивального движения, качественные и количественные характеристики участников мероприятий, брендинг и его значение при оценке заинтересованности и активности посещающих фестивали [1–6].

Целью исследования является выявление особенностей фирменного стиля фестиваля, которые позволяют идентифицировать его как средо-событие.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для выявления специфики фестивалей в структуре креативных индустрий

целесообразно обратиться к их классификации. Фестивали делятся на такие виды, как:

1. Тематические фестивали. Например, ориентированные на мир комиксов, кино, поп-культуры и другие искусства, где участники создают свои произведения и демонстрируют свободу творческого выражения.

2. Спортивные фестивали. Варьируются от крупных международных соревнований, таких как Олимпийские игры, до местных мероприятий, посвященных различным видам спорта.

3. Кинофестивали. Международные кинофестивали имеют широкую аудиторию и предоставляют возможность зрителю познакомиться с особенностями мирового кинематографа. Существуют национальные кинофестивали, фестивали игрового, авторского кино и др., которые осуществляют различные функции. Например, Московский международный кинофестиваль способствует знакомству с отечественным кино, его популяризации.

4. Музыкальные фестивали. Также представлены мероприятиями различного уровня, от международных до локальных. Имеют огромное разнообразие жанров и направлений. Как правило, отличаются масштабностью по числу участников.

5. Театральные фестивали. Интересны как традиционными постановками, так и своей новаторской деятельностью.

6. Этнические и фольклорные фестивали играют важную роль, так как способствуют сохранению истории народа в сфере языка, культуры и искусства. Многие этнические фестивали интересны не только самим носителям национальной культуры, но и представителям других культур. Их программа включает народные танцы, песни, ярмарки ремесел, демонстрации традиционных костюмов.

Исходя из представленной классификации, можно сделать заключение, что

фестивали представляют собой яркие культурные и социальные события, реализуемые в разнообразных формах. Каждое мероприятие обладает собственной уникальной атмосферой и направлено на удовлетворение запросов целевой аудитории. Все перечисленные типы массовых мероприятий, в той или иной степени, способствуют сохранению и трансляции культурного наследия различных народов нашей планеты.

Самобытный образ фестиваля создается за счет его фирменного стиля – набора визуально узнаваемых компонентов, формирующих уникальный облик и подчеркивающих отличие от конкурентов. К ним относятся логотип, фирменные цвета, типографика, лозунги, упаковка и прочие идентифицирующие атрибуты. Такой стиль способствует легкому распознаванию продуктов и услуг потребителями, создавая положительное впечатление и укрепляя доверие к бренду.

Особенностью фестивалей креативных индустрий является объединение специалистов из различных областей творческой деятельности, позволяющее демонстрировать таланты, обмениваться идеями и вдохновляться новыми проектами. Существует немало примеров подобных мероприятий. Одним из самых известных является международный фестиваль «Каннские львы». Этот фестиваль проводится во Франции. Получить признание жюри данного фестиваля считается очень престижным в мире креативных индустрий и дизайна. Фестиваль ведет свое происхождение с 1953 года и до сегодняшнего дня считается одним из самых значительных для данной сферы. Работы, представляемые на фестивале, часто являют собой выдающиеся образцы искусства рекламы, брендинга, анимации, других видов искусства дизайна и коммуникации. Оцениваются представленные работы по ряду критериев: оригинальность идеи, высокая функцио-

нальность и эстетическая привлекательность. Участники фестиваля устраивают собственные экспозиционные зоны, украшенные зачастую эффектными инсталляциями, превращаясь сами по себе в объекты современного искусства. Эти экспозиции используют современные технологии, необычные формы и качественные материалы, раскрывая творческий потенциал авторов и предлагая посетителям незабываемые впечатления. Кроме демонстрационных площадок, на фестивале проходят лекции ведущих экспертов отрасли, проводятся мастер-классы и семинары, освещающие широкий спектр профессиональных вопросов на тему базовых принципов графического дизайна и последних тенденций в цифровой среде. Большое внимание уделяется вопросам веб-разработки, мобильного приложения и digital-media. Данный фестиваль представляет собой мероприятие, которое на протяжении многих лет задает высокие стандарты мастерства в отрасли, а также является образцом профессиональной культуры.

Другой фестиваль, который можно назвать в качестве примера из сферы креативных индустрий в отрасли дизайна и рекламы, – это «Лондонский фестиваль дизайна». Участники фестиваля представляют свои работы по дизайну, архитектуре, различным видам других как традиционных, так и современных искусств. На фестиваль собираются участники из многих стран мира, а формат проведения включает в себя выставки, инсталляции, лекции, мастер-классы и многое другое. Фестиваль интересен тем, что его участниками используются новейшие технологии и материалы. Поскольку участвуют представители разных стран мира, то есть уникальная возможность для обмена опытом. Многие работы представлены в экспериментальных направлениях. Образовательная составляющая фестиваля представлена больш-

шим количеством публичных выступлений, обсуждений и учебных занятий. Специалисты высокого уровня передают знания и практические советы начинающим дизайнерам, поддерживая их профессиональный рост и адаптацию в быстро меняющейся отрасли.

Рассматривая отечественные примеры в области организации фестивалей, целесообразно отметить московский фестиваль креативных индустрий “Design Weekend Moscow”. Данное мероприятие представляет собой крупномасштабное событие, посвященное разным направлениям дизайна, которое традиционно проходит в столице России. Оно нацелено на ознакомление широкого круга лиц с самыми свежими трендами, техническими новациями и результатами работы в этой сфере. Главная миссия фестиваля – привлечь интерес публики к дизайну, поддержать российских специалистов и продвинуть отечественный дизайн на глобальном рынке. Сейчас “Design Weekend Moscow” – это многоэтапное событие продолжительностью несколько дней, включающее массу интересных секций. Например, гости посещают специализированные выставки, участвуют в деловых встречах и обсуждениях, приобретают новый опыт на занятиях и знакомятся с премьерными изделиями. Важным преимуществом фестиваля является разнообразие рассматриваемых тем и межотраслевое взаимодействие: участие принимают специалисты из разных областей дизайна, обмениваясь мнениями и черпая свежие идеи друг у друга. Благодаря этому мероприятию российское творчество получает широкую известность и находит свое место на мировом горизонте. Место проведения фестиваля выбирается заранее – это просторные выставочные комплексы и художественные галереи столицы, обеспечивающие удобство перемещения, свободный доступ ко всем видам активности.

Фестивали различны по своей тематике, что также отражается на бренде мероприятий. Фестивали представляют собой яркие культурные и общественные события, проходящие в разных форматах. Каждый фестиваль уникален и нацелен на удовлетворение запросов определенной аудитории.

В условиях конкуренции наличие четких отличительных черт является основополагающим фактором успеха. Лояльность со стороны потребителей создается при помощи впечатлений и эмоций, которые создает бренд, соответствующий ожиданиям. Кроме того, отличие от других брендов на конкурентном рынке обеспечивает доверие и надежность. Основная задача заключается в поддержании единства коммуникаций бренда во всех его аспектах. Оно способствует сохранению целостности и уникальности бренда, предотвращая некорректное использование его элементов.

С точки зрения дизайна фестиваль представляет собой инструмент для презентации бренда, привлечения целевой аудитории (ЦА) и повышения популярности продуктов и услуг у потребителей. Брендинг через фестиваль базируется на создании особого впечатления у участников. Атмосфера события, качество программы и взаимодействия с посетителями формирует уникальный опыт, усиливающий связь с брендом. Уникальность фестиваля способствует закреплению образа бренда в восприятии. При этом формат мероприятия определяет, какое впечатление сложится у публики. Так, например, музыкальный фестиваль вызывает ассоциации с молодежной культурой, тогда как научно-популярная площадка ассоциируется с новаторством и развитием технологий.

Фестивали обеспечивают прямое взаимодействие с ЦА посредством интерактивных зон и различных мероприятий. Личный контакт способствует укреп-

плению эмоциональной связи с брендом и повышению уровня доверия потребителей. Современные мероприятия активно задействуют социальные сети для продвижения и взаимодействия с участниками. Фотоматериалы, видео и авторский контент формируют при этом единый образ, который распространяется среди множества подписчиков. Таким образом, использование социальных сетей позволяет эффективно увеличивать популярность бренда. Участие в фестивалях нередко подразумевает партнерство с другими компаниями. Подобные коллаборации существенно расширяют аудиторию бренда, усиливают его влияние и добавляют новые смысловые оттенки. Фестивали представляют собой прекрасную возможность для представления и апробации новых продуктов, например, литературных работ, кинофильмов или инновационных гаджетов. Возможность непосредственного общения с потенциальными потребителями дает шанс получить мнения касательно выпускаемой продукции и скорректировать маркетинговую стратегию. Такие события часто включают поддержку социальных проектов, направленных на охрану окружающей среды, образование и медицину. Подобная активность подчеркивает приверженность бренда корпоративной ответственности и укрепляет позитивный имидж перед широкой публикой. Следовательно, фестиваль выступает многогранным средством, позволяющим компаниям продвигать свою продукцию и услуги, а также формировать эмоциональную привязанность у аудитории.

В понятие фирменного стиля входит система визуальных и словесных компонентов, создающих неповторимый облик организации и подчеркивающих ее уникальность относительно конкурентов. Согласно этому определению, фирменный стиль включает различные аспекты внешнего оформления и практического приме-

нения. Разработка дизайн-концепции фестиваля включает выбор темы мероприятия, разработку бренда и фирменного стиля, организацию пространства, графическое наполнение и многое другое.

Определение общей концепции и темы является наиболее важным этапом при разработке проекта. Она должна четко отражать цели и задачи мероприятия, привлекая при этом целевую аудиторию. Брендинг и айдентика играют ключевую роль в создании узнаваемого образа фестиваля, начиная от логотипа и заканчивая оформлением всей рекламной продукции. Пространственное планирование включает выбор подходящей площадки и ее оптимальную планировку, учитывая удобство передвижения участников, наличие необходимой инфраструктуры и обеспечение безопасности. Визуальное оформление сцены, палаток, входных групп и других элементов должно гармонизировать с выбранной темой и создавать соответствующую атмосферу. Мультимедийные технологии добавляют динамики и привлекательности, делая мероприятие современным и интересным. Экологическая ответственность становится все более важным элементом дизайна, включая использование переработанных материалов и организацию раздельного сбора отходов.

Для продвижения фестиваля крайне важна грамотная маркетинговая стратегия, охватывающая социальные платформы, уличные рекламные носители и взаимодействие с партнерами. Фестиваль должен предлагать зрителям разноплановую программу мероприятий, привлекательную для разных возрастных групп. Организация безопасности играет ключевую роль в успехе события, гарантирует комфорт и безопасность посетителей, наличие современной техники, качественное обслуживание. В завершение мероприятия важно провести детальную оценку результатов, изучить мнение зри-

телей и учесть полученные рекомендации для повышения качества будущих мероприятий.

ВЫВОДЫ

Качественный дизайн-проект формирует и подчеркивает особенности фирменного стиля фестиваля как среды-события и предполагает комплексный подход и особое внимание к деталям, способствуя созданию яркого впечатления и привлечению аудитории.

Наличие фирменного стиля у фестиваля помогает развитию и продвижению таких сфер, как:

- туризм. Фестивали играют важную роль в туристической отрасли региона. Креативные, хорошо организованные фестивали привлекают множество посетителей не только из региона проведения, но и из других областей страны, а также иностранных гостей. Развитие туристической сферы, в свою очередь, способствует развитию различных сфер жизни региона: культурной, экономической, транспортной и др.;

- образовательная деятельность. Фестиваль выполняет не только развлекательную функцию, но также служит образовательным целям. Часто в рамках фестиваля проводятся лектории, мастер-классы, другие мероприятия просветительского характера. Благодаря таким мероприятиям посетители имеют возможность приобрести новые знания и навыки, повысить уровень эрудиции посредством нескучной формы взаимодействия с преподавателем. Такая форма позволит не только приобрести новые знания, но и углубить существующие;

- объединение общества. Фестиваль как мероприятие массового характера способствует объединению представителей различных групп общества (возрастных, профессиональных и др.). Бла-

годаря фестивалю создается особая атмосфера коммуникации, где могут общаться люди, вовлеченные в одно и то же дело, основанное на поддержании общих ценностей из сферы культуры, искусства, творчества;

- предпринимательская деятельность. Фестиваль предоставляет широкую возможность предпринимателям представить свою продукцию в сферах общественного питания, кустарного производства, сувенирной продукции и т.д. Таким образом, одна из функций фестиваля - это поддержка малого бизнеса, его продвижение и развитие;

- сохранение культурно-исторического наследия. Данная функция фестивалей имеет очень большое значение, так как всемерно способствует поддержанию традиционной культуры, знаний об истории региона. В современном мире такая деятельность играет огромную роль, поскольку велико влияние универсальных культурных ценностей и массовой культуры;

- экология. Проводится множество фестивалей на экологическую тематику. Они выполняют как просветительскую, так и практическую функции. В рамках таких фестивалей можно узнать больше о новых экологических инициативах, поучаствовать в раздельном сборе мусора и прочей деятельности по сохранению природы;

- вовлечение молодежи. Важно привлекать как можно больше молодежи к фестивальному движению, так как это одна из наиболее активных групп общества, способствующих появлению новых идей, способных осуществлять креативные практики. Для самой молодежи такая деятельность также является важной, так как способствует личностному развитию, формированию новых навыков. Кроме того – это общественно-полезная деятельность.

Список источников

1. Барабанов А.А. Музыкальный фестиваль как явление культуры: региональные фестивали в культурной политике России // Культура и цивилизация. 2015. № 6. С. 39-54. <https://elibrary.ru/vmafzl>
2. Парамонова Л.С. Театральный фестиваль «Виват, театр!»: история и потенциал развития // Державинский форум. 2019. Т. 3. № 12. С. 141-149. <https://elibrary.ru/khjltts>
3. Салынина С.Ю. История зарождения и развития фестивального движения: от истоков до наших дней // Модернизация культуры: пространство, границы, переходы: материалы X Междунар. науч.-практ. конф. Самара, 2024. С. 231-237. <https://elibrary.ru/brhkfv>
4. Сертакова Е.В. Брендинг фестивалей как способ популяризации креативных индустрий // Державинский форум. 2024. Т. 8. № 4 (32). С. 526-533. <https://elibrary.ru/cgguno>
5. Симонова И.Ф. Социально-культурное проектирование: технология предварительного проектного исследования. Санкт-Петербург: Научное издательство, 2020. 330 с. <https://elibrary.ru/vrkcow>
6. Штанько Е.С., Калашникова Н.Н., Ефремова Н.В. Региональные культурные бренды как способ продвижения и социально-культурного развития территорий // Современные наукоемкие технологии. 2019. № 10-2. С. 381-386. <https://elibrary.ru/dvikvp>

References

1. Barabanov A.A. (2015). Music festival as a cultural phenomenon: regional festivals in the cultural policy of Russia. *Kul'tura i tsivilizatsiya = Culture and Civilization*, no. 6, pp. 39-54. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vmafzl>
2. Paramonova L.S. (2019). Theater festival "Vivat, Theater!": History and development potential. *Derzhavinskii forum = Derzhavin Forum*, vol. 3, no. 12, pp. 141-149. (In Russ.) <https://elibrary.ru/khjltts>
3. Salynina S.Yu. (2024). The history of the festival movement: from the origins to the present day. *Materialy 10 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Modernizatsiya kul'tury: prostranstvo, granitsy, perekhody» = Proceedings of the 10th International Scientific and Practical Conference "Modernization of Culture: Space, Borders, Transitions"*. Samara, pp. 231-237. (In Russ.) <https://elibrary.ru/brhkfv>
4. Sertakova E.V. (2024). Festival branding as a way to popularize creative industries. *Derzhavinskii forum = Derzhavin Forum*, vol. 8, no. 4 (32), pp. 526-533. (In Russ.) <https://elibrary.ru/cgguno>
5. Simonova I.F. (2020). *Socio-Cultural Design: Technology of Preliminary Design Research*. St. Petersburg, High Tech Publ., 330 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vrkcow>
6. Shtan'ko E.S., Kalashnikova N.N., Efremova N.V. (2019). Regional cultural brands as a method of advancement and socio-cultural development of territories. *Sovremennye naukoemkie tekhnologii = Modern High-Tech Technologies*, no. 10-2, pp. 381-386. (In Russ.) <https://elibrary.ru/dvikvp>

Информация об авторе

Сертакова Екатерина Валерьевна, магистрант по направлению подготовки «Педагогический дизайн», Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация, cat.sertakowa@yandex.ru

Information about the author

Ekaterina V. Sertakova, Master's Degree Student in "Pedagogical Design" Program, Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation, cat.sertakowa@yandex.ru

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 15.07.2025

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 18.09.2025

Принята к публикации / Accepted for publication 22.09.2025