

Paulina Urban

„CARPATHIA FESTIVAL” – ELEMENT PROMOCJI MIASTA RZESZOWA

W ciągu ostatnich kilku lat władze Rzeszowa znaczną uwagę skierowały na promocję miasta. Stworzono kampanie wizerunkowe mające na celu m.in. uświadomienie, że rozwija się ono bardzo prężnie, gwarantuje dobrą organizację prestiżowych wydarzeń i rozrywkę na wysokim poziomie. Kreowanie takiego obrazu stolicy Podkarpacia zarówno wśród mieszkańców tego regionu, całej Polski, jak i świata umożliwia odbywający się od pięciu lat, współorganizowany przez Urząd Miasta, Międzynarodowy Festiwal Piosenki „Carpathia Festival”.

Założeniami organizatorów jest to, by Rzeszów stał się centrum współpracy uzdolnionej młodzieży z całej Europy i nie tylko. Dyrektor „Carpathia Festival”, Anna Czeneczek, w jednym z wywiadów dla „Gazety Wyborczej” mówi: „Nasz festiwal służy promocji młodych wykonawców, ale także promocji naszego miasta. Na wielu stronach internetowych polskich miast widnieją informacje o festiwalu i zachęta: «głosujcie na naszego reprezentanta»”¹. Dlatego z biegiem lat zmieniały się kryteria dla zgłaszających się do udziału w nim artystów, zwiększała się pula nagród, pojawiły możliwości nagrania przez najzdolniejszych własnej płyty ułatwiającej start na rynku muzycznym. Przy okazji festiwalu organizatorzy promowali zawsze rodzimą twórczość, umożliwiali występy nie tylko artystom światowej sławy czy tym z zagranicy, ale także rzeszowskim i podkarpackim wykonawcom prezentującym różnorodne dziedziny sztuki.

Promocja miasta

W strukturach Urzędu Miasta Rzeszowa znajduje się podmiot odpowiedzialny za promocję miasta – Wydział Promocji, Kultury i Sportu, w skład którego wchodzi Referat Promocji i Współpracy z Zagranicą oraz Referat Kultury, Sportu i Turystyki². Do najważniejszych zadań wydziału w zakresie promocji należy: organizowanie imprez promocyjnych krajowych i zagranicznych, współpraca w zakresie promocji miasta z organami administracji rządowej i samorządowej, stowarzyszeniami i innymi organizacjami

¹ <http://miasta.gazeta.pl/rzeszow/1,80044,4134053.html>

² <http://bip.erzeszow.pl/wydzialyurzedumiasta/wydzial-promocji-i-sportu>

i instytucjami, zlecenie do wykonania materiałów promocyjnych i informacyjnych o mieście, opracowywanie katalogu informacyjnego o możliwościach inwestowania w mieście. W dziedzinie kontaktów zagranicznych wydział zobowiązany jest m.in. do utrzymywania kontaktów z miastami partnerskimi oraz przygotowywania projektów porozumień o współpracy między Rzeszowem a miastami i instytucjami zagranicznymi. Do zadań wydziału w zakresie kultury należy: planowanie dotacji z budżetu miasta dla miejskich instytucji kultury, współpraca ze związkami i stowarzyszeniami twórców oraz organizacjami społecznymi w zakresie upowszechniania kultury, koordynacja działalności prowadzonej przez miejskie placówki upowszechniania kultury, organizowanie oraz współudział w przygotowywaniu imprez kulturalnych na terenie miasta, organizowanie uroczystych rocznic i obchodów świąt narodowych, szkolnych imprez kulturalno-oświatowych; prowadzenie spraw dotyczących wydawania zezwoleń na organizację imprez kulturalno-artystycznych, tworzenie, przekształcanie i likwidacja miejskich instytucji kultury; opracowywanie programów udzielania dotacji w dziedzinie promocji kultury, nauki i oświaty, jak również prowadzenie rejestru samorządowych instytucji kultury. W zakresie sportu i turystyki wydział jest zobligowany m.in. do: planowania środków budżetowych na funkcjonowanie placówek kultury fizycznej, dofinansowania związków, klubów i stowarzyszeń sportowych, nadzoru nad działalnością stowarzyszeń kultury fizycznej i związków sportowych oraz udzielania im pomocy w realizacji zadań, upowszechniania kultury fizycznej, sportu i turystyki, współudziału w organizowaniu imprez sportowo-rekreacyjnych na terenie miasta, podejmowania inicjatyw inspirowanych rozwój i upowszechnienie sportu osób niepełnosprawnych. Pracujący w nim urzędnicy odpowiadają także za prowadzenie oficjalnej strony internetowej urzędu oraz *Biuletynu Informacji Publicznej*, a także analizowanie ukazujących się na stronach internetowych informacji o mieście oraz formułowanie odpowiednich dla celów jego promocji wniosków³.

Właściwa promocja odgrywa niezwykle istotną rolę w zmianie postrzegania miasta. Od kilku lat obserwujemy dążenia wielu polskich miast do wykreowania i utrwalania korzystnej promocji i marki. Dlatego też rzeszowscy radni 19 grudnia 2008 roku podjęli uchwałę o przyjęciu strategii marki i programu promocji Rzeszowa na lata 2009–2013, której hasłem promocyjnym jest „Rzeszów – stolica innowacji”⁴. Program ten powstał, aby zmienić niekorzystny obraz miasta kojarzącego się z wysokim bezrobociem, nieciekawą infrastrukturą i małymi możliwościami szeroko rozumianego rozwoju. Urząd Miasta Rzeszowa zlecił przygotowanie polityki marki i programu promocji poznańskiej firmie Public Profits. Przygotowany dokument składa się z czterech części: diagnozy miasta oraz oceny jego stanu społeczno-ekonomicznego, analizy SWOT (wskazującej mocne i słabe strony, a także szanse i zagrożenia dla rozwoju), Strategii Marki Rzeszów oraz Programu Promocji Miasta Rzeszowa. Powstało także nowe logo miasta, które jest nowatorskim opracowaniem herbu Rzeszowa.

Pojęciem marki, zasugerowanym przez Amerykańskie Stowarzyszenie Marketingu, określa się „nazwę, termin, symbol bądź projekt graficzny lub ich kombinację, których

³ Tamże.

⁴ <http://www.rzeszow4u.pl/aktualnosci/„rzeszow---stolica-innowacji”-strategia-promocyjna-miasta-przyjeta.html>

celem jest identyfikowanie towarów lub usług jednego sprzedawcy lub grupy sprzedawców oraz ich odróżnienie od towarów lub usług oferowanych przez konkurencję⁵. Urzędnicy miasta zgłosili konieczność, aby marka Rzeszów uwzględniała zarówno strategię rozwojową, jak i realne plany inwestycyjne dla miasta⁶.

Na multimedialną prezentację, która odbyła się w listopadzie 2008 roku, zaproszono miejskich radnych, posłów i eurodeputowanych, władze województwa, administracji państwowej i lokalnej, przedstawiciele uczelni i biznesu, działacze sportowych i osobistości kultury. W dokumencie przygotowanym przez Public Profits znalazł się zapis, że marka Rzeszów będzie się opierać na założeniu innowacyjności miasta zarówno w sektorze gospodarki, jak i kultury oraz nauki⁷. Strategia została przyjęta pomimo wielu obaw, że Rzeszów nie sprostą założeniom programu promocji i marki. Wątpliwości te wynikają w dużym stopniu z umieszczenia w nazwie marki słowa „stolica”, co zdaniem miejskich radnych jest ogromnym zobowiązaniem do wypracowania i utrzymywania najwyższego poziomu we wszystkich dziedzinach, tzw. submarek⁸.

W dokumencie *Strategia Marki Rzeszów na lata 2009–2013 oraz Program Promocji Miasta Rzeszowa na lata 2009–2013* czytamy, że submarkami, czyli czterema składowymi głównej marki, mają być: centrum przemysłu lotniczego, centrum zaawansowanych technologii, ośrodek akademicki wyspecjalizowany w unikatowych kierunkach i centrum badań nad Polonią i migracjami⁹. W części dotyczącej promocji znalazł się akapit mówiący o zgodnych z marką, propagujących Rzeszów wydarzeniach kulturalnych. W czołówce znalazły się: „Rzeszów air show”, Światowy Festiwal Polonijnych Zespołów Folklorystycznych, „RZESZOFF Festival – festiwal sztuk niezależnych” oraz „Breakout Festival” jako imprezy, które są lub mają szansę być szeroko promowane przez ogólnopolskie media. Na kolejnym miejscu umieszczono Wielokulturowy Festiwal Galicja oraz Międzynarodowy Festiwal Piosenki „Carpathia Festival”.

Nowa strategia promocji i marki Rzeszowa została pozytywnie zaopiniowana nie tylko przez radnych, ale i mieszkańców miasta. W wypowiedziach dla „Gazety Wyborczej”, podkreślali, że jest ona wymagająca, ale dzięki temu otwiera miasto na nowe możliwości. Zwrócono uwagę na pojemność hasła, które zawiera zarówno naukę, rozwój miasta, biznes, jak i kulturę, i sztukę¹⁰.

W styczniu 2009 roku rozpoczęła się w Rzeszowie kampania wizerunkowa miasta, która ma przekonać mieszkańców Polski, że jest to miejsce dobre do życia¹¹. W jej ramach wykorzystano wizerunek zespołu „Pectus”, w którego skład wchodzi muzycy pochodzący z Rzeszowa. Podczas konferencji Dyrektor Wydziału Promocji, Kultury i Sportu Urzędu Miasta Rzeszowa przedstawił przebieg kampanii. Zaprezentowany został również projekt billboardu, który później rozwieszono w wybranych miastach Polski.

⁵ Za: Ł. Gawęł, *Zarządzanie marką a rynek usług kulturalnych – na przykładzie szlaku architektury drewnianej*, (w:) Ł. Gawęł i E. Orzechowski (red.), *„Zarządzanie w kulturze”*, t. 7, s. 123.

⁶ <http://www.marketing-news.pl/message.php?art=19354>

⁷ Dokument jest dostępny na stronie: www.rzeszow.pl/file/2591/Strategia%20Marki%20Rzeszow.pdf

⁸ M. Baran, *Rzeszów – stolica innowacji*, „Gazeta Wyborcza” 28 listopada 2008.

⁹ www.rzeszow.pl/file/2591/Strategia%20Marki%20Rzeszow.pdf

¹⁰ M. Baran, dz. cyt.

¹¹ <http://www.rzeszow.pl/aktualnosci/2054,rzeszow-poleca-zespol-pectus-pectus-poleca-rzeszow-miejsce-dla-ciebie-pl.html>

Utworzono także stronę internetową prezentującą mocne strony Rzeszowa oraz informacje o zespole „Pectus”. W zamian za kampanię promocyjną oraz pięćdziesiąt tysięcy złotych zespół „Pectus” w udzielanych wywiadach i na koncertach ma mówić o Rzeszowie, a przed każdym jego koncertem na telebimie ma się pojawiać krótki film promujący miasto.

Elementami nowej kampanii wizerunkowej jest przedstawienie Rzeszowa jako miasta, które

„inspiruje, daje wolność i pomaga znaleźć swoje miejsce; miejsca dobrego startu do kariery – nauki, studiowania, rozwoju, w końcu do życia; miasta dobrze prosperującego, z osiągnięciami, dużym potencjałem i gwarancją sukcesu; miasta dynamicznie się rozwijającego, o ważnym znaczeniu gospodarczym, nowoczesnego z tradycjami; miasta turystycznie atrakcyjnego, dobrze geograficznie usytuowanego, skąd wszędzie blisko”¹².

Jej założeniem jest zachowanie opisanej i obowiązującej marki Rzeszów z wykorzystaniem wizerunku zespołu „Pectus” (w kontekście jego kariery i sukcesów na „Carpathia Festival” i „Sopot Festival”). Kampania wizerunkowa ma na celu zachęcenie młodych osób do odwiedzenia strony internetowej, a przez to – wzrost popularności Rzeszowa wśród młodzieży. Reklamy kampanii znalazły się w kilku ogólnopolskich stacjach telewizyjnych i radiowych, na portalach internetowych oraz billboardach.

Carpathia Festiwal

Festiwal piosenki „Carpathia Festival” powstał z inicjatywy Anny Czenczek¹³, muzyka, wokalistki i pedagoga, laureatki wielu międzynarodowych i ogólnopolskich konkursów wokalnych. Jest ona od 2000 roku dyrektorem Centrum Sztuki Wokalnej w Rzeszowie¹⁴, które działa przy Podkarpackim Związku Piłsudczyków. Centrum Sztuki Wokalnej przez organizowanie zajęć z emisji głosu, dykcji, interpretacji, ruchu scenicznego połączonego z grą aktorską, jak również naukę zasad ubioru i charakterystyki pozwala młodym artystom rozwijać swoje pasje i zainteresowania. Podopieczni A. Czenczek są zdobywcami wielu nagród w licznych festiwalach, konkursach czy przeglądach organizowanych zarówno w Polsce jak i za granicą.

Pierwsza edycja festiwalu miała miejsce w dniach 1–3 maja 2005 roku. Wówczas był to jeszcze nie międzynarodowy, ale I Ogólnopolski Festiwal Piosenki Polskiej. Organizatorami byli: Wydział Promocji, Kultury i Sportu Urzędu Miasta Rzeszowa, Centrum Sztuki Wokalnej oraz Podkarpacki Związek Piłsudczyków. Jak czytamy w regulaminie, jego cele to:

- promocja oraz pielęgnowanie pieśni legionowej, piosenki polskiej skomponowanej do 1989 roku i piosenki autorskiej,
- wyłonienie utalentowanej młodzieży poprzez stworzenie możliwości wszechstronnego zaprezentowania jej uzdolnień,

¹² <http://nowy.erzeszow.pl/promocja/rzeszow-miejsce-dla-ciebie-pl/podmiot-promocji>

¹³ http://www.csw.info.pl/ania_czenczek.htm

¹⁴ <http://www.csw.info.pl/>

- pomoc w podnoszeniu kwalifikacji artystycznych i warsztatowych,
- konfrontacja i aktywizacja środowisk twórczych i edukacyjnych¹⁵.

Do I edycji festiwalu komisja pod przewodnictwem Agnieszki Fatygi zakwalifikowała w trzech kategoriach (Pieśń legionowa, Piosenka autorska i Piosenka skomponowana do 1989 roku) 31 wykonawców z całego kraju, oceniając dobór repertuaru, warunki głosowe, muzykalność, interpretację, dykcję, ogólny wyraz artystyczny oraz wartości wychowawcze¹⁶. Podczas przesłuchań i koncertu galowego wszystkim wykonawcom akompaniował zespół muzyczny „Junior Babula Band” pod kierunkiem Jarka Babuli. W programie inauguracyjnej edycji festiwalu oprócz przesłuchań uczestników przez sześćosobową komisję, prób z orkiestrą, spektaklu wokalnno-tanecznego w wykonaniu solistów i grupy artystycznej z Centrum Sztuki Wokalnej znalazła się także impreza towarzysząca, zorganizowana przez Podkarpacki Urząd Wojewódzki i Urząd Miasta Rzeszowa – „Podkarpacie w Unii Europejskiej”¹⁷, która miała na celu uczczenie przez mieszkańców Rzeszowa i okolic pierwszej rocznicy wstąpienia Polski w struktury sojuszu. Trzeci dzień festiwalowy zakończył się koncertem laureatów oraz recitalem zasiadającej w jury A. Fatygi.

W protokole komisji konkursowej¹⁸ czytamy, że jury festiwalowe wyłoniło zdobywcę głównej nagrody – Grand Prix zdobył Bartosz Jaśkowski, a także laureatów I, II i III miejsca oraz wyróżnień. Fundatorem nagród był Prezydent Miasta Rzeszowa. nagrody przyznały także: Podkarpacki Związek Piłsudczyków (w kategorii Pieśń Legionowa), Katolickie Radio VIA, Telewizja Polska oddział Rzeszów i Polskie Radio Rzeszów S.A.

W 2006 roku organizatorzy postanowili zmienić nie tylko nazwę, ale i Regulamin festiwalu¹⁹. Zapisano w nim następujące cele:

- promowanie Rzeszowa jako dynamicznie rozwijającego się miasta wspierającego utalentowaną artystycznie młodzież,
- pomoc w podnoszeniu kwalifikacji artystycznych i warsztatowych,
- konfrontacja i aktywizacja międzynarodowych środowisk twórczych i edukacyjnych.

Dzięki poczynionym zmianom na festiwal do Rzeszowa mogli przyjechać wokaliści z Węgier, Litwy, Słowacji czy Ukrainy.

II Międzynarodowy Festiwal Piosenki „Carpathia Festival” odbywał się w terminie od 18 do 21 maja²⁰. Organizatorami byli Urząd Miasta Rzeszowa, Centrum Sztuki Wokalnej oraz Podkarpacki Związek Piłsudczyków. Uczestnicy festiwalu, w wieku od 16 do 27 lat, przyjechali z Polski i Europy, głównie z miast partnerskich Rzeszowa: Iwano-

¹⁵ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=50%3Aregulamin&catid=36%3Acarpathia-2005&Itemid=58&lang=pl

¹⁶ Tamże.

¹⁷ <http://www.rzeszow.uw.gov.pl/main.php?muid=3&mid=152&akID=2726&cid=e00d1a03fea0733f>

¹⁸ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=51%3Askad-jury-festiwalu&catid=36%3Acarpathia-2005&Itemid=58&lang=pl&limitstart=1

¹⁹ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=54%3Aregulamin&catid=37%3Acarpathia-2006&Itemid=56&lang=pl

²⁰ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=37&Itemid=56&lang=pl

-Frankowska, Koszyc i Nyiregyhazy. Międzynarodowy był również skład jury, które po wstępnych przesłuchaniach zakwalifikowało 31 solistów, 1 duet i 3 solistów z zespołem muzycznym. Organizatorzy festiwalu podkreślają fakt, iż jest on jednym z nielicznych w Polsce, gdzie wokalistom akompaniuje zespół „na żywo” – tym razem było to „Drugie Kombo Festiwalowe” pod kierunkiem Piotra Walickiego.

Jury pod przewodnictwem Zygmunta Kukli przyznało główną nagrodę Tomaszowi Szczepanikowi z zespołem „Pectus”. Nagrody specjalne ufundowali również: Podkarpacki Związek Piłsudczyków (dla wokalisty, który przez wykonywany repertuar w sposób wyjątkowy promuje tożsamość swojego regionu), Katolickie Radio VIA (dla najlepiej sklasyfikowanego uczestnika z województwa podkarpackiego) i Polskie Radio Rzeszów (za największą liczbę oddanych głosów w konkursie esemesowym). Tym razem festiwalowi towarzyszył bogaty program artystyczny. 19 maja świętowano Dzień Kultury Państw Grupy Wyszehradzkiej współfinansowany przez Międzynarodowy Fundusz Wyszehradzki²¹. Jak czytamy na stronie internetowej serwisu informacyjnego Urzędu Miasta Rzeszowa,

„misją Funduszu jest wspomaganie rozwoju ściślejszej współpracy między Republiką Czeską, Polską, Słowacją i Węgrami oraz wzmacnianie ich wzajemnych powiązań. Inaczej mówiąc, chodzi o wspomaganie różnych form współpracy regionalnej między tymi krajami poprzez realizację wielostronnych projektów, zwłaszcza kulturalnych, naukowych, badawczych i edukacyjnych oraz związanych z wymianą młodzieży, promocją turystyki i współpracą transgraniczną²²”.

Nieprzypadkowe jest zatem partnerstwo strategiczne i udział jego środków finansowych w „Carpathia Festival”. W programie znalazły się występy grup tanecznych, instrumentalnych, wokalnych i teatralnych z Rzeszowa, Słowacji oraz Węgier. Finałowy koncert uświetnił swym recitalem Bartosz Jaśkowski – zdobywca Grand Prix „Carpathia Festival” 2005 roku oraz koncert Ryszarda Rynkowskiego.

W dniach 15–20 maja 2007 roku odbywał się kolejny, III Międzynarodowy Festiwal Piosenki „Carpathia Festival”. Organizatorami byli: Urząd Miasta Rzeszowa, Centrum Sztuki Wokalnej w Rzeszowie i Teatr „Maska” w Rzeszowie. Partnerami Festiwalu zostali natomiast: Podkarpacki Związek Piłsudczyków oraz Międzynarodowy Fundusz Wyszehradzki. Tym razem na festiwal do Rzeszowa zgłosiła się blisko dwuosobowa grupa młodzieży reprezentująca dziewięć krajów²³: Polskę, Słowację, Węgry, Ukrainę, Litwę, Białoruś, Rumunię, Rosję i Wielką Brytanię, by zaprezentować swoje umiejętności w wybranej kategorii: piosenka autorska bądź piosenka popularna. Na czele komisji kwalifikacyjnej, która wybrała do konkursu 53 solistów i zespołów, stał Zbigniew Wodecki. Przewodniczącą międzynarodowego jury festiwalowego była natomiast Natalia Kukulka.

Pierwszego dnia festiwalu odbyło się spotkanie uczestników z Prezydentem Miasta Rzeszowa, Marszałkiem Województwa oraz Wojewodą Podkarpackim. Oprócz przesłuchań konkursowych dla uczestników prowadzone były również warsztaty wokalne

²¹ <http://www.visegradfund.org/calendar.php?archive#May2006>

²² <http://www.rzeszow.pl/kultura/imprezy-i-wydarzenia-kulturalne/2006-rok/carpathia-festival-rzeszow-2006/dzien-kultury-panstw-grupy-wyszehradzkiej/miedzynarodowy-fundusz-wyszehradzki>.

²³ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=42&Itemid=62&lang=pl

i instrumentalne, których rezultatem było wykonanie przygotowanych utworów podczas koncertu finałowego. Warsztaty wokalne prowadzone były przez prof. Jadwigę Gałęską-Tritt, Barbarę Tritt i dyrektor festiwalu, Annę Czenczek, instrumentalne natomiast przez Zygmunta Kuklę oraz Zbigniewa Jakubka. Oprócz warsztatów w części konkursowej festiwalu przeprowadzono także eliminacje, w których trakcie 25 wokalistów zostało zakwalifikowanych do udziału w bezpłatnych warsztatach wokalnych „Carpathia Festival Vocal Workshop” prowadzonych przez zasiadające w jury Elżbietę Zapendowską i Annę Czenczek. Odbyły się one w Rzeszowie w dniach 21–26 stycznia 2008 roku, a w ich rezultacie nagrana została płyta mająca promować kolejną edycję festiwalu²⁴. W wywiadzie dla rzeszowskiej gazety codziennej „Nowiny” E. Zapendowska podkreśliła wysoki poziom wokalistów, ich niezwykłą wrażliwość, talent i spontaniczność twórczą. Na płycie znalazło się kilkanaście utworów: piosenki autorskie, przeboje muzyki popularnej oraz hymn festiwalowy²⁵.

Równoległe z warsztatami trwały próby solistów z orkiestrą festiwalową pod dyrekcją Z. Jakubka. Podczas inauguracyjnego koncertu, który otworzył Prezydent Miasta Rzeszowa – Tadeusz Ferenc, w spektaklu wokально-tanecznym wystąpili soliści oraz grupa artystyczna Centrum Sztuki Wokalnej, a także przewodnicząca jury Natalia Kukulska z zespołem. Odbyły się także koncerty towarzyszące, gdzie możliwość zaprezentowania swoich umiejętności przed rzeszowską publicznością mieli rywalizujący w konkursie soliści z własnym zespołem.

Ostatniego dnia festiwalu odbyło się spotkanie władz samorządowych Rzeszowa i województwa podkarpackiego z burmistrzami miast partnerskich. Poświęcone było ono tematyce aktywizacji i konfrontacji międzynarodowych środowisk twórczych oraz promocji utalentowanej artystycznie młodzieży²⁶.

Jak czytamy w protokole²⁷: „członkowie jury, po przesłuchaniu 25 solistów, biorąc pod uwagę poziom wykonawczy pod względem doboru repertuaru, emisji głosu, intonacji, rytmiki, harmonii, brzmienia oraz ekspresji postanowiło przyznać Grand Prix „Carpathia Festival” 2007 roku Peterowi Cmorikowi z Bratysławy. Oprócz nagrody pieniężnej laureat otrzymał możliwość nagrania promocyjnej płyty. Jury przyznało również I, II i III miejsca w obydwu festiwalowych kategoriach. W trzeciej edycji wręczono także sześć nagród specjalnych fundowanych przez firmy i media podkarpackie”.

W 2008 roku w dniach od 20 do 25 maja odbyła się w Rzeszowie IV edycja Międzynarodowego Festiwalu Piosenki „PBS Bank Carpathia Festival”. Impreza została zorganizowana przez: Urząd Miasta Rzeszowa, Centrum Sztuki Wokalnej w Rzeszowie przy Podkarpackim Związku Piłsudczyków oraz Teatr „Maska” w Rzeszowie. W porównaniu z poprzednimi latami rozwinięte zostały nieznacznie cele „Carpathia Festival”. Na stronie internetowej²⁸ czytamy, że: „Festiwal ma charakter promujący osobowości wokalne, utalentowaną artystycznie młodzież”, ma także na celu

²⁴ <http://miasta.gazeta.pl/rzeszow/1,80044,4857221.html>

²⁵ K. Rymut-Sobała, *Młodzi na Carpathii mają talent*, „Nowiny” 25 stycznia 2008.

²⁶ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=98%3Aprogram-festiwalu&catid=42%3Acarpathia-2007&Itemid=62&lang=pl&limitstart=6

²⁷ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=70%3Aprotoko-komisji&catid=42%3Acarpathia-2007&Itemid=62&lang=pl

²⁸ http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=93%3Aregulaminy&catid=41%3Acarpathia-2008&Itemid=61&lang=pl

„pomoc w podnoszeniu kwalifikacji artystycznych i warsztatowych wokalistów, konfrontacje i aktywizację międzynarodowych środowisk twórczych i edukacyjnych, a także promowanie Rzeszowa jako dynamicznie rozwijającego się miasta wspierającego rozwój muzyczny młodzieży”.

W regulaminie „konkursu na osobowość wokalną”²⁹ zapisano, że uczestnicy w wieku od 16 do 35 lat (soliści, duety i tercety posiadający lub nie własny zespół instrumentalny) mają obowiązek przygotować do prezentacji podczas festiwalu dwie piosenki, z których jedna ma być obowiązkowo autorska, a druga autorska lub popularna. Tak jak w poprzednich latach jedna z piosenek powinna być wykonywana w języku narodowym wykonawcy. Kwalifikacyjna Komisja Artystyczna pod przewodnictwem E. Zapendowskiej wybrała spośród ponad dwustu zgłoszeń pięćdziesięciu pięciu finalistów (solistów, duety i tercety). W trakcie trwania festiwalu mieli oni obowiązek uczestniczenia w bezpłatnych zajęciach warsztatowych, na których został przygotowany koncert finałowy. E. Zapendowska wyłoniła także grupę artystów, których wykonania zostały uwiecznione na pofestiwalowej płycie promocyjnej podczas warsztatów w lutym 2009 roku³⁰. Materiał na promocyjną płytę *Cztery kultury – tradycyjne pieśni ludowe grupy V-4 w aranżacjach jazz, pop i rock* nagrano w studiu Polskiego Radia Rzeszów. Wykonawcom towarzyszyła Orkiestra Festiwalowa pod dyrekcją Z. Jakubka. Płyta ukazała się 18 maja 2009 roku jako bezpłatny dodatek do „Gazety Wyborczej”.

Innowacyjnym projektem podczas „Carpathia Festival Vocal Workshop” było stworzenie audycji radiowej promującej Międzynarodowy Festiwal Piosenki „Carpathia”, która zostanie przetłumaczona na cztery języki i wyemitowana na antenach radiowych Słowacji, Czech, Węgier i Ukrainy³¹.

Uczestnicy festiwalu w 2008 roku reprezentowali 11 krajów świata – Grupę Wyszehradzką, Ukrainę, Białoruś, Litwę, Mołdawię, Bułgarię, Rumunię i Rosję. Przewodniczącym jedenastoosobowego jury został światowej sławy bluesman Attil Weinberger.

Oficjalnego otwarcia festiwalu dokonał Prezydent Miasta Rzeszowa Tadeusz Ferenc. Odbył się również koncert promujący płytę „PBS Bank Carpathia Festival Rzeszów 2008”, nagraną w studiu Polskiego Radia Rzeszów w styczniu 2008 roku podczas warsztatów wokalnych prowadzonych przez E. Zapendowską, A. Czenczek i P. Czachura, a także spektakl wokalnie-taneczny *LO.BO.GA.Chłopaki*, w wykonaniu solistów i grupy artystycznej Centrum Sztuki Wokalnej w Rzeszowie, z towarzyszeniem orkiestry festiwalowej pod dyrekcją Z. Jakubka.

Piątego dnia festiwalu odbyło się spotkanie uczestników z władzami samorządowymi Rzeszowa i województwa podkarpackiego, Dyrektorem Międzynarodowego Funduszu Wyszehradzkiego, władzami miast-partnerów z Grupy Wyszehradzkiej oraz przedstawicielami mediów i sponsorów festiwalu. Tematem spotkania było ustalenie działań zmierzających do poszerzenia współpracy pomiędzy krajami Grupy Wyszehradzkiej³².

²⁹ Tamże.

³⁰ http://miasta.gazeta.pl/rzeszow/1,34975,6229182,Warsztaty_dla_finalistow_festiwalu_Carpathia.html

³¹ Tamże.

³² http://www.carpathia.rzeszow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=62%3Aprogram-festiwalu&catid=41%3ACarpathia-2008&Itemid=61&lang=pl&limitstart=5

Grand Prix IV edycji festiwalu zdobył Mateusz Krautwurst z zespołem „The Positive”. Jury przyznało także kolejne miejsca i wyróżnienia. Oprócz nagród od sponsorów i mediów swoją nagrodę przyznała w plebiscycie internetowym również publiczność.

Jubileuszowy, V „Rzeszów Carpathia Festival” odbył się w maju 2009 roku. Organizatorami tegorocznej edycji zostali: Urząd Miasta Rzeszowa, Centrum Sztuki Wokalnej w Rzeszowie przy Podkarpackim Związku Piłsudczyków oraz Teatr „Maska” w Rzeszowie.

Członkowie Komisji Artystycznej, pod przewodnictwem Andrzeja Sikorowskiego, którzy przeprowadzają kwalifikacje, tak jak w poprzednich latach nie znają danych personalnych uczestników. Mając do dyspozycji tylko ich nagrania, wybierają w tym roku spośród 150 zgłoszeń 15 solistów i 15 zespołów. Do konkursu mogli się zgłaszać uczestnicy w wieku od 16 do 35 lat. Połowa kandydatów do nagrody Grand Prix festiwalu pochodzi z zagranicy, głównie Węgier, Czech, Słowacji, a także z Łotwy, Mołdawii, a nawet Włoch³³.

Tak jak w ubiegłych latach każdy uczestnik był zobowiązany do przygotowania dwóch piosenek: jednej autorskiej, dotąd niepublikowanej, i jednej w języku narodowym wykonawcy. Biorący udział w festiwalu będą w tym roku walczyć o Grand Prix dla najlepszego wokalisty w wysokości 10 tys. zł oraz wydanie promocyjnej płyty. Tak jak to już było w 2006 roku, „Carpathii” będą towarzyszyć obchody Dni Kultury Państw Grupy Wyszehradzkiej. Podczas festiwalu planowane są także liczne koncerty. Wystąpią zarówno rzeszowscy artyści, jak i gwiazdy polskiego showbiznesu, a także laureaci poprzednich edycji konkursu. Nie zabraknie także zespołów z Czech, Słowacji czy Ukrainy.

Podsumowanie

Strategię promocji i marki przyjęto pomimo wielu obaw, że Rzeszów nie sprosta założeniom programu. Radni Rzeszowa mają wątpliwości, czy tak małe miasto może konkurować w skali całego kraju, szczególnie jeśli dotyczy to imprez kulturalnych³⁴. Wydaje się, że „Carpathia Festival” stał się jednym z tych wydarzeń, dzięki którym realizowana jest idea promocji stolicy Podkarpacia.

Dzięki „Carpathia Festival” Rzeszów stał się dla wielu młodych wokalistów i muzyków miastem, które inspiruje i pomaga w rozpoczęciu kariery, co wpisuje się z założenia kampanii wizerunkowej „Miejsce dla Ciebie”. Udział Urzędu Miasta Rzeszowa w organizacji „Carpathia Festival” sprzyja także realizowaniu zadań mających na celu utrzymywanie kontaktów z miastami partnerskimi, jak również promowaniu Rzeszowa w Europie. Festiwal w ciągu kilku lat stał się wizytówką miasta. Dzięki wysiłkom organizatorów poziom jego uczestników jest naprawdę wysoki, co podkreśla w wywiadzie dla „Nowin” E. Zapendowska³⁵. Rzeszów stał się dla młodych wokalistów miejscem, gdzie chętnie przyjeżdżają. Oprócz walki o wygraną mogą tu spotkać ludzi, którzy mają podob-

³³ http://miasta.gazeta.pl/rzeszow/1,80044,6488009,To_juz_jubileusz_Carpathii.html

³⁴ M. Baran, dz. cyt.

³⁵ S. Śmigiel, *Zapendowska: takie festiwale trzeba promować*, „Nowiny”, 21 maja 2007.

ne pasje, wymienić się doświadczeniami, nagraniami czy nutami. Dzięki obowiązkowi uczestniczenia w warsztatach i przygotowania koncertu finałowego każdy z przyjeżdżających tu artystów opuszcza Rzeszów bogatszy o nowe umiejętności, wiedzę, emocje i kontakty.

„Carpathia Festival” pomógł w rozpoczęciu kariery już kilku młodym, utalentowanym muzykom. Od zdobycia Grand Prix festiwalu w 2006 roku sukcesy na ogólnopolskiej scenie muzycznej rozpoczął T. Szczepanik z zespołem „Pectus”. Młodzi artyści otrzymali Słowika Publiczności w konkursie „Sopot Festival 2008”, nagrodę programu *Hit generator* w Programie Drugim Telewizji Polskiej, nominację do nagrody Superjedynki na festiwalu w Opolu w kategorii Debiut roku w 2009 roku oraz wygrali eliminacje do koncertu Premiery. Dzięki swoim sukcesom zespół stał się wizytówką i elementem kampanii promocyjnej miasta Rzeszowa. Festiwal pomógł również w rozpoczęciu kariery takim artystom jak M. Krautwurst z zespołem „The Positive”. Muzycy są zdobywcami Grand Prix w 2008 roku. Dzięki zwycięstwu w konkursie mogli nagrać swój pierwszy album z autorskim materiałem, co uważają za ogromną szansę rozwoju ich kariery³⁶. W tym samym roku zespół zakwalifikowany został także do konkursu Debiuty na 45. Krajowym Festiwalu Piosenki Polskiej w Opolu. Sukcesem na „Carpathia Festival” rozpoczęła się również kariera Słowaka P. Cmorika, laureata Grand Prix w 2007 roku. Został on dostrzeżony przez firmę fonograficzną „Sony” i podpisał z nią kontrakt płytowy.

Dzięki „Carpathia Festival” Rzeszów postrzegany jest już przez wielu jako miasto innowacyjne, aktywizujące międzynarodowe środowiska twórcze, miasto promujące młode talenty i dbające o najwyższy poziom organizowanych przedsięwzięć. Można mieć nadzieję, że wraz ze wzrostem popularności festiwalu będzie także rosła atrakcyjność Rzeszowa.

BIBLIOGRAFIA

- Baran M., *Rzeszów – stolica innowacji*, „Gazeta Wyborcza” 28 listopada 2008.
- Gaweł Ł., *Zarządzanie marką a rynek usług kulturalnych – na przykładzie szlaku architektury drewnianej*, (w:) Ł. Gaweł, E. Orzechowski (red.), „Zarządzanie w kulturze”, Kraków 2006, t. 7.
- <http://bip.erzszow.pl>
- <http://miasta.gazeta.pl/rzeszow>
- <http://nowy.erzszow.pl>
- <http://www.carpathia.rzeszow.pl>
- <http://www.csw.info.pl>
- <http://www.marketing-news.pl>
- <http://www.rzeszow.pl>
- <http://www.rzeszow4u.pl>
- <http://www.rzeszow.uw.gov.pl>
- Rymut-Sobala K., *Młodzi na Carpathii mają talent*, „Nowiny” 25 stycznia 2008.

³⁶ A. Ryznar, *Grand Prix Carpathii przyznane*, „Nowiny 24” 26 maja 2008.

Ryznar A., *Grand Prix Carpathii przyznane*, „Nowiny 24”, 26 maja 2008.

Śmigiel S., *Zapendowska: takie festiwale trzeba promować*, „Nowiny”, 21 maja 2007.

<http://www.visegradfund.org>

SUMMARY

International Song Festival „Carpathia Festival” allowed the creation of Rzeszów image as a buoyant city that guarantees good organization of prestigious events and high standard entertainment. The Festival takes place every year since 2005. Its main goal is to make Rzeszów the center of cooperation of talented youth from the whole Europe and beyond. Over last five years, the Festival always promoted native artistic works, enabled appearance of not only world-famous artists, but also regional performers representing various art domains. It let several young, talented musicians begin their careers, and become an inspiration and opportunity to develop for many. „Carpathia Festival” favors tightening bonds with partner cities and promoting Rzeszów in Europe. Thanks to it Rzeszów is perceived by many as innovative city, activating international artistic circles, promoting young talents and organizing events at top level. Hopefully, the city attractiveness will rise along with popularity of the festival.