



УДК 316.7

*Тропина И.Г.*

### СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ФУНКЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФЕСТИВАЛЕЙ В Г.ВОЛГОГРАДЕ

**Аннотация.** В статье излагаются результаты, полученные в рамках первого года исследования по проекту «Художественные фестивали в Волгограде: социально-антропологический анализ (потребности, ценности, мотивации, опыт, социокультурная роль)». Анализируется роль городских художественных фестивалей в социально- и культурно-антропологическом контексте на основе данных экспертных и фокусированных групповых интервью: как сами субъекты культурного процесса воспринимают проводившиеся в Волгограде фестивали; как эти представления коррелируют с представлением волгоградцев и внешних участников фестивального процесса о городской среде; каковы мотивы и потребности зрителей и организаторов фестивалей, определяющие их культурное творчество и потребление. Выделяются не-которые модели фестивалей, делаются выводы относительно роли личности в их инициировании и функционировании, связи с городской социокультурной средой.

**Ключевые слова:** Волгоград, город, городская культура, культурная среда, фестиваль, художественный фестиваль, функции фестиваля, ритуал, социальная активность, сообщества, личность, ценности, потребности, мотивации.

Исследовательский проект группы волгоградских ученых «Художественные фестивали в Волгограде: социально-антропологический анализ (потребности, ценности, мотивации, опыт, социокультурная роль)» поставил своей целью обратиться к фестивалю как к особой форме художественной культуры, виду социального взаимодействия и коммуникации, а также части бытия человека в современном городе; провести социально- и культурно-антропологический срез этого явления: изучить ценностно-мотивационные сферы участников, организаторов, зрителей волгоградских художественных фестивалей, целеполагание, потребности, значение фестиваля

как социокультурного опыта конкретной социальной группы и личности, функцию фестивалей в городской культурной среде. В данной статье проводится общий срез полученных результатов в социально-антропологическом ключе.

В сборе материала применялись методики качественного социологического исследования. Было проведено двадцать шесть глубинных интервью по полуструктурированному инструментарию (гайду). В качестве респондентов отбирались непосредственные организаторы и участники художественных фестивалей в г. Волгограде. Кроме того, для уточнения полученных данных были проведены три фокусированные групповые дискуссии (фокус-группы). Состав фокус-групп формировался из числа участников и зрителей фестивалей, квотировался по возрасту (группы в возрасте 18-25, 26-35 и старше 36 лет) с пропорциональным (равным) распределением по полу. Сбор эмпирического материала социологическими средствами осуществлялся в период с июля по сентябрь 2014 года.

Выбранный исследователями антропологический подход к изучению волгоградских фестивалей предполагает изучение тех смыслов и представлений, которые выражаются их непосредственными носителями – горожанами, внешними участниками фестивалей; в основе анализа находится человек в социально-культурной среде города, его характеристики, опыт, изменения, которые с ним происходят.

Основной концепт исследования – художественный фестиваль. Мы полагаем, что этот термин более точно описывает изучаемое явление, чем, возможно, более привычный «фестиваль искусств». С одной стороны, искусство – лишь одна из сфер художественной культуры; кроме того, при изучении фестивалей искусств чаще всего подразумеваются их «узкоотраслевые» направления: театр, танец, изобразительное искусство, музыка и т.д. При «отраслевом» подходе к искусству и культуре фестивалям в качестве основной функции «вменяется» развитие того или иного направления искусства, в то время как, на наш взгляд, наиболее интересными с точки зрения социокультурной коммуникации и выполняемых социокультурных функций являются фестивали синкретичные – как с точки зрения задействованных направлений искусства, так и затрагиваемых культурных сфер, уровней социального взаимодействия и коммуникации, творческой активности.

Рабочее определение художественного фестиваля: социокультурное событие, сопровождающееся публичной демонстрацией культурного продукта, имеющее целью коммуникацию производителей и потребителей художественной культуры на различных уровнях.

В Волгограде последних нескольких десятилетий существует насыщенная, хотя зачастую и спорадическая, фестивальная жизнь в области современной художественной культуры (кинематограф, современное искусство: медиа-, видеоарт, танец, музыка). Проведенное исследование было обращено преимущественно к практикам, инициированным «снизу», – не государственными институциями в сфере культуры, а изнутри самого общества, исходя из его

интересов и интенций конкретных групп и личностей. Перечислим для примера лишь некоторые: Международный фестиваль антифашистского фильма (1975 г.), Международный фестиваль новейших искусств «Неопознанное движение» (1987 – 1991 гг.), Международный фестиваль аудиовизуальных искусств «Видеология» (2004 – 2008 гг), ряд фестивалей, посвященных современному танцу и перформансу (с 1994 по 2001 г.), «Спектр звука» (2002 – 2007 гг.), фестивали современного авторского кино (с 2000-х гг.) и др.

### **Фестиваль как «ритуал»**

Фестиваль считается сравнительно недавней формой праздничной культуры (первое упоминание относится к началу XVIII в.). Его возникновение связано с ростом и развитием городов; отмечается, что особое отношение к фестивалям складывается во второй пол. XVIII – нач. XIX века в романтической культуре. Происходит это, прежде всего, благодаря интересу романтиков к народной средневековой культуре, в том числе праздничной. «К началу XX века фестивали в различной форме утвердились повсеместно как в странах Европы, так и в США» [5; 144], в России они развернулись, в первую очередь, на поприще творческой самодеятельности и сельскохозяйственной жизни со времени становления советской власти.

Таким образом, фестиваль, генетически восходя к празднично-обрядовой и народной культуре, развивается в период глобализации и урбанизации. Именно поэтому представляется, что по своей роли и механизмам воздействия на человека и общество фестиваль апеллирует как к ранним, так и к поздним структурам человеческой психики и социокультурной организации, являясь и частью современных цивилизационных процессов, и проводником древнейших поведенческих моделей и паттернов. Поэтому мы считаем, что фестиваль играет роль ритуала в современной городской культуре. Под ритуалом как функцией и способом существования фестиваля здесь и далее подразумевается не сакрально-обрядовое его значение, а социально-коммуникативное.

Основными социокультурными функциями ритуала, как известно, является укрепление общества, его консолидация и солидаризация, а также сублимация агрессивности внутри группы. Характерно, что сами организаторы описывают фестиваль как праздник и как ритуал с функцией объединения (в то время как функция развития того или иного направления искусства в интервью респондентами практически не называется).

**Респондент 22, 38 лет (зритель, участник фестивальных орггрупп, представитель СМИ):** «Идеальный фестиваль должен <...> стать событием для города, вовлечь в процесс как можно большее количество участников <...>. И это должен быть праздник – духа, искусства, коммуникации».

**Респондент 11, 41 год (организатор фестивалей, Москва):** «Мне кажется, любой фестиваль транслирует эту идею – объединение людей. Это главное. Люди встречаются, они приехали

музыку послушать, фильм посмотреть, танцы потанцевать, им здесь в кайф, у них нет соревнования, они не борются за сферы влияния».

**Респондент 10, 36 лет (видеохудожник, философ, организатор фестивалей):** «Суррогат ритуала. <...> В организации фестивального движения присутствовало желание переоткрытия истока, архе. Это, конечно, романтическое видение. Само слово «суррогат» указывает на заведомую утопичность, недостижимость, того, что это так. Переоткрытие источника, пусть незначительного сегмента городской жизни, но возрождение, которое длится и эффект которого ты можешь ощущать в твоей маленькой группе, в течение года, потом по истечении этого года, тебе, как попавшему в зависимость от этого ритуала, требуется ежегодное обновление этого чувства, события».

**Респондент 8, старше 45 лет (искусствовед, организатор фестивалей):** «Для меня это форма совместного художественного творчества людей, может быть, публичного размышления. Фестиваль дает возможность объединить творческих людей, людей, которые любят искусство, он дает им новые впечатления, мысли, чувство сопричастности».

И эта ритуальная, медиальная функция фестивалей осознается респондентами отнюдь не только в контексте волгоградской ситуации, но как имманентная фестивалю, ср.:

**Респондент 25, 28 лет (менеджер в сфере культуры, Германия):** «Мне всегда кажется что фестиваль – это другой мир, который существует на определенное время и который не повторяется. <...> Это волшебно. Всегда, когда происходят фестивали, я либо как участник, либо как организатор чувствую положительную зависимость, мне все время хочется и дальше общаться с людьми которые там, которые интересуются этими темами, жанрами».

**Респондент 4, 58 лет (музыкант, участник фестивалей, Москва):** «<...> в 80-е годы фестивали, как правило, так организовывались, чтобы люди имели возможность не только выступить перед публикой, но и общаться между собой. Это была некоторая форма обмена опытом и творческая лаборатория <...> В 80-е гг. это все-таки был своеобразный праздник общения. А с 90-х гг. начинается экономия и это продолжается все дальше и дальше.<...> Но я довольно много участвовал в фестивалях на открытом воздухе, волонтерских по сути, на которых немного больше сохраняется фестивальная атмосфера».

Такие концепты, как «праздник», «вовлечение», «объединение», «общение», «фестивальная атмосфера», «событие» при характеристике фестиваля говорят о потребности различных представителей фестивального процесса в консолидации и творческой коммуникации. Удовлетворение этой потребности на фестивале как особой социокультурной форме происходит посредством перехода в другой, отличный от повседневного мир. Такие концепты как «удовольствие», «кайф», «свободное время» (также возникающее во многих интервью) говорят о том, что фестиваль не обязательно играет ритуальную роль для всех

участников процесса – он может соотноситься и с досугом, который, в отличие от праздника, имеющего сакральные истоки, является именно свободным временем, добавкой к повседневности. Очень точно, на наш взгляд, описал разницу этих явлений А.И.Пигалев: «Суть досуга и состоит в удалении от центра существования в качестве центра экзистенциального напряжения личности. Удаленность от этого центра делает досуг “эксцентричным”, произвольной игрой, и именно игра является тем, что обще свободному времени и праздник. Праздник, хотя его сердцевину также образует игра, не “эксцентричен”, он непосредственно соотнесен с центром существования. Досуг разъединяет, а праздник, напротив, соединяет, исцеляет, т.е. делает “целой” раздираемую конфликтами человеческую общность. <...> Праздник позволяет посмотреть на противоположности как на нечто внешнее...» [7]. Можно сказать, что ритуальная роль, роль праздника является имманентной фестивалю для определенной категории его участников – в первую очередь, для организаторов и профессионального сообщества. Для того чтобы «профанный» зритель включился в этот ритуал, он должен быть особым образом вовлечен в это со-бытие своим со-участием, иначе для него фестиваль будет лишь разовым мероприятием, но не моментом проживания некоего экзистенциально важного отрезка жизни, ср.:

**Респондент 20, 43 года (культуролог, зритель):** «<...> А вот возможность попасть и побыть не только зрителем, но и соучастником либо творцом в пространстве фестиваля – это, по-моему, самое главное, что сейчас нужно самым разным слоям населения, и детям и взрослым. Вот мастер-классы, например, где ты сам создаешь мультик или включен в какую-то творческую деятельность, хокку наваял <...>».

Вовлеченность в совместную деятельность должна быть подкреплена включением человека и в существующую в рамках конкретной городской среды культурную традицию, поддерживаемую неким сообществом.

Центром фестиваля как ритуала является его организационная группа и потребности ее членов в объединении и коммуникации. Фестиваль организуется через выстраивание событийного цикла: подготовки и проведения, принесения необходимой жертвы – своим временем, финансами и т.д. (ср. модели жертвоприношения и дарения, описанные М.Моссом, Р.Жираром, Ж.Батаем и др.), поэтому у ряда респондентов фестивальная деятельность связывается с подвижничеством. Требования к фестивалю как к чему-то повторяющемуся и периодичному, которое звучит в большинстве интервью и фокусированных обсуждений, абсолютно обоснованно с точки зрения одной из основных его социокультурных ролей – именно ритуальной. Во-первых, потому что ритуал и праздник циклически, каждый раз возвращает человека, сообщество к некоторому значимому событию; во-вторых, именно система праздников – «некоторый главный праздник, которому присуща наибольшая сакральная сила, а затем праздники, соотнесенные с различными временными циклами...» [7; 135] – организует более крупный цикл и собственно ритм культуры. Если фестиваль претендует на то, чтобы быть особым ритуалом для городского сообщества или ряда сообществ, он должен выполнять все названные условия, в том числе организацию

некоторого ритмического цикла с периодическим возобновлением культурных смыслов, задаваемых центральным фестивальным событием, через встречи участников, мероприятия и события для зрителей с какой-то периодичностью.

Фестиваль появляется, потому что житель города (рефлексирующий о своей экзистенции, или хотя бы о качестве жизни) особенно остро нуждается в объединении с себе подобными. Г.Зиммель отмечал, что горожанин вынужден замыкаться, поскольку не выдержал бы психологического напряжения постоянной коммуникации, постоянной реакции на множество городских социальных связей; именно поэтому в большом городе, в отличие от маленького, мы ведем приватную жизнь. Подчеркнем, что при этом ценность социальных связей и взаимодействий для самоопределения, саморазвития, собственного жизнотворчества и культуротворчества для горожан возрастает, они не стремятся исключительно к обособлению, поэтому объединяются в сообщества и микрогруппы с определенными целями и ценностным ориентациями. Именно личный и личностный интерес озвучивают респонденты интервью как один из основных мотивов участия в организации городских фестивалей:

**Респондент 10, 36 лет (видеохудожник, философ, организатор фестивалей):** «Это было совершение праздника, причем не официального, а который придумал ты сам». Он же: «Это была активная жизнь, она была интересна тем, что она создавалась собственными усилиями. То есть, это была гражданская инициатива, микроинициатива, которая давала... то есть ты являлся сценаристом своей собственной жизни. Какие-то возможности... Фестиваль помещал тебя на какие-то разветвления, скажу романтично, твоей судьбы».

**Респондент 6, 52 года (участник, организатор фестивалей):** «Вот фестиваль – это когда есть кто-то, кто очень, скажем, хочет общения. Именно творческого общения. Он выделяет для этого время, приглашает всех, кто ему интересен, кому он сам может быть интересен. Эти люди съезжаются, и происходит какое-то событие».

**Респондент 8, старше 45 лет (организатор фестивалей):** «Мне это необходимо. <...> я представляю, как я покажу в Волгограде фильм, для этой публики, для меня это праздник. Мне это доставляет удовольствие. Я фестивали делаю в эгоистических целях, не только для людей, но и для самой себя».

Таким образом, фестиваль как гражданская культурная инициатива в первую очередь удовлетворяет потребность самих организаторов, будь то восполнение дефицита коммуникации, компенсация недостатка социальных (профессиональных) связей, или потребность в определенном культурном продукте. Отчасти в этом случае ритуальная функция будет касаться самой личности и принимать форму компенсаторно-психотерапевтической, быть способом преодоления того или иного вида дефицита, одиночества; испытанием для этой мотивации будет выход на социальный уровень: станет ли собственное жизнотворчество и воссоздание «момента истины», момента переживания «экзистенциального напряжения» связано с другими людьми, с

социокультурной средой. Успешный фестиваль выходит с личностного уровня на социальный – микро- или макрогрупповой, реализуя интенции сообществ и вовлекая в свой круг зрителей как активных участников создания городской культурной среды, установления свободных социальных связей и взаимодействий, которое является одним из основных элементов привязанности к месту, «чувства места» [9; 204-205].

### Город, человек и социальные связи

Человек как продукт современной культуры – это чаще всего горожанин, как и вообще современная культура – это культура городов. Изучение фестивалей представляется важным элементом изучения городской культурной среды. Часть вопросов глубинных интервью касались восприятия участниками фестивального процесса посетителей фестивалей и вообще горожан, роли фестивалей в городе, социальных и пространственных отношений.

При характеристике фестивальной публики Респондент 20, 43 года (культуролог, зритель), отмечает: «<...> очень часто городская интеллигенция – а наш город небольшой, провинциальный – это одни и те же люди». Но Волгоград – город-миллионник, это все же город большой, и возможно, его восприятие как маленького города обусловлено спецификой его топографии и инфраструктуры, в том числе вытянутостью в длинную линию вдоль Волги.

**Респондент 11, 41 год (внешний эксперт, организатор фестивалей, Москва):** «Основная (особенность города. – И.Т.) – это то, что он очень разбитый. И вот куда вы с Б. ездили на другой берег, который как бы уже и не является городом, но территориально вы как жители все равно приписываете его к городу (о Волжском. – И.Т.)».

**Респондент 5, 40 лет (участник и организатор фестивалей):** «Волгоград – это промышленный город, и он генерировать не может фестивали. То, что случилось, должно иметь огромную энергетическую подпитку. Откуда взялась эта энергия? Волгоград создан по принципу бутерброда: от Волги первая линия – заводы, потом – зеленые насаждения, рекреативная зона, потом – жилой массив. Поэтому типовому волгоградцу его маршрут заложен в самой структуре города. Он встал – идет на работу пешочком по лесополосе, поработал на заводе – и идет обратно. Пришел домой, покушал, посмотрел телевизор – и лег спать. В структуре города вообще не содержится никаких посылов (к возникновению фестивалей. – И.Т.)».

Другие респонденты также отмечали, что в Волгограде вся культурная жизнь вынуждена строиться в центре – иначе о ней никто не будет знать. Возможно, подсознательное восприятие центра города со средоточием массовой, озвученной и показанной (СМИ, реклама), услышанной и увиденной культурной жизни как собственно города позволяет ощущать Волгоград как маленький город. Между тем, особенностью Волгограда (как любого большого города) является разобщенность разных городских районов, кварталов и местных сообществ. Очевидно, в

Волгограде это усиливается или, по крайней мере, поддерживается тем, что город изначально формировался как агломерационная структура [1; 34-36 и др.].

Очень верно отмечено, что «Реализующиеся в пространстве действия акторов основаны на пространственной (территориальной) рефлексии, они опосредуются территорией, на которой происходят, имплицитно включая ее в акт социального взаимодействия» [4; 45]. Многие респонденты как глубинных интервью, так и фокус-групп отмечали проблемность и нежелательность таких особенностей города, как его вытянутая форма, большая протяженность, «децентрированность», а также разобщенность людей и социальных групп. И хотя Г.Зиммель в своем анализе духовной жизни большого города писал: «Внутренние отношения жителей больших городов друг к другу формально характеризуются замкнутостью, обособленностью» [3], все же пространственная и социально-психологическая ситуация Волгограда представляется специфичной в виду особенностей его топографии.

**Респондент 23, 64 года (зритель, театровед, член жюри, представитель СМИ):** «Это трагедия вообще для горожан, я считаю. Это в его судьбе играет очень негативную роль. То, что он вытянут вдоль Волги на сто километров. Это на все накладывает свой отпечаток. То, что города, которые как улитки, которые из центра радиально растут естественным путем, там все равно как-то объекты культуры распределяются более равномерно. У нас все в центре сосредоточено. Люди стараются. Что-то организуют в Красноармейском, на Тракторном в сталинское время вообще был центр культуры... Были и театр и дворцы культуры, сейчас все захирело».

**Фокус-группа (старше 36 лет):**

*Владимир:* «Скажу одну вещь. В советское время город Волгоград был одним из лучших городов по народным театрам. Почему? Это кишка. На Тракторном был театр, на Баррикадах, на Красном – ДК, вокруг них – культурная интеллигенция. Вокруг них крутились талантливые руководители, вокруг них – талантливые исполнители, я защищаю город. Мы в одном выигрывали, в другом проигрывали.

*Модератор:* Тогда архитектура не мешала, проще говоря.

*Владимир:* Она по-другому все делала, но со знаком плюс».

То есть, в советское время даже при названных особенностях топографии Волгограда, благодаря культурной политике по созданию общественных культурных центров (в данном случае – поддержка народных театров), жизни сообществ вокруг них в городе, иначе выстраивалась культурная среда. Как только эти общественные центры исчезли, и культурная жизнь переместилась в центральный район города, коммуникация между остальными районами ризоматически «растеклась». Город, в котором все районы работали как связка обособленных территорий [1; 35, 202] (своего рода аналоги маленьких городов, где «все друг друга знают») со своими центрами притяжения людей, превратился в децентрированное пространство по сути с одним районом, активным в плане публичной культурной жизни. Интеллектуальное сообщество



как основа культурной среды в Волгограде, сложившееся в позднесоветское и постсоветское время, явно идентифицирует себя через посещение различных культурных событий, в том числе фестивалей. Более молодые поколения, начиная с поколения 1990-х годов, объединяются в микрогруппы, очень часто (за исключением 90-х и некоторых остаточных явлений в начале 2000-х) друг с другом не связанные. Многими респондентами интервью отмечается недоброжелательность межличностных отношений в Волгограде, разобщенность разных территориальных образований, сообществ, институций в сфере культуры. Очевидно, именно постсоветский Волгоград стал функционировать по социально-психологическим законам большого города. Либо, по крайней мере, сообщество городской интеллигенции и молодое поколение студентов вузов, интеллектуалов и творческой интеллигенции стали отмечать проявление этих характеристик большого города именно в постсоветское время.

**Респондент 13, 31 год (перформер, организатор фестивалей):** «Я заметил, что много разобщены деятели культуры, нет очень плотного деятельного общества среди деятелей культуры, организаторов. Мне кажется, это пробел. Каждый пытается взять на себя инициативу, отмечая тех людей, которые могли бы ему помочь».

**Респондент 24, 45 лет (работник культуры, организатор фестивалей):** «Вот мы играем в одном и том же поле. Почему у нас не складываются отношения с учреждениями культуры? Десять лет все говорят: давайте объединяться! Давайте что-то общее придумаем! А, между прочим, друг друга воспринимают как конкурентов».

**Респондент 8, старше 45 лет (организатор фестивалей):** «В Волгограде все разобщены. Каждый делает свое – везде свои очаги: Ф. свои фестивали проводит, кто-то еще что-то делает. Но нет единого движения вперед, нет атмосферы фестивального движения».

Разобщенность в сфере социокультурной коммуникации на уровне фестивального процесса переживается на субъективном уровне, ощущается многими респондентами в том числе как отсутствие преемственности/традиции между волгоградскими фестивалями в смежных сферах. В то же время идеальный фестиваль часто мыслится как поле встречи, коммуникации, совместной деятельности, соучастия, форума для горожан (функция форума, конечно, отсылает к античному полису, который, по мнению Г.Зиммеля, имел свойства как раз маленького города с тесными связями):

**Респондент 10, 36 лет:** «Для меня ценность фестиваля в том, что он несет в себе потенциал форума, потенциал пространства для коммуникации, которая не опосредована структурами власти, например. Эта коммуникация, в которой возможен прямой контакт и выход на нетривиальные смыслы, смыслы, по крайней мере, для молодых людей».

**Респондент 13, 31 год (перформер, организатор фестивалей):** «Лично для меня фестиваль – это такая квинтэссенция интеллигентных людей. Я воспринимаю этих людей, как маленькая

страна, которая собирается один раз в определенное время, или даже город, и с ними можно делать какие-то события, куда-то направлять, провозглашать какую-то идею».

Современная культура – культура индивидуализированного общества. В своей социально-психологической характеристике большого города Зиммель писал, что в большом городе с его перевесом «объективного духа» над «субъективным» (объективированная, институционализированная и несоразмерная человеку культура), с большим размером численности населения, пространства и «жизненного содержания», человек неминуемо ограничивает себя от этого большого, многочисленного, несоразмерного. Однако центробежность не может быть бесконечной – человек все же стремится к созданию социальных связей если не старого, то нового образца. Ричард Флорида в своем анализе креативного класса (отметим в скобках, что анализ Р. Флориды, экономически «центрированный» и, на наш взгляд, во многом спорный, описывает некоторые симптомы современного общества; сам термин «креативный класс», как представляется, не стоит переносить на российскую почву без оговорок и тщательного анализа) показывает, что современные сообщества способны создавать новые социальные связи, в которых нуждаются люди: «Ключом к социальным связям являются сильные сообщества, а не институты внутри них. <...> Сообщества должны помогать людям самых разных типов проявить свою активность. <...> Люди более склонны к личному участию в сообществе, если оно представляет собой разнообразное и аутентичное место с хорошей репутацией и прочными социальными связями для жизни и работы» [8; 350-351]. По всей видимости, именно формирование достаточно открытых сообществ в Волгограде способно изменить ситуацию и способствовать созданию центров притяжения людей, устойчивых связей. Художественные фестивали могут сыграть при этом роль интеграторов таких сообществ, удовлетворяя их потребности и создавая поле для коммуникации. Не случайно в процитированной реплике Респондента 13 присутствует метафора города в городе (были также и другие – особого мира, отражения общества и др.): именно дефицит социальных связей, скрепленных коммуникацией, микрогрупповых образований волгоградской интеллектуальной и художественной среды пытаются восполнить, в том числе, за счет фестивалей (а фестиваль для этих групп является особо значимым, будучи маркером интеллектуального потребления), которые работают как ритуал воссоздания этой среды, хотя бы на непрочном, временном уровне.

Очень актуальной представляется роль фестиваля в формировании мышления, мировоззрения, даже его потенциала в формировании путей самоопределения для молодых людей, воспроизводства культурного слоя города, что отмечалось респондентами неоднократно.

**Респондент 20, 43 года (культуролог, зритель):** «Идеальный – это повторяющийся периодически, тот, который привлек много участников и много зрителей, получил широкое освещение не только на уровне прессы, СМИ, но и долго потом будоражил умы людей, все обсуждали и продолжали это делать в блогах, в сетях, личном общении, и обязательно, в идеале, который бы

способствовал самостоятельному творчеству после фестиваля. Когда ты сам захотел стать музыкантом, художником, либо написал статью или книгу про это».

**Респондент 8, старше 45 лет (организатор фестивалей):** «<...> Это засилье массовой коммерческой культуры, которая вытесняет все авторское, оригинальное, радикальное. <...> И я думаю, что это очень плохо – и этому надо сопротивляться, надо проводить художественные фестивали, на всех уровнях, какие бы ни были, потому что это привлекает тех молодых образованных людей, которым еще не запудрила мозги массовая культура, который еще чего-то хочет, потому что пройдет еще несколько лет, этот молодой человек станет взрослее и уже ничего не захочет. <...> И потому необходимо проводить фестивали – публичные, встречаться, приглашать гостей, эти гости должны выступать перед нашими зрителями, т.е. они должны видеть людей из других стран, других городов, а не только те лица, которые нас окружают в Волгограде, мы привыкли к ним, а у нас должны быть новые впечатления о других людях, из других каких-то реальностей. Художественные фестивали – это очень важно для культурной жизни города, чтобы духовная жизнь на нуль не скатилась, чтобы мы не стали просто потребителями».

**Фокус-группа (18 – 25 лет):**

*Диана:* <...> Я на самом деле посещала фестивали и волгоградские, и в других городах, но пока ни один из них не подвиг меня на какую-то творческую деятельность. Я все жду этого момента. Но пока я только наблюдаю и делаю для себя какие-то определенные выводы.

*Модератор:* Но вы ожидаете от них какого-то рывка творческого?

*Диана:* Ну, да. Я хочу...

*Модератор:* То есть вы за этим ходите?

*Диана:* Да. Я хочу чтобы меня что-нибудь настолько впечатлило, чтобы я определилась – в какую сферу творчества я хотела бы податься».

### **Личность как «заказчик» фестиваля и «хранитель» среды**

Для многих участников фестивального процесса фестиваль – это своего рода культурная инициация либо через зрительский, либо через организационный опыт. Инициация – ритуал, связанный с конкретным этапом жизни человека – взрослением. И конечно, «инициация фестивалем» – это особая инициация именно в определенном типе сообщества – определенной культурной среде; выбирая создание художественного фестиваля (либо вообще некоего проекта, продукта в сфере культуры) как форму жизненного творчества, человек или микрогруппа вступают либо хотят вступить в некое профессиональное сообщество в этой сфере, утвердиться в нем, либо в городской/региональной культурной среде, через собственный творческий акт.

Причем, как представляется, необходимо различить желание утверждения в профессиональном сообществе (среде, географически размытой), которое существует и функционирует как сеть и открывает человеку пути внутри этой сети (а многие организаторы / участники фестивалей в Волгограде, не найдя применения своим творческим силам в городе, воспользовались новыми

сетевыми связями и сменили место своей деятельности, оставшись в той же сфере), и желание утверждения в культуротворческой деятельности в конкретной городской среде, имеющей пространственно ограниченную структуру – это «освоенная людьми специально выделенная и организованная часть пространства поселения с активным использованием входящих в нее объектов» [6; 180]. Последняя представляет собой довольно жестко определенные условия существования человека, имеет в распоряжении конкретные объекты и институции, культурно-исторические смыслы и т.д. Поскольку современная культура – культура нелинейная, культура сетей, имеющая в основе в качестве субъекта человека мобильного и лабильного, то выбор городской среды, а не профессиональной сети (примем это условное противопоставление) в процессе культурного становления, самоопределения личности представляется гораздо более жестким выбором. Во всяком случае, скорее, ориентированным на историю и место, чем на личностную пользу: профессиональный рост, самореализацию и т.д. Думается, что такой социальный выбор, отчасти романтический, «почвеннический», может быть сделан человеком, живущим идеалами и ценностями и обладающим психотипом старой парадигмы культуры с ее просветительскими «амбициями», приматом личности, наличием *genius loci*, укорененностью, историчностью. В то же время, новая культурная парадигма, предполагающая, как было отмечено, мобильную и лабильную личность, дает большую свободу маневра, передвижения, творческого эксперимента, свободу игры, которая всегда может потерять собственные рамки, стать «текучей» – не определяемой практической целью, идеей. Возвращаясь к идее противопоставления досуга и праздника, игра в этом случае – скорее эксцентричная игра свободного времени молодого человека, не обремененного «взрослыми» обязанностями, чем ритуал, устанавливающий социально-культурные связи в мире.

Носителями той или другой культурной парадигмы могут быть поколения, микрогруппы, сообщества; культурная парадигма, или определенный культурный, жизненный стиль определяется, как известно, базовыми идеалами и ценностями субъектов культуры, на основе которых формируется социальный заказ. У фестивалей, созданных на базе различных идеалов, – под идеалом в данном случае подразумеваем культурный, антропологический идеал [2] – проявляются свои особенности отношения и к организации, и к зрителю (публике), и к содержанию, механизму проведения; разные цели и мотивации, разная «жизнеспособность».

Поскольку искусство, художественная сфера часто «работает на опережение», формируя новые идеалы, то социальный заказ на те или иные виды культурного продукта и его трансляции складывается не сразу, и поэтому более устойчивыми всегда будут фестивали, проводимые и поддержанные государственными институциями как консервативные, отработанные и принятые обществом формы; частные же инициативы, особенно связанные с новыми художественными формами (как чаще всего бывает), инициативы, отражающие интересы микрогрупп и небольших сообществ, широкими слоями горожан могут отвергаться, пока эти идеалы не станут общезначимыми.

В 1987 году в Волгограде появился фестиваль современных авангардных художественных практик «Неопознанное движение» (его идеолог – Сергей Карсаев), просуществовавший довольно долго, до начала 1990-х. Вот как описывает его становление сам идейный вдохновитель и организатор: «В Красноармейском, а точнее в Заканалье (Красноармейский район, бывший п. Красноармейск, до сих пор является отстоящим от основной части города Волгограда. – И.Т.), была своя активная очень группа молодых людей, которая интересовалась искусством, еще с середины 60-х. Мы ездили в Москву, на выставки, на кинопоказы, мы были такие динамичнее молодые люди. И потом здесь у себя что-то сами для себя делали, такие мелкие акции с чтением стихов, с музыкой, рок-музыкой и так далее <...> Очень долго мы этим занимались <...> какие-то спектакли пытались делать, сами для себя. Мы вообще не хотели это никому показывать. Тогда, в 60-е, было такое время, что лучше никому не показывать чем ты занимаешься, рок музыка была под запретом, интерес к авангарду рассматривался, чуть ли не как угроза советской власти. И мы не искали какого-то особого никакого прорыва, это как бы для самих себя, для каких-то собственных переживаний делалось, катарсисов. Мы сами были зрителями, и сами исполнителями. Вот с этого все и началось. <...> Потом (имеются в виду 1980-е. – И.Т.), работая в ДК «50 лет Октября», я там провёл несколько представлений <...> в Доме архитекторов <...> Мы начали в Заканалье, потом нас стали приглашать в сам город» [13].

Фестиваль консолидировал сначала микрогруппу, а затем – сообщества (участники приезжали из Москвы, других городов СССР и Европы, получив чуть ли не единственную в стране площадку для выступления и коммуникации). В контексте переходного периода 80-90-х гг. он стал значимым на уровне как Заканалья, так и всего города. «Неопознанное движение» давало коммуникативную разрядку, восполняло дефицит неофициальной культуры, взяло на себя роль форума, пусть на эстетическом уровне. Таким образом, сработал социальный заказ на событие и на личность для консолидации и коммуникации профессионального творческого сообщества, а также конкретного местного сообщества в определенном историческом контексте, на сломе парадигм, когда во главу угла стал идеал свободно творящего человека, воссоздающего мир.

**Респондент 6, 52 года:** «В моем понимании фестиваль – это личность, потому что невозможно объединить творческую идею в рамках какого-то бизнес-проекта или вообще проекта. <...> Фестиваль это не гастроли, на фестиваль люди приезжают пообщаться друг с другом. Это общение прежде всего. Поэтому оно должно всегда исходить от какого-то анархиста. Кому тесно... его не интересуют деньги, ему нужен творческий обмен. Он решил всех собрать и похулиганить немножечко. То есть это хулиганский акт, я думаю. В моем понимании. Вот идеальный фестиваль для меня – это карсаевский фестиваль. То, что сейчас уже повторить невозможно. Априори невозможно. Потому что это было большое хулиганство того времени, которое было очень вкусно сделано. Которое засосало в себя и власть и администрацию культуры и публику. Он же наращивал... Если бы Карсаев не сказал стоп, он бы так и продолжался».

Фестивальное движение, связанное с деятельностью киноведа Галины Жданкиной (при поддержке областного киноvideоцентра) и представленное различными регулярными кинофестивалями («Кино без границ» и предшествующие ему) и событиями, изначально преследовало просветительскую цель как одну из первоочередных. Поэтому социальная активность этого организатора изначально исходила не только из профессиональных амбиций, но и от особого ощущения города и людей в нем, своего места в городе. Связь фестиваля (как ритуала) и места, где он должен проводиться, оценивается такими организаторами довольно однозначно: «Фестиваль ведь имеет свои границы. Он живет своей жизнью, как человек. Он рождается, у него есть апогей – высшая точка рассвета, потом он умирает. Как и театральный спектакль. И поэтому привязка к одному месту формирует зрителя и атмосферу» [14].

Фестивали описанных моделей (назовем их условно: «фестиваль переходного типа», «фестиваль просветительского типа»), имеющие многолетнюю историю, тесно связаны с конкретной личностью, и, действительно, их сами можно сопоставить с личностью, как в приведенной цитате. Именно на личности держатся такие фестивали, на ее интересе, энтузиазме, харизме, способности создавать сообщество вокруг себя. Причем это личность старой культурной парадигмы – центрирующая сила, фундамент. Это «гении места», хранители истории и ценностей, культурных связей. С. Карсаев, например, сейчас ведет группу «История души. Красноармейск приканальный. Сталинград-Волгоград» в электронных социальных сетях.

Многие фестивали инициатив «снизу», которые организуются молодыми людьми 25-30 лет в современном историческом и социально-культурном контексте, редко бывают столь же длительными и успешными (отчасти исключением является «Видеология», просуществовавшая пять лет – до распада организационной группы), поддерживаемыми сообществом и удерживающими зрителя. Фестиваль «как личность» уступает место фестивалю, который делает команда менеджеров, и для современных «кустарных» фестивалей (по выражению Респондента 10), в отличие от профессиональных, это, по всей видимости, является одним из решающих факторов их существования: будет ли держаться микрогруппа, основанная на личностных связях, прочнее, чем группа профессионально заинтересованных менеджеров проекта.

Фестиваль, начатый как собственная «инициация» организатора(ов) в той или иной сфере, может окончиться с завершением этого ритуала либо перекавалифицироваться в уже постоянную игру – повторение этой «инициации» в различных вариациях, и тогда ее основной функцией будет получение удовольствия от собственной деятельности организаторами фестиваля и коммуникация внутри микрогруппы; он может и перерасти в свою стадию взросления – стать профессиональным, т.е. постоянной сферой приложения творческих сил человека / коллектива с определенными социальными целями. Тогда организаторы этого фестиваля перенимают, наследуют некую традицию, либо создают на основе традиции нечто новое и существенное.

Почти всеми респондентами отмечалось, что зритель фестиваля – молодой человек, с одной стороны, свободный от обязанностей ведения своего хозяйства, имеющий свободное время для посещения различных мероприятий и «тусовок», подвижный, с другой – находящийся в развитии, достаточно открытый для коммуникации, для новой информации, лабильный. Эта возрастная социально-психологическая характеристика, в принципе, может быть эвристически перенесена на сами фестивали: многие исследуемые нами волгоградские фестивали, особенно т.н. «кустарные» инициативы микрогрупп и отдельных личностей, – «рождаются» и «умирают» молодыми – ищущими себя (а не наследующими традиции), амбициозными, индивидуалистичными; назовем фестиваль этого типа «индивидуалистическим».

Для создания успешного городского фестиваля в настоящий момент необходим учет глобальной и локальной социально-культурной ситуации, а также ценностей и запросов потенциальной целевой аудитории. С одной стороны, в общекультурном плане – это пресыщенность, индивидуализм, чувство безграничных возможностей современного человека (чего в 1980-90-х еще не было у волгоградских зрителей, когда Россия только открывалась мировым процессам и переживала процессы собственные, уникальные; «голод» аудитории и новизну происходящего на этот период отмечают респонденты, высказывающиеся о «Неопознанном движении»). С другой стороны, учет особенностей волгоградских культурно-исторических смыслов и контекстов. Интересно, что из всех интервьюируемых собственно о запросах аудитории, а не интересах организаторов, так или иначе высказывались считанные единицы, среди них – два респондента из Германии.

**Респондент 26, 29 лет (менеджер в сфере культуры, Германия):** «Конечно, были такие моменты, особенно, когда мы начали там предлагать какие-нибудь, может, не сразу понятные ворк-шопы, или фестивали, или проекты. <...> Не всегда люди приходили самостоятельно с самого начала. Надо было очень большой труд делать, чтобы показывать, что хотим делать с этим ворк-шопом и с проектом... Почему это хорошо, какие выводы или польза там могут быть. Именно развивать интерес у людей – это всегда было трудно, и очень мало времени».

Стоит отметить, что в европейских, западных исследованиях фестивалей, которые проводятся достаточно широко, говорится как раз о необходимости тесного взаимодействия организаторов фестивалей с местными сообществами [12] – поддержка местным сообществом признается одним из факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность события [10]. Учета потребностей и творческих возможностей жителей территории считается важным для ее развития: «Фестивали могут сыграть очень важную роль в местном сообществе, выходящую за рамки удовольствия и эстетики. <...> Создать возможности для локальных процессов развития <...> восстановления городской среды, <...> стимулирования творческих интервенций, планирования мероприятий, которые могут повлиять на процессы восстановления, в краткосрочной и долгосрочной перспективе. <...> Фестиваль дает возможность жителям по-новому, с другой точки зрения, взглянуть на место, где они живут, это может улучшить качество коммуникации среди

населения и укрепления взаимного понимания социальных, этнических, возрастных и культурных групп» [11; 48]. Эта традиция учитывать потребности аудитории и производимые эффекты в российской практике только начинает приживаться.

### Выводы

Фестиваль отражает общекультурную ситуацию и локальный контекст конкретного места, а также зависит от этих контекстов. Как культурный феномен, он исторически и «поколенчески» контекстуален. Очевидно, что он воплощает идеалы и ценности культурных / художественных элит, зависит от их способности к манифестации этих ценностей, от цельности сообществ, социального заказа и социальной активности. Художественный фестиваль является маркером элитарного и интеллектуального потребления, может быть элементом идентичности местных элит.

Носителем идеологии фестиваля может быть харизматическая личность, микрогруппа, сообщество. По типу культуры и ее субъекта на проанализированном материале можно условно выделить модели фестивалей: фестиваль просветительского типа, фестиваль переходного типа, фестиваль индивидуалистического типа. Устойчивость того или иного фестиваля зависит как от субъекта его организации, так и от типа культуры.

Фестивали способны играть роль интеграторов местных и профессиональных сообществ, создавать в крупном городе уникальное социально-психологическое пространство для коммуникации. Фестиваль как часть праздничной культуры является ритуалом воссоздания определенных пространственно-временных условий, среды, в которой нуждаются его организаторы и потребители, в данном случае – городская интеллигенция, художественные сообщества. Художественный фестиваль также становится проводником новых культурных ценностей и смыслов, может участвовать в формировании микрогрупп и сообществ, самоопределении личности, ее «инициации» в культурной среде.

Очень тесной может быть связь фестиваля с городом и его структурными и социальными характеристиками. Особенности топографии, системы расселения и социальной организации Волгограда многими респондентами оцениваются как проблемные, мешающие социальным и творческим связям, противоречащим самой идее фестивалей – интеграции и творчеству. Связка нескольких элементов – личностных и микрогрупповых ценностных интенций, стратегии городского развития и культурной политики, потребностей общества и локальных сообществ и социальная активность городских элит – представляется значимой для развития фестивального движения.

*Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ (проект № 14-13-34015).*



## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Атопов В.И.* Волгоград / *Атопов В.И., Масляев В.Е., Липявкин А.Ф.* – М.: Стройиздат, 1985. – 216 с.
- [2] *Бранский В.П.* Искусство и философия. Роль философии в формировании и восприятии художественного произведения на примере истории живописи. – Калининград: Янтарный сказ, 1999. – 703 с.
- [3] *Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3–4. – URL: <http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/zim.html> (дата обращения: 14.10.2014).
- [4] *Лысенко Г.В.* Социальные взаимодействия в пространстве современного города // Социология города. – 2011. – № 2. – С. 45–50.
- [5] *Николаева П.В.* Фестиваль как этап эволюции праздничной культуры // Культурная жизнь Юга России. – 2008. – № 2(27). – С. 144–146.
- [6] *Орлова Э.А.* Городская среда как культурно-эстетическое явление // Эстетическая культура. – М., 1996. – С. 179–200.
- [7] *Пигалев А.И.* Праздник // Культурология. XX век. Энциклопедия. В 2 т. – СПб., 1998. – Т.2. – С. 134–135.
- [8] *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Изд. дом «Классика-XXI», 2007. – 421 с.
- [9] *Corcoran M.P.* Place attachment and community sentiment in marginalized neighborhoods: a European case study // Canadian Journal of Urban Research. – 2002. – V. 11. – Issue 1. – P. 201–221.
- [10] Graham Devlin Associates. Festivals and the city. The Edinburgh Festivals Strategy. Edinburgh: The City of Edinburgh council, Scottish Arts Council, Scottish Enterprise Edinburgh and Lothian. 2001. – URL: <http://www.efa-aef.eu/newpublic/upload/efadoc/11/FestivalsStrategy%20edinburgh.pdf> (дата обращения: 15.10.2014).
- [11] Festivals: challenges of growth, distinction, support base and internationalization, Tartu: heade motete linn, 2003. – 57 p. – URL: <http://www.tartu.ee/data/raamat1.pdf> (дата обращения: 20.08.2014).
- [12] The economic and social impact of cultural festivals in the East Midlands of England. Final Report. – Leicester: De Montfort University. 2004. – 176 p. URL: <http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/documents/publications/phpvY0hNv.pdf> (дата обращения: 8.10.2014).

[13] Записано со слов С.Ф.Карсаева в г. Волгограде 1 августа 2014 г.

[14] Записано со слов Г.И. Жданкиной в г. Волгограде 24 сентября 2014 г.

© Тропина И.Г., 2015.

Материал поступил в редакцию 20.02.2015.

**Тропина Инесса Геннадьевна,**

кандидат философских наук,

главный специалист ГАУК ВО «Агентство культурных инициатив» (Волгоград),

e-mail: itropina@yandex.ru

UDC 316.7

***Tropina I.***

#### **SOCIO-CULTURAL FUNCTIONS OF FESTIVALS OF ARTS IN VOLGOGRAD**

**Abstract.** The initial results obtained during the first year of the project “Volgograd Festivals of Arts: Cultural and Social Research (needs, values, motivations, experience, social and cultural role)” are proposed in article. The role of festivals of arts is analyzed in socio-cultural and anthropological context on the basis of data from expert and focus group interviews: how the subjects of the cultural process treat the Volgograd festivals; how the Volgograd residents’ interpretations of festival process are correlated with their views about cultural urban environment; what are the motives and needs of festival initiators and audience which define their cultural creativity and consumption. Some festival models are identified; conclusions about personality’s role in their initiation and functions and about their relation with the urban socio-cultural environment are made.

**Key words:** Volgograd, urban culture, the cultural environment, festival, festival of arts, festival functions, ritual, social activity, communities, personality, values, needs, motivations.

***Tropina Inessa Gennadievna,***

PhD. in Philology,

Chief Specialist, Agency for Cultural Initiatives (Volgograd),

e-mail: [itropina@yandex.ru](mailto:itropina@yandex.ru)