

Культурный фестиваль как способ региональной идентификации участников

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Ермолаева Ирина Алексеевна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия
E-mail: iraermolaeva811@gmail.com

В условиях глобализации и унификации культурных стандартов человек ищет точки опоры, связывающие его с конкретным местом. Региональная идентичность становится таким якорем – способом укорениться в быстро меняющейся реальности. Культурные фестивали привлекают внимание как площадки, где эта идентичность может быть не просто заявлена, но и эмоционально прожита (Коноплева, Поветкина, 2024). В отличие от повседневности, фестиваль создает пространство, где символы региона, его история и традиции выходят на первый план.

Цель тезисов состоит в выявлении основных механизмов, через которые культурный фестиваль способствует формированию региональной идентичности участников, а также в определении факторов, влияющих на эффективность этого процесса.

В современной социологии идентичность понимается не как статичная данность, а как динамичный конструкт, воспроизводимый через социальные практики, символы и коммуникацию (Коноплева, Поветкина, 2024; Шелегина, Запорожченко, 2025). В ее структуре выделяют пространственную привязку, социальную общность и связь с прошлым через историческую память.

Фестиваль играет ключевую роль в чувственно-эмоциональном конструировании региональной идентичности (Шелегина, Запорожченко, 2025). Он работает с символическим капиталом территории: название, программа, символы наполняются местными культурными кодами, превращая площадку мероприятия в насыщенный «образ места». Идентичность здесь не провозглашается, а проживается через совместные действия – танец, пение, обряды. Этот церемониальный опыт обладает сильным воздействием. Кроме того, фестиваль создает коммуникативное пространство, где встречаются коренные жители и прибывшие жители, местные и туристы, разные поколения. Исследования показывают, что фестивали становятся брендами регионов, работая на внешний имидж, но погоня за внешним эффектом может привести к искусственному конструированию идентичности «под заказ» (Либакова и др., 2016).

Исследование фестивалей «Мир Сибири» и Красноярского международного музыкального фестиваля показало: для местных жителей они стали неотъемлемой частью жизни, воспринимаются как «свой», аутентичные праздники (Либакова и др., 2016). В отзывах участников звучали мотивы гордости за свой край, что подтверждает закрепляющую роль фестиваля. Фестивали ярко демонстрируют работу на разных уровнях идентичности: через круглые столы обсуждаются вопросы самоопределения, а через этнические показы и дегустации молодые люди заново открывают и проживают свою принадлежность.

Можно выделить три основных механизма идентификации. Первый – символическое насыщение: фестиваль собирает разрозненные символы территории в целостный образ, который участник воспринимает как «свой». Второй – со-участие: зритель перестает быть пассивным, включаясь в хороводы, мастер-классы, что создает эффект личной причастности. Именно в этих перформативных практиках происходит чувственно-эмоциональное

конструирование идентичности (Шелегина, Запорожченко, 2025). Третий – коммуникация: фестиваль становится точкой встречи поколений и культур, где в диалоге формируется региональная общность.

Однако существует серьезный риск коммерциализации. Когда фестиваль превращается в «проект» для отчета или гранта, местные жители чувствуют себя статистами на празднике для приезжих. Это ведет к отчуждению, а не к консолидации. Для формирования устойчивой идентичности важен учет локальных запросов и ценностей, а не только глобальных трендов (Рой, 2025). Без опоры на локальное сообщество никакой бренд не станет основой для глубокой идентификации.

Культурный фестиваль обладает потенциалом для перевода региональной идентичности из скрытого состояния в актуальное, переживаемое. Это происходит через работу символических, перформативных и коммуникативных механизмов, создающих эффект сопричастности. Современному фестивалю присуща двойственность: он может быть как пространством подлинного самовыражения сообщества, так и инструментом внешнего брендинга, используемым властью и бизнесом. Идентификационный эффект достигается только при балансе этих сторон, когда местные жители выступают соавторами праздника, а не пассивными потребителями «спущенного сверху» мероприятия.

Источники и литература

- 1) Гражданская, региональная, этническая идентичность в этнологических исследованиях: сборник статей / Отв. ред. Р.А. Старченко, П.А. Серин. Москва: ИЭА РАН, 2025. 228 с.
- 2) Коноплева Н.А. Территориальная и этническая идентичность как формы самоидентификации и репрезентации региональной культуры (на примере Приморского края) / Н.А. Коноплева, А.А. Поветкина // Человек. Культура. Образование. 2024. № 3. С. 82-103.
- 3) Лобакова Н.М. Современные стратегии социального позиционирования сибирских регионов / Н.М. Лобакова, Е.А. Сертакова, М.А. Колесник [и др.] // Социодинамика. 2016. № 1. С. 162-189.
- 4) Малявин В., Немчинов В.М. Мультикультурализм в России и странах Востока: проблемы глобализации, регионализации и идентичности в первой трети XXI века. Том I / Авт.-сост. и отв. ред. В.М. Немчинов. Москва: ИВ РАН, 2024. 338 с.
- 5) Рой О.М. Национальная идентичность в России: между глобализацией и глокализацией / О.М. Рой // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2025. Т. 18, № 3. С. 78-91.
- 6) Шелегина О.Н. Этнокультурные аспекты сибирской региональной идентичности (конец XX – первые десятилетия XXI века) / О.Н. Шелегина, Г.М. Запорожченко // Археология, этнография и антропология Евразии. 2025. Т. 53, № 2. С. 126-133.