

УДК 316.654

В.Н. Чукавина

V.N. Chukavina

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Perm National Research Polytechnic University

ОТНОШЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ К СПОРТИВНО-ЗРЕЛИЩНЫМ ФЕСТИВАЛЯМ В МАЛЫХ ГОРОДАХ

ATTITUDE OF RESIDENTS TO SPORTS AND ENTERTAINMENT FESTIVALS IN SMALL CITIES

Статья посвящена исследованию спортивно-зрелищных фестивалей как социокультурного феномена, выявлению его места и роли в современном пространстве, а также отношения к нему жителей на примере фестиваля воздухоплавания «Небесная Ярмарка» в г. Кунгуре. Отмечена значимость фестиваля в жизни малого города.

Ключевые слова: фестиваль, отношение, социокультурный феномен, социальный феномен, социальное поведение.

This article is devoted to research of sports and entertainment festivals as a sociocultural phenomenon, identification of its place and role in modern space, as well as attitude to it of residents. The article describes the significance of the festival in the life of a small city, which is seen by locals and much more. And also from the text of the article we can find out what type of attitude is predominant and what feelings citizens feel towards the phenomenon of the festival.

Keywords: festival, relation, sociocultural phenomenon, social phenomenon, social behavior.

Актуальность данной темы связана прежде всего с возрастающей популярностью фестивальных движений, недостаточной практической изученностью данного феномена, а также, возможностью через отношение к фестивалям увидеть настроения общества.

Для исследования мы рассмотрели три распространенных социологических подхода: конструктивистский, структуралистский и деятельностный.

В рамках первого подхода фестиваль можно рассмотреть как способ взаимодействия, который выражает и составляет общественные отношения (являются ли они субкультурами, организациями, классами или странами) и воплощает культурные предположения относительно этих отношений. Другими словами, для исследования феномена фестивалей нужно учитывать социальный контекст. Учитывая, что конструирование того, что мы идентифицируем

как фестиваль, так широко распространено и не проблематизировано, социокультурные основы фестиваля зачастую остаются незатронутыми. В рамках второго подхода [1, с. 85] на отношении индивидов к фестивалю могут влиять такие переменные, как престиж, социально-ролевой статус, территориальный статус и т.д. Если рассматривать отношение к фестивалю, то можно будет увидеть, что это отношение выражают представители разных слоев общества:

1) те, кто считаются так называемой элитой (сидят на трибунах согласно купленным билетам либо находятся на стадионе около сцены, так как имеют некие преимущества перед другими в виде пропусков, знакомства; имеют возможность полетать на аэростате на дальние расстояния, так как позволяют средства; те, кто непосредственно живут там, где проходит фестиваль, организаторы и т.д.);

2) те, кто находятся на средней ступени (могут также сидеть на трибунах или находиться около сцены (например, участники), но не могут полетать на аэростате, а только подняться на небольшую высоту);

3) те, кто находятся на низшей ступени – стоят в толпе и лишь издалека наблюдают за всем происходящим.

Для дальнейшего анализа мы взяли деятельностный подход, поскольку именно через него мы можем рассмотреть поведение индивидов в контексте фестивальных мероприятий, а также их отношение к фестивалю. В связи с этим фестиваль мы понимаем как соединение коллективного и индивидуального социальных действий различных форм [2, с. 146].

Для того чтобы перейти к анализу отношения индивидов к фестивалю как социальному феномену, рассмотрим несколько точек зрения разных исследователей на социальные отношения. Так, Ф. Знанецкий социальные отношения относил к устойчивым нормативным социальным системам, каковыми являются, например, отношения в браке, дружба между двумя людьми, родственные отношения и т.д. С его точки зрения, социальные отношения возникают лишь на почве субъективного намерения выполнять обязанности, вытекающие из связующего звена отношений [3, с. 338]. Таким образом, социолог рассматривает отношения как связи между субъектами. Нам же необходимо рассмотреть отношение как оценку субъекта относительно объекта. Согласно Большому толковому социологическому словарю, отношение (attitude) – усвоенная постоянная тенденция особым образом воспринимать людей либо ситуации или относиться к ним.

Ряд зарубежных авторов (Г. Олпорт, Габер и Фрид, Роукич), анализируя понятие «отношение», считают, что отношение ведёт к определённом поведению, т.е. отношение определяет поведение; другие настаивают на том, что отношение существует лишь мысленно, а поведение определяется ситуацией [4, с.12]. Поэтому целесообразно выделять три элемента: а) когнитивный –

убеждения и идеи; б) эмоциональный – ценности и эмоции; в) поведенческий – предрасположенность к действию или деятельности.

Опираясь на рассмотренные подходы к изучению отношения индивидов к различным ситуациям, событиям и феноменам, мы полагаем, что отношение к фестивалю нужно анализировать, используя сочетание объективных и субъективных показателей. В связи с этим в данном исследовании ключевыми элементами, через призму которых будет вестись анализ отношения индивидов к фестивалю, выступают поведенческие социальные факты и осмысление индивидами значимости фестиваля.

На формирование отношения местных жителей к фестивалю влияет множество различных факторов, среди которых можно выделить общие (социально-экономическая ситуация в обществе и ее динамика; социальная структура общества (уровень и характер социального расслоения)); социально-политическая обстановка; оценка рыночной экономики; глобализация; культура; межрегиональная коммуникация), а также специфические факторы. К специфическим факторам отношения к фестивалю относятся: социально-демографические факторы и наличие у человека профессионального отношения к тематике или площадкам фестиваля.

Пилотажное исследование проводилось в два этапа. На первом этапе нами были проанализированы данные, представленные отделом туризма администрации г. Кунгура. На втором этапе проводился опрос жителей г. Кунгура в объеме 177 человек.

Объект – жители г. Кунгура в возрасте от 16 лет.

Предмет – отношение горожан к проведению фестиваля «Небесная Ярмарка».

Цель исследования – изучение отношения жителей г. Кунгура к фестивалю воздухоплавания «Небесная Ярмарка» и факторов, формирующих его.

Задачи исследования:

- 1) получить субъективную оценку местных жителей г. Кунгура разных сторон организации и проведения фестиваля «Небесная Ярмарка»;
- 2) выявить представления жителей Кунгура об основных смыслах и идеях фестиваля «Небесная Ярмарка»;
- 3) определить уровень поведенческой активности жителей Кунгура в контексте фестиваля «Небесная Ярмарка»;
- 4) выявить наиболее распространенный тип отношения жителей Кунгура к фестивалю «Небесная Ярмарка»;
- 5) определить наиболее значимые факторы, влияющие на отношение горожан к фестивалю «Небесная Ярмарка».

Показатели отношения горожан к проведению фестиваля «Небесная Ярмарка»:

- Оценка фестиваля в контексте городской жизни:
 - оценка организационных процессов (информированность, доступность по времени/месту);
 - оценка материально-технического оснащения;
 - оценка масштабности мероприятий (количество людей, размер площадок);
 - оценка значимости фестиваля в контексте экономической и культурной жизни города.
- Представления горожан об основных смыслах и идеях фестиваля:
 - интерпретация основной идеи фестиваля;
 - представление о специфике и уникальности данного фестиваля;
 - востребованные субъективные смыслы в контексте фестиваля;
 - представления горожан о целях.
- Поведение жителей на фестивальных площадках:
 - формы участия в мероприятиях;
 - посещаемые площадки;
 - интенсивность участия по дням посещения;
 - продолжительность присутствия в течение одного дня;
 - вовлеченность.
- Обобщенное отношение жителей к фестивалю «Небесная Ярмарка»:
 - эмоциональное отношение к фестивалю «Небесная Ярмарка»;
 - чувство гордости за свой город, в котором проводится международный фестиваль воздухоплавания.

Типология отношения:

– Высокая приверженность. Горожане с данным типом отношения посещают фестивальные мероприятия, а важное значение фестиваля видят в плодотворном влиянии на экономику города и на досуг жителей, а также считают, что есть плюсы и минусы, но хорошего от фестиваля для города, конечно, больше.

– Неустойчивая лояльность. К данному типу отношения относятся те горожане, которые могут посещать или не посещать фестивальные мероприятия, а также видят, как положительное, так и негативное значение фестиваля.

– Отторжение. Данный тип отношения имеют горожане, которые не посещают фестивальные мероприятия и считают, что фестиваль не имеет важного значения.

Таким образом, на основе данных, представленных отделом туризма администрации г. Кунгура, мы выяснили, что «Небесная Ярмарка» очень массовое мероприятие, которое привлекает десятки тысяч зрителей, и не проходит незаметно для местного сообщества.

Таблица 1

Тип отношения к фестивалю «Небесная Ярмарка»

Тип отношения	Число	Доля, %	Валидный процент
Высокая приверженность	53	29,9	36,1
Неустойчивая лояльность	72	40,7	49,0
Отторжение	22	12,4	15,0
Всего	147	83,1	100,0
Не вошедшие в типологию	30	16,9	
Всего	177	100,0	

Нами была построена типология отношения горожан к «Небесной Ярмарке», на основе их поведения и субъективного осмысления данного события, в которую вошли около 83 % респондентов (табл. 1, 2). Примерно 1/6 часть горожан в типологию не вошла. Ими оказались те, кто не участвует в мероприятиях фестиваля и считают неоднозначной его значимость, а также те, кто не участвует и ничего не может сказать по поводу значимости. Итак, основой тип составили респонденты с неустойчивой лояльностью (49 %). На формирование того или иного отношения больше всего оказывали влияние такие факторы, как материальное положение, уровень образования, пол.

Таблица 2

Чувства	Число	Доля, %
Очень положительные, мне нравится, очень интересно и полезно!	54	30,5
Скорее положительные, хорошее и важное мероприятие	66	37,3
Скорее отрицательные, много лишнего шума из-за этого, считаю, есть вещи поважнее, чем проводить такие мероприятия	26	14,7
Крайне отрицательные! От этого больше вреда, чем пользы!	5	2,8
Мне безразлично, все равно – что проводят, что нет	26	14,7
Всего	177	100,0

Местные жители в большинстве своем положительно относятся к фестивалю (67,8 %), несмотря на встречающиеся негативные отзывы в социальных сетях.

Также выяснилось, что довольно большая часть горожан считает, что «Небесная Ярмарка» – это ключевое событие для г. Кунгура и важное для Пермского края, но, как оказалось, доля таких оценок не превысила 50 %.

Кроме того, большинство жителей называют главной целью фестиваля создание имиджа города.

Как удалось обнаружить, большинство горожан не участвует ни в одном из мероприятий фестиваля, однако из тех, кто все же посещает фестивальные мероприятия, подавляющая часть присутствует в основном на открытии и закрытии фестиваля «Небесная Ярмарка». Чуть меньше горожан посещали праздник, посвященный юбилею мясокомбината «Кунгурский».

Таким образом, можно сделать вывод, что фестиваль как социальный феномен имеет достаточно большую значимость в жизни людей, города и страны (если данный фестиваль имеет статус международного или ориентирован на сохранение культуры), а также может быть интересен исследователям для изучения настроений индивидов и факторов, влияющих на эти настроения, через призму отношений к мероприятиям и празднествам. Также результаты эмпирического исследования показали, что, несмотря на наличие негативных отзывов, комментариев в социальных сетях и в разговорах жителей между собой относительно фестиваля «Небесная Ярмарка» в г. Кунгуре, большинство горожан в целом положительно относятся к данному фестивалю.

Список литературы

1. Шкаратан О.И. Социология неравенства. Теория и реальность. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 526 с.
2. Барулин В.С. Социальная жизнь общества: вопросы методологии. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – 186 с.
3. Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки. Американская социологическая мысль. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 349 с.
4. Мишина Т.Н. Психологические аспекты отношения человека к своему здоровью // Молодой ученый. – 2017. – №13(2). – С. 11–15.

Получено 17.03.2020

Чукавина Виктория Николаевна – магистрант, кафедра социологии и политологии, гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: Chukavina1996@mail.ru.

Научный руководитель **Ганина Ольга Александровна** – старший преподаватель кафедры социологии и политологии, гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: Ganinaoa@yandex.ru.