

Культурные фестивали как форма интеграции молодежи в современную социокультурную среду: критерии и результаты

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

Кудряшов Никита Андреевич

Студент (магистр)

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия
E-mail: nikit4kudriashoff@yandex.ru

Современная молодежь растет в эпоху цифровых технологий, но именно это поколение острее других испытывает дефицит живого общения и кризис идентичности. Традиционные институты социализации утрачивают влияние, поэтому особое значение приобретают «мягкие» механизмы, дающие опыт сопричастности. Таким механизмом становятся культурные фестивали, превратившиеся в массовое социальное явление. Сегодня это сложный феномен, выполняющий коммуникативную, ценностную и идентификационную функции. Однако в науке сохраняется противоречие: фестивалям априори приписывают объединяющую роль, но отсутствуют четкие критерии оценки их реального интеграционного эффекта. Действительно ли они ведут к глубокой интеграции или лишь создают кратковременную иллюзию общности?

Цель статьи — определить критерии оценки эффективности фестивалей как инструмента интеграции молодежи и выявить реальные результаты этого процесса. Ключевой вопрос: при каких условиях и по каким показателям фестиваль становится действенным механизмом включения молодого человека в социокультурную среду?

В современной российской социологии молодежи значим подход Ю.А. Зубок, анализирующей самоорганизацию молодых в изменяющейся реальности. Под интеграцией молодежи в статье понимается двуединый процесс: 1) активное включение в устойчивые социальные связи; 2) усвоение просоциальных норм и формирование идентичности за пределами события.

В российской науке сложились продуктивные подходы к анализу фестивалей:

Трехкомпонентный подход В.А. Шелгинской: выделяет материальную (инфраструктура), информационную (коммуникации) и социальную (взаимодействие) среды. Исследования Шелгинской показывают разницу восприятия фестивалей поколениями Y и Z. Исследования межкультурной коммуникации Н.М. Боголюбовой и соавторов, рассматривающие фестиваль как инструмент диалога культур, что подтверждается работами Р.Н. Еремеева о трансляции ценностей. Исследования воспитательного потенциала фестивалей как пространства диалога и профилактики асоциальных явлений. Таким образом, под интеграцией молодежи понимается установление социальных связей в гибридной среде (физической, информационной, социальной), где культурный фестиваль выступает событием, способным формировать как временные сообщества, так и долгосрочные связи.

Для проверки данных положений мы использовали данные социологического исследования, проведенного В.А. Шелгинской в Екатеринбурге, — «Городские социокультурные мероприятия глазами молодежи мегаполиса: сравнительный анализ поколения Y и поколения Z». Выборка респондентов составила 440 человек в возрасте от 18 до 35 лет, имеющих опыт посещения городских социокультурных мероприятий, среди которых в равной степени представлены молодые люди 18–24 лет (поколение Z) и 25–35 лет (поколение Y). Его результаты подтверждают наличие значимых поколенческих различий в

восприятию фестивалей: для респондентов 18–24 лет наиболее привлекательными являются визуальное оформление (24%), концертно-сценическая часть (23%) и неформальное общение (14%), тогда как для респондентов 25–35 лет — выступления и концерты (26%), визуальное оформление (18%) и деятельностные активности (15%). При этом в качестве основной цели посещения 42% респондентов указывают пассивное наблюдение, что свидетельствует о доминировании рекреационных мотивов над интеграционными. Данные показатели иллюстрируют необходимость поиска дополнительных механизмов, способных трансформировать пассивное присутствие в активное участие и, как следствие, в устойчивые социальные связи.

Среди факторов, определяющих посетительские предпочтения, наиболее значимыми для обеих групп оказались профессиональная принадлежность и тип посещаемого мероприятия (для поколения Y). Результаты показывают, что на клубных мероприятиях респонденты поколения Z более активны и придают значение возможностям для неформального общения (21% против 3% на городских фестивалях), тогда как на городских и частных событиях они ориентированы преимущественно на пассивное наблюдение. Для респондентов поколения Y на городских фестивалях важна возможность взаимодействия с ведущим (11%), на клубных мероприятиях — межличностное взаимодействие (44%), а на коммерческих событиях они преимущественно пассивны (61%). Данные результаты подтверждают общую тенденцию: молодежь готова к вовлеченному участию при наличии располагающих условий, но проявляет низкую инициативность в выборе активных альтернатив (Шелгинская, 2025, с. 240). При этом доля респондентов, ориентированных на установление социальных связей, достаточно высока: 62% опрошенных отмечают, что были бы рады завести на мероприятии новые знакомства. Однако ситуативное взаимодействие переходит в долгосрочное только у 31% респондентов спустя три месяца после события, причем преимущественно у тех, кто занят в интеллектуальной сфере или имеет среднее профессиональное образование. Это может быть обусловлено недостаточным вниманием организаторов к созданию условий для постфестивальной коммуникации и закреплению социальных связей.

Недостаточность учета социально-референтного аспекта при разработке технологий вовлечения молодежи также отмечает В.А. Шелгинская. По словам автора, ориентация на примечательную личность может послужить не столько средством привлечения, сколько способом вовлечения: для 26% респондентов поколения Z присутствие значимых других принципиально влияет на посетительское намерение, а для поколения Y более значимы представленные на площадке социальные практики и общее социальное окружение (Шелгинская, 2025, с. 239). Это указывает на целесообразность внедрения двух вариантов технологий вовлечения, обозначенных автором как «референтное вовлечение» (для поколения Z, или «зумеров») и «вовлечение посредством представленных социальных практик» (для поколения Y, или «миллениалов»). Применение данных технологий в практике организации культурных фестивалей позволит не только привлечь молодежь к посещению, но и обеспечить реализацию их интеграционного потенциала через формирование устойчивых социальных связей и усвоение просоциальных норм поведения.

Итак, культурные фестивали обладают значительным потенциалом как форма интеграции молодежи в современную социокультурную среду, выполняя важные коммуникативные, ценностно-ориентационные и идентификационные функции. Проведенное исследование подтвердило, что фестивали способны выступать механизмом «мягкой» интеграции, однако степень реализации этого потенциала напрямую зависит от учета организаторами поколенческой специфики аудитории. Игнорирование различий приводит к тому, что фестивали не достигают полноценного интеграционного эффекта ни для одной из возрастных подгрупп.

Источники и литература

- 1) Алексеенок А. А., Богатырев Р. А. Социологический анализ досуговых практик современной молодежи (на материалах Орловской области) // Среднерусский вестник общественных наук. 2022. Т. 17. № 5. С. 98–114.
- 2) Еремеев Р. Н. Пасхальный фестиваль как эффективная форма повышения интереса студенческой молодежи к русским культурным традициям // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2025. Т. 10. Вып. 4. С. 412–419.
- 3) Зубок Ю. А. Изменяющаяся социальная реальность: рефлексия теоретических и эмпирических аспектов социологического исследования молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8. № 3. С. 10–30.
- 4) Шелгинская В. А. Городские социокультурные мероприятия глазами молодежи мегаполиса: сравнительный анализ поколения Y и поколения Z // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 4. С. 226–244.
- 5) Шелгинская В. А. Посетительские предпочтения интересантов городских социокультурных мероприятий: трехкомпонентный подход к исследованию и управлению // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2024. Вып. 4. С. 594–608.