

Фестивали народного художественного творчества

Одной из наиболее эффективных технологий, которая помогает решать художественно-эстетические, социально-педагогические и экономические задачи, реализует личностно развивающую, социально организующую, креативную функции культуры, является фестивальная деятельность в сфере любительского творчества. Она ярко иллюстрирует процессы развития белорусской культуры на рубеже XX–XXI стст.

Фестивальное движение исторически сложилось и динамично развивается как социальное явление, иллюстрирующее наиболее актуальные идеи и потребности общества, которыми являются идеи гуманизма, духовности, общественного прогресса, эстетического развития личности и социума. Исследователи приходят к выводу, что “фестивализация культурной жизни общества” становится отличительным явлением современности, и уделяют много внимания выяснению причин такого феномена. В последние годы вышли в свет работы “Фестивальная практика: опыт case-study” Б.В.Периля (2002), “Основы кинофестивального менеджмента” (под ред. Г.А.Поличко, 2003), “Менеджмент музыкальных фестивалей” Н.Белоблоцкого (2003), “Фестиваль как социокультурный феномен современного театрального процесса” А.М.Меньшикова (2004), “Фестивальный менеджмент. Российский и зарубежный опыт” (под ред. В.А.Бабкова, 2007) и др. В ряду приоритетных аспектов исследования проблемы – менеджмент, маркетинг празднично-фестивальной деятельности, историко-культурологический и социально-педагогический аспекты проблем развития празднично-фестивальной деятельности в сфере народного художественного творчества в Беларуси.

В конце XX – начале XXI ст. фестивальная деятельность вышла за границы собственно сферы художественного творчества, расширила свое социально-культурное пространство, нашла применение в смежных областях – науке (фестивали науки), экономике (фестивали-ярмарки, фестивали рекламы), естествознании (экологические фестивали), образовании (фестивали образовательных технологий), спорте (фестиваль хоккея, бега) и пр.

Слово “фестиваль” происходит от латинского “fēstīvus” – веселый, праздничный. Считается, что понятие “festival” возникло во Франции и обозначало “праздник”, а затем попало в другие языки с французского. В современном понимании фестиваль – это праздничное действо, которое состоит из цикла концертов, спектаклей и других мероприятий, объединенных, как правило, тематически. Они происходят в особенно торжественной обстановке.

В отечественной литературе до середины 90-х гг. XX ст. сохранилось достаточно одностороннее понимание понятия “фестиваль” только как “формы демонстрации творческих достижений в определенном виде и жанре искусства”. В современной социально-культурной практике это явление содержит в себе многочисленные общественно-культурные составляющие. Следующее определение данного понятия более глубоко раскрывает его сущность: *фестиваль* – общественно-культурная, художественная акция, которая выражает культурные интересы социальной общности, отражает уровень развития видов и жанров профессионального и любительского искусства, характеризуется комплексным решением художественно-эстетических, социально-педагогических и других задач. Фестиваль отличается от других видов культурных мероприятий (праздник, концерт, показ, шоу, смотр, конкурс и др.) наличием общехудожественных и научных целей и задач, масштабностью, разнообразием программы, широтой состава участников и др.

Фестивали отражают разнообразие народного художественного творчества. Характерной чертой последнего десятилетия стала их жанровая дифференциация и специализация. В конце XX – начале XXI ст. в Беларуси заметно возросла активность регионов в проведении фестивальных мероприятий. Фестивальная “политика” начала складываться именно на региональном уровне и рассматриваться как фактор сохранения и развития культуры в регионах.

Система поддержки и развития народного художественного творчества начала складываться в Беларуси еще со второй половины XX ст. Ее организационная и управленческая структура включает два уровня: областной и региональный. Областной уровень составляют управления культуры облисполкомов и областные центры народного творчества; региональный – исполнительные органы на местах: районные исполнительные

комитеты, районные методические службы. Результатом их сотрудничества стало разграничение функций и четкое взаимодействие центра и регионов. Процессы управления развитием народного художественного творчества сформировались в систему, организационно-творческим ядром которой стали фестивали и праздники-конкурсы. К примеру, культурная жизнь Витебской области не ограничивается прославленным “Славянским базаром”. Среди районных мероприятий – региональный праздник “Браслаўскія зарніцы”, цель которого – возрождение народных традиций в новых социокультурных условиях; Международный фестиваль “Звіняць цымбалы і гармонік” в Поставах, где популяризируется народно-инструментальное творчество; международный фестиваль песни и музыки Поднепровья на границе России, Беларуси и Украины “Дняпроўскія галасы ў Дуброўна”, который через исторические культурные и духовные связи укрепляет дружбу народов; региональный праздник “Квітней, Глыбоччына”, что пропагандирует и развивает традиции народного творчества и ремесел; областной фестиваль национальных культур “Нас аб’яднала зямля Беларусі” в Миорах, который собирает представителей 13 национальностей, проживающих на территории области; региональный праздник “Дзвіна – Двина – Даугава” в Верхнедвинске, который возник как логический результат сотрудничества Беларуси, России и Литвы в сфере культуры и искусства; региональный праздник на Кургане Дружбы в Верхнедвинском районе, на границе Латвии, России и Беларуси.

В Минской области проводятся фестивали “Напеў зямлі маёй”, “Свет творчасці, свет захапленняў”, фестивали юмора, вокального искусства (“Пеўчае поле”), инструментального (“Майскі вальс”, “Сымон-музыка”), хореографического (“Карагод сяброў”), театрального (“Бярэзінская рампа”, “Чароўны кувэрак”) и др.

“Фестивальные визитки” имеют и другие регионы. Для города Гомеля это фестиваль хореографического искусства “Сожскі карагод” (с 1997 г.), а также театрального творчества “Славянскія тэатральныя сустрэчы” (с 1996 г.). Брест и Брестская область олицетворили фестивальную активность в проведении международного фестиваля театрального искусства “Белая вежа” (с 1996 г.), народного искусства “Палескі карагод” (с 1991 г.). Творческий облик Гродно определяет Всебелорусский фестиваль национальных культур, Могилева – фестиваль духовной музыки “Магутны Божа” (с 1993 г.).

Большинство фестивалей народного творчества возникали там, где была сформирована определенная социокультурная среда. Условиями внедрения художественных идей, заложенных в основу фестивальных акций, в том или ином месте являются их приемлемость и привлекательность для большинства населения. В одних случаях художественная идея развилась на реально существующих региональных народных традициях и получила современное воплощение в форме фестиваля или праздника. Так, фестиваль народного танца “Беларуская полька” проводился в Чечерском районе Гомельской области на протяжении 1993–2000 гг., где исторически развит народно-бытовой танец. Местом локализации традиций народно-инструментального творчества стал Поставский район Витебской области. Там закрепился международный фестиваль народной музыки “Звіняць цымбалы і гармонік” (с 1991 г.). Республиканский фестиваль народного юмора проводится в Калинковичском районе Гомельской области с 1995 г.

Наибольший социально-культурный эффект достигается в тех случаях, когда происходит включение в современные контексты сакральных для социума событий, личностей, мест, памятников архитектуры и искусства. Так, во всей Европе фестивали приспособили для своего проведения объекты культурного наследия — церкви, замки, крепости, способствуя тем самым их актуализации в коллективной памяти. Средневековую историю и культуру Беларуси реконструируют фестивали “Новогрудок” (2000, 2002, 2004), “Древний Несвиж” (2003), “Белый замок” (г. Минск, с 1998 г.), “Мирский замок” (г.п. Мир, с 1995 г.), “Заславский набат” (г. Заславль, с 2002 г.), “Меч Гедимины” (г. Лида, 2007 г.), “Рубон” (г. Полоцк, 2008 г.), “Седая легенда” (г. Друцк, 2001 г.), “Лошыцкі фэст” (г. Минск, ежегодно).

Социальная значимость фестивальной деятельности в сфере народного художественного творчества и целесообразность ее расширения и углубления выражаются в том, что фестивальные мероприятия оказывают системное стимулирующее воздействие на культуротворческие процессы: возрождают забытые пласты национальной и мировой культуры, стимулируют все виды творческой активности, повышают престиж и имидж местности, содействуют оживлению связей между регионами и формированию единого культурного пространства.

В Беларуси сложилась определенная технология реализации фестивальных проектов. Она включает научно-методическое,

нормативно-правовое, финансово-экономическое, материально-техническое, информационно-рекламное, кадровое обеспечение. Цель и задачи мероприятия формулируются и осуществляются инициативной группой – ответственными лицами учреждений и организаций, из числа которых создается организационный комитет. Он утверждает положение, в котором отражены идейно-тематический замысел фестиваля, место и сроки его проведения, структура, условия участия, и основной финансовый документ – смету. При необходимости организационный комитет формирует исполнительную дирекцию. Основными этапами реализации программы мероприятия являются постановка проблемы, подготовка рабочего плана и сметы расходов и доходов, проведение мероприятия, награждение участников, анализ и оформление итоговых документов.

Цели и задачи проведения культурных акций в масштабах области, их художественное содержание в обобщенном виде выражает направленность данных мероприятий на воспитательные и творческие итоги, что представляет собой своеобразную идеологию художественного развития в Минской области. Через программное содержание культурных акций раскрывается палитра интересов носителей и создателей современной народной художественной культуры и способов их воплощения в конкретных произведениях. Приведенная информация свидетельствует о разнообразии интересов населения в данной сфере, а также об умелом сочетании организационно-управленческих и художественно-творческих усилий для достижения значимых социально-культурных результатов.

Из вышеизложенного следует, что фестивали и праздники-конкурсы служат целям обобщения и трансляции положительного опыта и знаний, эффективной поддержки и стимулирования деятельности творческих личностей, являются формой корпоративного общения специалистов сферы народного творчества. Фестивальные традиции в народном художественном творчестве не только ярко иллюстрируют созидательный художественный потенциал жителей Беларуси, но и позитивно характеризуют организационные усилия управленческого аппарата, а также умелое организационно-методическое руководство социально-культурными процессами создания, освоения, сохранения, распространения и дальнейшего развития ценностей культуры.

При всей сложности и разветвленности фестивального менеджмента в нем можно выделить следующие основные аспекты управления.

1. *Финансовый менеджмент*, значительную часть которого составляет фандрайзинг, то есть формирование фестивального бюджета за счет привлечения и аккумуляции средств из различных источников. Речь идет, прежде всего, о поиске спонсоров. Фандрайзинг обычно связан с бартером: реклама спонсора, в том числе и имиджевая, в фестивальном PR-пространстве в обмен на оборотные средства для реализации определенной части фестивальной программы. Поэтому фандрайзинг – это форма социально-культурного партнерства фестиваля и финансового донорства.

2. *Программный менеджмент*, который включает управление содержательной частью фестиваля. Это работа по отбору и формированию конкурсных и внеконкурсных программ, организация мастер-классов, семинаров, творческих профессиональных клубов и т.п. Сюда входит руководство отборочной комиссией в межфестивальный период, сотрудничество с жюри, пресс-центром во время фестиваля, подведение итогов и уточнение фестивальной концепции в постфестивальный период.

3. *Управление персоналом*, куда входят подбор, расстановка и руководство квалифицированными кадрами всех фестивальных служб и отделов: исполнительной дирекции, финансового отдела, отборочной комиссии, программной дирекции, службы PR и рекламы, отдела инфраструктуры и дислокации и др. Управление персоналом является главным, прерогативным видом деятельности продюсера фестиваля и его непосредственных помощников и заместителей, осуществляемой не только в период проведения мероприятия, но и в течение всего фестивального года.

4. *Управление инфраструктурой и дислокацией*, включающее в себя контроль и руководство вспомогательными службами по месту дислокации фестиваля, среди которых можно назвать следующие: служба приема и размещения; транспортная служба; отдел обслуживания иностранных гостей и VIP (хостинг, линейный перевод, бытовые вопросы и пр.); служба показа и контроля за продвижением театрального продукта; служба специальных и культурных программ (кофе-брейк, банкеты, ночные клубы, представительские мероприятия) и др.

5. *Правовой менеджмент* фестиваля, куда входят договорные аспекты, контроль за соблюдением авторских и смежных прав, соблюдение правил страхования рисков доставки и использования спектаклей и т. д.

6. *Маркетинг, PR и реклама*, определяющие не только лицо фестиваля, но во многом и успех фандрайзинга. Эта деятельность осуществляется в течение всего фестивального года путем организации специальных мероприятий, спланированных в соответствии со стратегией и тактикой общесфестивального менеджмента (постоянно обновляющийся сайт в Интернете, пресс-конференции, творческие встречи, балы, конкурсы, марафоны, благотворительные обеды, лотереи и т.п.). Во время проведения фестиваля – это выпуск внутрифестивального печатного органа и его телевизионной версии, торжественные церемонии открытия и закрытия фестиваля, работа фестивального пресс-центра, а также мониторинг прессы и составление пресс-досье в первый постфестивальный период. Этот аспект фестивального менеджмента включает в себя также и мерчандайзинг, то есть выпуск и реализацию сопутствующих товаров с фестивальной символикой. Таковы основные направления фестивального менеджмента, каждое из которых может стать предметом самостоятельного исследования.

Подготовке и проведению фестивального мероприятия должен предшествовать анализ социокультурной ситуации, чтобы наиболее точно оценить наличие организационных условий, круга вопросов, которые требуют решения, сформулировать цели и задачи, выявить потенциальных учредителей и спонсоров фестивальной акции, спрогнозировать ее социально-культурные результаты.

Успех фестивального мероприятия у зрительской аудитории зависит от содержательного программного менеджмента. Программа фестиваля всегда носит комплексный характер. Его структура традиционно состоит из праздничного шествия участников по улицам города, торжественного открытия, разнообразных фестивальных мероприятий (концертных, конкурсных выступлений, выставок, презентаций, пресс-конференций и другие) и заключительного гала-концерта с награждением победителей.

Программа фестиваля включает разнообразные по содержанию и форме мероприятия: для зрительской аудитории (шоу-программы: концерты, спектакли, показы, конкурсы, смотры, выставки, балы, карнавалы, турниры, огненные и водные феерии, конкурсно-

игровые программы и другие развлекательные мероприятия, благотворительные акции и др.); для участников (знакомство с памятниками истории и культуры, экскурсии, походы, посещение национальных парков, производственных предприятий, учебных заведений, театров, музеев, салонов, галерей, встречи с творческими личностями, вечера отдыха, посещение диснейленда, парка игровых аттракционов, торжественные встречи с руководством города, приемы в мэрии, администрации области, райисполкоме и т.д.); для специалистов сферы (творческие конкурсы, лаборатории, семинары, практикумы, школы передового опыта, мастер-классы, научно-практические конференции, фольклорные чтения, дружеские вечера, пикники, банкеты, фуршеты, party) и т.д.; для представителей средств массовой информации (пресс-конференции, работа пресс-центра и др.).

Таким образом, благодаря разнообразию программы фестивальных мероприятий, использованию разных форм рекламы, деятельности средств массовой информации, фестивальные события получают резонанс и становятся достоянием широкой общественности. В профессионально организованное, положительно эмоционально окрашенное информационное поле вовлекаются разные группы населения, которые добровольно избирают форму своего участия в программе фестиваля: от простого созерцания → к непосредственному участию и от него → к творчеству.

Фестивальная деятельность стимулирует исследование проблем развития народного художественного творчества на научно-теоретическом уровне. В ней, как в зеркале, отражаются степень и структура развития видов и жанров художественного творчества, выявляются процессы и тенденции, которые становятся основой для научно-методического обеспечения сферы, а также принятия серьезных управленческих решений по ее поддержке и развитию.

Таким образом, фестивальная активность существенно влияет на динамику развития общественных процессов.

Благодаря последовательному технологически выверенному фестивальному менеджменту в процессы освоения, создания, сохранения, распространения и дальнейшего развития культурных ценностей вовлекаются широкие разновозрастные слои населения. Они вносят значительный вклад в культурную жизнь Беларуси. Свидетельством этого являются многочисленные смотря-

конкурсы, праздники, демонстрирующие творческие достижения любительских коллективов и отдельных исполнителей.

1. *Белорусская культура: вопросы и ответы: информ. сб. – Ч. 1 / научн. ред. В.П.Скороходов. – Минск: БелГИПК, 2002. – С. 47–53.*

2. *Белякович, Н.Н. Социология творчества / Н.Н.Белякович. – Минск: Эдит ВВ, 2004. – 224 с.*

3. *Бирженюк, Г.М. Основы социокультурного проектирования: учеб. пособие / Г.М.Бирженюк, А.П.Марков. – СПб.: Санкт-Петербург. гуманитарный ун-т профсоюзов, 1997.*

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ