

## СОЦІАЛЬНА СТРУКТУРА, СОЦІАЛЬНІ ІНСТИТУТИ ТА ПРОЦЕСИ

УДК 316.33

DOI <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2024.1.29>

Гусакова Катерина Олександрівна

аспірантка кафедри соціології та соціальної роботи  
Національного університету «Львівська політехніка»  
вул. Степана Бандери, 12, Львів, Україна  
orcid.org/0000-0003-0478-7376

### ФЕСТИВАЛЬНИЙ РУХ ЯК СОЦІАЛЬНА ІНСТИТУЦІЯ СУСПІЛЬСТВА

**Актуальність проблеми.** Стаття розглядає фестивальний рух як соціальну інституцію, що сприяє об'єднанню спільнот, культурному розвитку та економічному зростанню. В сучасному суспільстві фестивальний рух визначається як явище, що об'єднує громади, сприяє творчому вираженню та виконує ряд соціальних функцій. Однак, питання щодо його статусу як соціальної інституції та його ролі в формуванні суспільства залишається предметом дискусій та об'єктом наукового дослідження.

**Мета** дослідження полягає в аналізі ролі фестивалів у сучасному суспільстві та їх впливу на соціальну згуртованість та культурну ідентичність.

**Методи дослідження.** Використовуючи методи критичного аналізу літератури та попередніх досліджень, робота висвітлює різноманітні аспекти фестивального руху, включно з його впливом на креативні індустрії, міське планування та культурне розмаїття.

**Результати дослідження.** Основні результати вказують на те, що фестивальний рух є потужним інструментом соціальних змін, здатним впливати на поліпшення якості життя, залучення молоді та зміцнення культурної спадщини. Стаття всебічно аналізує роль фестивалів у суспільстві, висвітлюючи їх як значущі соціальні інститути, які впливають на культурну ідентичність, творчість, та соціальну єдність. Вона розкриває, як фестивалі сприяють згуртуванню громад, мистецькому вираженню та виконують широкий спектр соціальних завдань. Стаття підкреслює необхідність подальших досліджень для глибшого розуміння впливу фестивального руху на різні аспекти суспільного життя, включаючи економічну стабільність, соціальну інтеграцію та культурну диверсифікацію.

**Ключові слова:** фестивальний рух, соціальна інституція, інтеграція громад, міський розвиток, креативні індустрії, соціальна згуртованість, мотивація.

**Вступ.** Аналізуючи останні дослідження і публікації, можна визначити різні підходи до розуміння фестивального руху. Деякі автори розглядають його як ключовий компонент соціального капіталу та важливий засіб формування ідентичності громад. Інші дослідження акцентують увагу на його ролі у створенні соціальних мереж, сприяючи обміну ідеями та розвитку спільнот. Так, наприклад, фестивалі пропонують економічні можливості та відчуття згуртованості й автентичності громади [1], а також низку інших можливих переваг для громади.

Якщо розглянути соціологічний аспект цієї проблематики, то Кромптон та МакКей запропонували причини, чому мотиви відвідувачів фестивалю повинні бути добре зрозумілими. По-перше, для того, щоб дизайн фестивалю відповідав потребам тих, хто його відвідує. По-друге, розуміння мотивів має бути дуже важливим з огляду на сильний зв'язок мотивів людей з їхньою самореалізацією. По-третє, маркетингові заходи будуть більш ефективними, якщо мотиви відвідувачів фестивалю будуть зафіксовані та впорядковані за ступенем важливості, оскільки спосіб, у який відвідувачі фестивалю приймають рішення, буде краще зрозуміти [2].

Гетц, як один зі провідних міжнародних науковців у галузі туризму та подієвих досліджень, вважає, що події, в тому числі фестивалі, слід вивчати детально та комплексно, починаючи

з вивчення мотивації до участі у фестивалях, тобто охоплювати різні періоди. По-перше, відправною точкою для цього є період до події, коли у людини виникають почуття, мотиви тощо. По-друге, є елемент досвіду, коли людина переживає подію наживо. І, нарешті, є післяподійне споглядання, коли людина думає про те, яка семантика виникла в результаті події, і це впливає на поведінкові дії людини в майбутньому. Гетц також запропонував, що слід вивчати стан людини на основі кількох аспектів до події, тобто потреби, мотивації, ставлення та очікування [3].

Тема мотивації до участі у фестивалях та подіях є добре також вивчена в академічних дослідженнях [4]. Література, що стосується мотивів відвідувачів подій, свідчить про те, що існує основний набір мотивів, які визначають, чому люди обирають брати участь у фестивалях.

Гетц детально дослідив та виокремив дискурси у фестивальних студіях [5], але, незважаючи на розмаїття підходів до аналізу фестивальних рухів, не вистачає консенсусу щодо самої природи фестивального руху як соціальної інституції та його впливу на розвиток суспільства, а саме, чи може фестивальний рух впливати на фрагментацію та дефрагментацію суспільства. Щодо цього питання й надалі залишають йдуть дискусії.

**Мета та завдання.** Метою даної статті є визначення фестивального руху як соціальної інституції та вивчення його функцій у контексті сучасного суспільства. Завданням наукової роботи є розширення знань про цю соціокультурну практику шляхом аналізу новітніх досліджень та подальшого виявлення невирішених аспектів щодо ролі фестивального руху як соціальної інституції.

**Методи дослідження.** У роботі використовуються методи критичного аналізу літератури та попередніх досліджень для того, щоб проаналізувати та висвітлити різноманітні аспекти фестивального руху, на основі цього сформульовано висновки про фестивальний рух як соціальну інституцію суспільства.

**Результати дослідження.** Вивчення фестивалів не є новим явищем, ним займалися науковці в різних галузях, фестивальні рухи часто згадуються в міждисциплінарних дослідженнях. Яскравим прикладом цього є робота Дональда Гетца «Природа та сфера фестивальних студій» [5]. У ній він визначив три дискурси у фестивальних студіях.

Під дискурсом він розглядає структуровану лінію міркувань або створення знань, включаючи розвиток теорії та практичне застосування. Попередні огляди літератури та нова бібліографія дають йому змогу виокремити та описати три основні дискурси в межах фестивальних студій. Вони тісно пов'язані з існуючими журналами, оскільки ті, як правило, формують підгалузі та напрямки досліджень. Без сумніву, існує багато інших специфічних дискурсів, які можна виявити в межах цих трьох.

Гетц визначає ці дискурси наступним чином:

- Дискурс про роль, значення та вплив фестивалів на суспільство і культуру.
- Дискурс про фестивальний туризм.
- Дискурс фестивального менеджменту.

*Дискурс про роль, значення та вплив фестивалів на суспільство і культуру.*

З огляду на будь-який огляд літератури зі словом «фестиваль» досить швидко стає зрозуміло, що фестивальні студії дуже добре розвинуті в антропології та соціології, тоді як фестивальний менеджмент і фестивальний туризм з'явилися значно пізніше і є відносно незрілими. Галузі знань для кожної з підгалузей подієвого менеджменту та подієвого туризму, на жаль, розвивалися без особливого зв'язку з класичними лініями розвитку теорії та досліджень у соціальних і гуманітарних науках.

Фестивали в суспільстві та культурі, їх роль, значення та вплив є найстарішим і найбільш розробленим дискурсом. Огляд літератури виявив такі класичні теми в межах цього дискурсу: міф, ритуал і символізм; церемонія і святкування; видовище; взаємодія між господарями і гостями (і роль чужинця); лімінальність, карнавальність і святковість; автентичність і комерціалізація; паломництво; а також значна кількість політичних дебатів про вплив і значення.

Останнім часом науковці в межах і поза межами традиційних дисциплін досліджують фестивалі з огляду на дедалі ширший спектр питань: їхню роль у формуванні місцевої та групової

ідентичності; соціальний і культурний вплив фестивалів і фестивального туризму; створення соціального і культурного капіталу через фестивальну продукцію; розвиток мистецтва і збереження традицій; різноманітні особистісні результати участі у фестивалях, зокрема навчання, набуття соціального і культурного капіталу та зміцнення здоров'я. Цінність і значення фестивалів для суспільства і культури розглядалися, так само як і передбачувана потреба у святковості, але досліджень з цих важливих питань небагато. Фестивалі розглядаються в контексті сталого розвитку, корпоративної соціальної відповідальності та як постійні інституції. Очевидно, що ці останні питання вказують на потребу у відповідних дослідженнях фестивальної політики. Поєднуючи цей класичний дискурс із оглядом літератури, можна побачити, що він домінує в розумінні основного явища, а також є дуже доречним при розгляді соціальних, культурних та особистих результатів.

#### *Дискурс про фестивальний туризм.*

«Фестивальний туризм» є важливим елементом "подієвого туризму", настільки, що з'явився термін «фестивалізація», який означає надмірну комерціалізацію фестивалів, яку використовують туристичні компанії та маркетологи. Дійсно, з'явилася помітна тенденція ставитися до фестивалів як до товарів. У рамках цього підходу, що значною мірою спирається на поведінку споживачів та інші маркетингові концепції, було детально вивчено мотивацію відвідування фестивалів, а також змодельовано зв'язок між якістю, задоволеністю та поведінкою або майбутніми намірами. Роль фестивалів у туризмі включає залучення туристів (до певних місць і подолання сезонності), сприяння маркетингу територій (включаючи формування іміджу та брендування дестинацій), анімацію атракцій і місць, а також роль катализатора інших форм розвитку. У цьому дискурсі домінує оцінка економічного впливу фестивалів і фестивального туризму, планування і маркетинг фестивального туризму на рівні дестинації, а також дослідження мотивації фестивального туризму і різних підходів до сегментації.

Фестивальний туризм, по суті, є інструменталістським, розглядаючи фестивалі як інструменти туризму та економічного розвитку, або ж як маркетинг і продаж атракцій та місць проведення. Хоча зв'язок між мистецтвом і туризмом підтримувався багатьма і, безумовно, існує у випадку фестивалів, концертів і театралізованих вистав, між цими секторами завжди залишатиметься напруженість. Туризм як темою дослідження, найбільш поширена в літературі, що стосується результатів (тобто економічних наслідків) і мотивації, маркетингу та оцінки, причому багато з цих статей публікуються в основних туристичних журналах.

#### *Дискурс фестивального менеджменту.*

Це найновіший дискурс або підгалузь, що з'явився в дослідницькій літературі, хоча професійна практика івент-менеджменту має набагато довшу історію. Було опубліковано багато книг з точки зору практиків, які займаються організацією подій, і є багато текстів про конкретні елементи управління подіями, включаючи людські ресурси, ризики, логістику та маркетинг. Але мало що було опубліковано спеціально і виключно про управління фестивалям.

Значна частина літератури, що стосується подієвого туризму, становить безпосередній інтерес для фестивальних менеджерів, особливо той напрям досліджень, що стосується мотивації та оцінки споживачів. Також певною мірою доречною є література про вплив подій та фестивалів, оскільки менеджери, можливо, захочуть дізнатися, як проводяться оцінки та який внесок вони роблять у стратегічне планування. Описи та оцінки конкретних фестивалів зазвичай не потрапляють до наукової літератури і не обов'язково генерують нові знання. Хоча інтуїтивно зрозуміло, що фестивальні менеджери повинні занурюватися в теорію і приклади з соціології та антропології, класичний підхід до розгляду фестивалів у суспільстві та культурі рідко згадується в літературі з івент-менеджменту. Натомість у менеджменті подій та фестивалів домінують загальні управлінські концепції та методи (що охоплюють весь спектр управлінських функцій, але особливо маркетинг) [5, с. 4–6].

З цих дискурсів нас найбільше буде цікавити перший, а саме дискурс про роль, значення та вплив фестивалів на суспільство і культуру. Більшість соціологічних праць будуть вивчати фестивалі саме в даному контексті, але не варто оминати увагою й інші дискурси, адже лише комплексне вивчення питання дає можливість цілісно оцінити явище.

Для початку пропонуємо зосередити увагу на тому, що таке «фестиваль» та як його можуть трактувати. Визначення цього поняття детально описано у книзі «Фестивалі і місто: Спірна географія міських подій.», яку видано Вестмінстерським університетом [6].

Науковці зазначають, що сучасне розуміння фестивалю стає все більш поширеним і важко піддається визначенню. Позитивні конотації, пов'язані з цим терміном, означають, що він був прийнятий багатьма організаціями для позначення найрізноманітніших подій. Слово «фестиваль» походить від «бенкет», і в англійській мові воно спочатку використовувалося як прикметник, а потім як іменник для позначення релігійних святкувань або сезонних ритуалів. Згодом цей термін був прийнятий для опису тривалих мистецьких заходів як у світі високого мистецтва (наприклад, опери, театру, танцю), так і в популярній культурі – наприклад, у сфері рок-музики та комедії. На цьому останньому етапі фестивалі стали асоціюватися з експериментами та контркультурою, які кидали виклик статус-кво. У сучасну епоху цей термін став «мейнстрімом», і фестивалі тепер включають широкий спектр поп-концертів та індустріально-орієнтованих заходів – наприклад, кінофестивалі. Фестивалі, присвячені споживанню, також стали поширеними. Прикладами можуть слугувати фестивалі, присвячені їжі та пиву, які, відповідно до етимології, описаної вище, можливо, більш точно можна описати як фестивалі їжі та пиття. Ідея використання фестивалів для залучення відвідувачів до місцевого бізнесу також породила низку фестивалів, орієнтованих на споживач. Деякі спортивні події також використовують цей термін, щоб підкреслити їхню велику тривалість і культурне значення [6].

Однією з визначальних рис міських фестивалів є їхня тривалість – зазвичай вони розраховані на кілька днів, а то й тижнів. Це означає, що існує схожість між фестивалем і "сезоном" подій. Організація та тематизація подій у такий спосіб є усталеною практикою, але в сучасну епоху перетворення набору розрізнених подій на цілісний фестиваль стало стратегією управління портфелем подій [7].

На додачу до плутанини щодо того, що таке сучасний міський фестиваль, фестивальний брендинг також використовується для того, щоб надати святкового колориту нудним зустрічам, конференціям та виставкам. У цьому винні науковці: зрештою, існує Фестиваль соціальних наук, а кілька лондонських університетів (включно з Вестмінстерським університетом) започаткували фестивалі аспірантури. Отже, повсюдне використання цього терміну спричинило плутанину та неоднозначність щодо того, що таке фестиваль. Ця тенденція, а також висока плинність фестивалів означає, що підрахувати, скільки фестивалів відбувається в конкретному місті, стало майже неможливо.

Одним із наслідків розширення використання терміна «фестиваль», про яке йшлося вище, є розмивання різниці між фестивалями та подіями. Перейменування подій на фестивалі є ключовим аспектом триваючого процесу фестивалізації. У загальноприйнятому розумінні фестиваль – це кілька святкових подій, що відбуваються протягом кількох днів і об'єднані спільною темою та місцем проведення. Однак, розширене використання терміну «фестиваль» для опису одноденних подій, а також введення фестивальних елементів для того, щоб зробити буденні події цікавішими, ще більше розмило цю диференціацію.

Існує великий масив літератури, що досліджує фестивалі та святковість, причому деякі з найвпливовіших праць належать соціологам, антропологам та фольклористам. Існує також дуже цікава історична праця про фестивалі середньовічного міста, яка висвітлює, як фестивалі сприяли формуванню міських будівель та районів. Фестивалі не лише допомагали формувати дизайн таких міст, як Венеція, але й дозволяли цим містам нав'язувати політичне домінування над своїми суперниками [6].

Можливо, через зв'язок з маргінальністю та лімінальністю, фестивалі традиційно розглядалися науковцями як позаміські явища, що існують поза межами сучасного міста. Останніми роками більше уваги приділяється міським фестивалям та їхній урбаністичній географії. Ця увага відповідає відродженню міської святковості наприкінці модерної епохи, а також зростанню фестивальних жанрів, які за своєю суттю є міськими: наприклад, кінофестивалі та мистецькі бієнале. Нова увага до міських фестивалів також є відповіддю на урбанізацію

фестивалів, які раніше асоціювалися з сільськими чи периферійними місцями: наприклад, музичних фестивалів та фестивалів їжі [8].

Наукове дослідження фестивалів нині відрізняється багатогранністю та міждисциплінарним підходом, отримуючи значний вклад з різних областей, включаючи театрознавство, медіа, туризм, маркетинг та музикознавство, що доповнює наукові розробки в соціології, культурології та антропології. Різноманіття та цілісність праць про фестивалі також посилилася завдяки появі помітного напрямку роботи, присвяченого фестивалям або фестивальним студіям [9], а також критичним дослідженням подій [10].

Науковці зазначають, що хоча деякі зацікавлені сторони можуть намагатися захистити цілісність мистецьких і культурних фестивалів від їхньої реконфігурації як інструментів міської політики, варто зазначити, що фестивалі, орієнтовані на політику, все ще можуть мати дуже позитивні соціальні та культурні ефекти. Так, наприклад, деякі фестивалі були створені для стратегічної допомоги міським територіям. Іншими словами, вони завжди були стратегічними інтервенціями, а не мистецькими, соціальними чи культурними явищами. Хорошим прикладом є кінофестивалі: багато з них були засновані з економічних причин: наприклад, Каннський кінофестиваль (заснований у 1946 році) був започаткований, щоб продовжити туристичний сезон. Брайтонський фестиваль (заснований у 1967 році) був створений зі схожих причин. Відновлення Венеціанського карнавалу в 1979 році після тривалої перерви також було свідомою спробою вирішити деякі проблеми, з якими місто зіткнулося в той час, включаючи відсутність можливостей для молоді. Ці святкування не були привласнені як інструменти міської політики: вони завжди організовувалися з ширшими цілями [6].

Якщо розглядати фестивальний рух, як соціальну інституцію суспільства, то варто спершу означити, що таке соціальні інституції. Соціальні інституції є основоположними структурами у суспільстві, що організують, регулюють і надають напрямок соціальній поведінці та взаємодіям у різних сферах життя. Ще Т. Парсонс, розглядав соціальні інституції як частину більш широкої соціальної системи, яка включає чотири функціональні підсистеми: адаптацію, досягнення цілей, інтеграцію та збереження шаблонів (латентну функцію). Він аргументував, що соціальні інституції необхідні для виконання цих основних функцій у суспільстві.

Досліджуючи фестивальний рух як соціальну інституцію, варто звернути увагу, які функції він виконує.

В ході вивчення впливу фестивалів на розвиток креативних індустрій, можна описати різні культурологічні функції, що виконують сучасні фестивалі. Серед них відзначаються: виступ фестивалів як платформ для представлення нових напрямів та течій сучасної культури і мистецтва; сприяння комунікації серед творчих еліт; надання інформації, призначеної для фахових кола (презентація новинок, підтримка продукції молодих митців тощо); можливість широкої «публікації», включаючи представлення власних новинок; формування нових артистичних імен, відкриття чи відновлення забутих імен; знайомство відвідувачів із новими творами сучасного мистецтва; виклик емоційного збудження та уваги події; аналіз символічної реальності події та відчуття єдності з нею як об'єктом художньо-естетичного захоплення і оцінювання; можливість спілкування людей зі схожими інтересами; просування власних митців та їхньої творчості серед громадян та світової спільноти; а також популяризація культурних традицій, цінностей, проектів, народних промислів регіонів та України в цілому [11].

З точки зору урбаністики, можна сказати, що фестивалі є важливою рисою сучасних міст, які можна розуміти не лише як святкування чи атракції, але й як рушійні сили міських змін. Міські фестивалі пов'язані з цілою низкою запланованих і непередбачуваних наслідків для приймаючих місць: від розбудови спільнот до комерціалізації. Фестивалі можуть створювати не лише візуальні видовища, але й особливі звукові ландшафти та атмосферу. Вони займають міські простори, але також невід'ємно пов'язані з часом, що дозволяє проводити захопливий просторовий і часовий аналіз їхніх наслідків. Таким чином, фестивалі та фестивалізація можуть допомогти висвітлити низку питань, актуальних для урбаністики та міської географії. Фестивалі довгий час розумілися як особливі часові простори, що визначаються їхнім контрастом

з повсякденністю. Однак стає все більш очевидним, що фестивалі краще розуміти як явища, пов'язані з повсякденним життям міста: коли міські райони переплановують під фестивальні місця, а фестивалі стають міською стратегією [6]. Таким чином фестивалі виконують функції соціальної інтеграції, реінтергації міських просторів, економічну функцію та розвиток бренду міста чи визначеного простору.

Якщо розглянути мотиви, які спонукають людей відвідувати фестивалі, можна прослідкувати взаємозв'язок з функціями, які виконують фестивалі.

Як правило, мотиви можуть включати культурний інтерес, пошук розваг, бажання соціалізуватися, потребу в емоційних переживаннях, прагнення до новизни та відкриття нового, а також можливість підтримати місцеву спільноту або благодійність.

Розглянемо вивчення мотивації на прикладі дослідження представників покоління Z.

Якщо поглянути на дослідження мотивів, які спонукають представників покоління Z відвідувати фестивалі, то можна побачити наступне: відвідування фестивалю представниками покоління Z безпосередньо залежить від їхніх очікувань щодо фестивалю, атракцій фестивалю та відчуття «потоків», який вони відчувають під час фестивалю, тобто приналежності до певного явища. На очікування покоління Z щодо фестивалів безпосередньо впливають атракції фестивалю, їхня зацікавленість у спілкуванні з відомими та зовнішніми групами під час фестивалю, потік, який вони відчувають під час фестивалю, і меншою мірою – сприйнята популярність та накопичений соціальний капітал.

Дослідження було проведено за допомогою структурованого опитувальника. Структурована анкета була розповсюджена як онлайн-опитування для самостійного заповнення і містила твердження, які лягли в основу як формувальних, так і рефлексивних конструктів. Відповіді учасників на ці твердження дозволили виміряти мотивацію перших відвідувачів фестивалів покоління Z в Ірландії. Онлайн-опитування було обрано, оскільки воно дозволило охопити широкий спектр відвідувачів фестивалів раннього покоління Z. Були використані скринінгові запитання, щоб переконатися, що учасники опитування були віком від 18 до 23 років на момент опитування і що вони раніше відвідували фестивалі. Онлайн-опитувальник складався з двох основних розділів. Перший розділ містив соціально-демографічні дані респондентів. У другому розділі респонденти мали вказати, наскільки вони згодні з твердженнями, що стосуються їхньої мотивації відвідувати фестивалі, беручи до уваги останній фестиваль, який вони відвідали, або фестиваль, який вони пам'ятають. Ці твердження оцінювалися за 5-бальною шкалою Лайкерта.

За результатами дослідження науковці зробили наступні висновки. Були визначені мотиви, які були виявлені і в попередніх дослідженнях (наприклад, привабливість заходу), з'явилися і нові мотиви, такі як потік, що підкреслює необхідність подальшого дослідження, щоб перевірити, чи відіграють ці нові мотиви певну роль у поясненні відмінностей у мотивації відвідувати фестивалі серед інших вибірок відвідувачів фестивалів. Результати дослідження також показали, що соціальний капітал має невеликий, але прямий вплив на очікування подій. Схильність здобувати соціальний капітал, фіксуючи та ділячись своїм фестивальним досвідом у соціальних мережах, є поширеною серед цієї когорти суспільства. Також варто зазначити, що було виявлено, що очікування події є посередником у позитивному зв'язку між соціалізацією у відомих групах і відвідуванням фестивалю. Це підкреслює важливість забезпечення достатнього соціального простору на фестивальних майданчиках, де друзі можуть збиратися, спілкуватися і створювати спільні спогади. Це відкриває перед фестивалями значні можливості адаптувати свої пропозиції відповідно до вподобань покоління Z. Визначивши та врахувавши ключові мотиваційні фактори, які лежать в основі відвідування фестивалів, організатори можуть адаптувати дизайн фестивалів та заходів до мінливих потреб цієї зростаючої та впливової демографічної групи, тим самим забезпечуючи постійну актуальність та привабливість фестивалів у задоволенні потреб аудиторії [12].

І хоча це дослідження мало більше прикладний характер, воно лежить в площині дискурсу фестивального туризму, адже вивчає мотивацію відвідувачів, воно має також прикладне

значення для розуміння фестивального руху як соціальної інституції. Вивчення мотивів відвідувачів відображає, як фестивальний рух впливає на формування соціального капіталу, а також, може стати чинником соціалізації та інтеграції в соціальні групи.

Розглянемо також інше дослідження, основною метою якого було проаналізувати та порівняти рівні мотивації, якості, задоволеності та лояльності учасників двох фестивалів перформативних мистецтв [13].

Перформативне мистецтво передбачає активне залучення всієї суб'єктно-тілесної природи митця в художньому процесі та безпосереднє переживання глядачами самого процесу творчості як катарсичного акту, у якому переформовуються ціннісні настанови, долається колективний травматичний досвід [14].

Як зазначають дослідники, що стосується фестивалів, зокрема перформативного мистецтва, то якщо учасники вмотивовані обирати цей тип фестивалю, вони сприймають його як такий, що має вищу якість, тобто коли учасники обирають ці фестивалі через їхню концепцію, їхня мотивація, здається, більше зосереджена на якості та контексті досвіду, а також на взаємодії з іншими учасниками та людьми, які надають весь цей досвід [13].

Основною метою згаданого дослідження було проаналізувати та порівняти рівні мотивації, якості, задоволеності та лояльності учасників двох фестивалів перформативного мистецтва, Andanças (Португалія) та La Sierra (Іспанія). Ці два фестивалі були обрані тому, що обидва пропагують різноманітні танці та музику з усього світу через шоу та майстер-класи, які динамічно розвиваються під час подій, а традиційні танці та музика є основними привабливими елементами, які мотивують людей подорожувати на ці події та їхні напрямки.

Інструментом вимірювання цього дослідження стало анкетне опитування, дизайн якого ґрунтувався на огляді літератури та кількох теоретичних моделях, а також аналіз валідованих анкет. Опитувальник складався з трьох частин: перша частина стосувалася соціально-демографічних даних; друга частина стосувалася даних про частоту проведення фестивалю; третя частина стосувалася основних характеристик фестивалю, таких як мотивація, якість, задоволеність та лояльність.

Події, зокрема фестивалі, завжди сприяли розвитку туризму в різних його аспектах. Вони організовано пропонують набір заходів, які запрошують до участі та розвивають динаміку акультурації та ендогенізації. Фестивалі перформативних мистецтв можуть стимулювати туризм, оскільки вони призводять до переміщення людей, мотивованих пошуком мистецьких, культурних елементів, у цьому випадку традиційних танців і музики, як на місцевому, так і на міжнародному рівні.

Вчені дійшли до висновку, що стосується фестивалів, зокрема виконавського мистецтва, то якщо якість досвіду учасника сприймається позитивно, це призведе до його задоволення, що, своєю чергою, також сприятиме його лояльності, яка є вирішальною для успіху такого типу заходів. Таким чином, саме організатори подій повинні аналізувати та оцінювати ефективність заходу з метою покращення якості сервісу, впливаючи на весь процес оцінки фестивалю учасником. Дуже важливо, щоб фестивалі відповідали очікуванням і потребам учасників, що сприятиме їхній лояльності, а отже, успіху фестивалів, особливо у сфері перформативного мистецтва [13].

Дане дослідження має певні обмеження, зокрема той факт, що воно проводилося лише на двох фестивалях перформативного мистецтва, тому його результати не можуть бути екстрапольовані на фестивалі в інших регіонах або інших типів, але вона дає поштовх для майбутніх досліджень. Вона також має прикладний характер і виходить за рамки того, що подібні дослідження рідко потрапляють до наукової літератури, але вона демонструє взаємозв'язки між рівнем мотивації, якості, задоволеності та лояльності учасників. Вивчаючи ці чинники можна не лише покращити якість фестивалів, а й вплинути на ті сенси та цінності, які вони транслюють суспільству.

Саме завдяки мотивації та лояльності відвідувачів фестивалі можуть виконувати адаптивну та інтеграційну функції в суспільстві. Вони сприяють досягненню певних цілей як окремим

індивідам, так і група людей. У випадках, якщо фестивалі вписані у мільку політику, то вони також сприяють збереженню традицій, певних моделей поведінки з одного боку, а також можуть формувати зміни або ж відображати важливі зміни в суспільстві. Таким чином фестивальний рух можна інтерпретувати як соціальну інституцію суспільства, адже він виконує основні функції інституцій.

**Висновки.** У статті комплексно досліджується вивчення фестивалів в різних дискурсах, охарактеризовано фестивальний рух як соціальну інституцію, що має глибокий вплив на суспільну згуртованість, творчість та культурну ідентичність. Підкреслюється роль фестивалю в об'єднанні спільнот, сприянні мистецькому самовираженню та виконанні різноманітних соціальних функцій. Дана робота ретельно демонструє різні виміри фестивального руху, зокрема його внесок у креативну економіку, ревіталізацію міст, культурну промоцію, зміцнення соціальних мереж і зв'язків у громадах. Отримані результати свідчать про гостру потребу розуміти фестивалі не просто як події, а як ключові інституції, що відображають і формують суспільні цінності, традиції та трансформації.

Щоб розширити результати дослідження та висновки щодо фестивального руху як важливої соціальної інституції, слід заглибитися в нюанси того, як фестивалі слугують каталізаторами культурного обміну, економічного розвитку та соціальної згуртованості. Таке детальне дослідження передбачає аналіз багаторівневого впливу фестивалів, зокрема їхньої ролі у просуванні культурного розмаїття, підтримці місцевої економіки через туризм і креативне підприємництво, а також посилення залучення та участі громади.

Стаття підкреслює трансформаційну силу фестивалів у міському просторі, де вони виступають платформами для мистецьких інновацій, збереження спадщини та соціального активізму. Створюючи середовище для міжкультурного діалогу та співпраці, фестивалі роблять значний внесок у глобальний культурний ландшафт, кидаючи виклик суспільним нормам та сприяючи інклюзивності.

Крім того, розглядається стратегічне використання фестивалів муніципалітетами та культурними організаціями для стимулювання відродження міст, залучення міжнародних відвідувачів та брендування міст як культурних дестинацій. Цей аспект підкреслює важливість сталих практик управління фестивалями, які збалансовують економічні вигоди з соціальними цінностями та екологічною відповідальністю.

На основі цього можна зробити висновки, що підкреслюють багатогранну роль фестивалів як соціальної інституції, аргументуючи необхідність цілісного підходу до розуміння їхнього внеску в суспільний добробут. Важливим залишається питання міждисциплінарних досліджень для подальшого розкриття складних взаємозв'язків між фестивалями та соціальною динамікою, припускаючи, що таке розуміння є важливим для політиків, культурних практиків та лідерів громад у використанні фестивалів для суспільного розвитку.

Надаючи всебічний огляд впливу фестивального руху на суспільство, ця робота формулює лише частково погляд на потенціал фестивалів як трансформаційних соціальних інституцій. Подальші дослідження можуть підкреслити необхідність постійного діалогу та співпраці між зацікавленими сторонами задля максимізації суспільних переваг фестивалів.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Wamwara, W., Cornwell, T. B. Visitor motivation to attending international festivals. *Event Management*, 13(4), 2010. P. 277–286. <https://doi.org/10.3727/152599510X12621081189158>
2. Crompton, J. L., McKay, L. S. Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 1997. P. 425–439. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)
3. Getz, D. Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management*, 29(3), 2008. P. 403–428. DOI:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
4. Li, X. R., Petrick, J. F. A review of festival and event motivation studies. *Event Management*, 9(4), 2005. P. 239–245. DOI:<https://doi.org/10.3727/152599506776771526>
5. Getz, D. The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, 5, 2010. P. 1–47.



6. Festivals and the City: The Contested Geographies of Urban Events. Edited by Smith, A., Osborn, G. and Quinn, B. London: University of Westminster Press. 2022. 298 pp. DOI: <https://doi.org/10.16997/book64>
7. Antchak, V., Ziakas, V. & Getz, D. *Event Portfolio Management*. Oxford: Goodfellow Publishers, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.23912/978-1-911396-91-8-4260>
8. Smith, A. *Events in the City: Using Public Spaces as Event Venues*. Abingdon: Routledge, 2016. 220 pp.
9. Fournier, Laurent Sébastien. Traditional Festivals: From European Ethnology to Festive Studies. *Journal of Festive Studies*, 1(1), 2019. P. 11–26 DOI: <https://doi.org/10.33823/jfs.2019.1.1.21>
10. Robertson, M., Ong, F., Lockstone-Binney, L., & Ali-Knight, J. Critical Event Studies: Issues and Perspectives. *Event Management*, 22 (6). 2018. P. 865–874.
11. Плецан, Х.В. Фестивалі як драйвери розвитку креативних індустрій: історико-культурологічний підхід. *Питання культурології*, (39), 2022. С. 194–209. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256927>.
12. Dunne, F. D., O'Mahony, S. A., & O'Shea, T. L. FESTIVAL FEELS: EXPLORING THE MOTIVATIONS OF GENERATION Z FESTIVAL-GOERS IN IRELAND. *Event Management*. Volume 27, Number 5, 2023, P. 691-712. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599523X16830662072071>
13. Amorim, D., Jiménez-Caballero, J.L., Almeida, P. The impact of performing arts festivals on tourism development: Analysis of participants' motivation, quality, satisfaction and loyalty. *Tourism & Management Studies*, 16(4), 2020. P. 45-57. DOI: <https://doi.org/10.18089/tms.2020.160404>
14. Меднікова, Г. С. Соціально-культурологічні аспекти перформативного мистецтва. *Культурологічний альманах*. МОН України, Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. Київ : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Випуск 4. С. 194–200. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.4.25>

#### REFERENCES

1. Wamwara, W., & Cornwell, T. B. (2010). Visitor motivation to attending international festivals. *Event Management*, 13(4), 277–286. <https://doi.org/10.3727/152599510X12621081189158>
2. Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425–439. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2)
3. Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
4. Li, X. R., & Petrick, J. F. (2005). A review of festival and event motivation studies. *Event Management*, 9(4), 239–245. <https://doi.org/10.3727/152599506776771526>
5. Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5, 1–47.
6. Smith, A., Osborn, G., & Quinn, B. (Eds.). (2022). *Festivals and the city: The contested geographies of urban events*. University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book64>
7. Antchak, V., Ziakas, V., & Getz, D. (2019). *Event portfolio management*. Goodfellow Publishers. <http://dx.doi.org/10.23912/978-1-911396-91-8-4260>
8. Smith, A. (2016). *Events in the city: Using public spaces as event venues*. Routledge.
9. Fournier, L. S. (2019). Traditional festivals: From European ethnology to festive studies. *Journal of Festive Studies*, 1(1), 11–26. <https://doi.org/10.33823/jfs.2019.1.1.21>
10. Robertson, M., Ong, F., Lockstone-Binney, L., & Ali-Knight, J. (2018). Critical event studies: Issues and perspectives. *Event Management*, 22(6), 865–874.
11. Pletsan, Kh.V. (2022). Festyvali yak drayvery rozvytku kreatyvnykh industriy: istoryko-kul'turolohichnyy pidkhid [Festivals as drivers of creative industries development: A historical-cultural approach]. *Pytannya kul'turologiyi*, (39), 194–209. [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.39.2022.256927>
12. Dunne, F. D., O'Mahony, S. A., & O'Shea, T. L. (2023). [FESTIVAL FEELS: Exploring the motivations of Generation Z festival-goers in Ireland]. *Event Management*, 27(5), 691–712. <https://doi.org/10.3727/152599523X16830662072071>
13. Amorim, D., Jiménez-Caballero, J.L., & Almeida, P. (2020). [The impact of performing arts festivals on tourism development: Analysis of participants' motivation, quality, satisfaction and loyalty]. *Tourism & Management Studies*, 16(4), 45–57. <https://doi.org/10.18089/tms.2020.160404>

14. Mednikova, H. S. (2022). Sotsial'no-kul'turolohichni aspekty performatyvnoho mystetstva [Socio-cultural aspects of performative art]. *Kul'turologichnyy al'manakh*. Kyiv: Vydavnychy dim "Helvetika", Issue 4, 194–200. [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.4.25>

**Husakova Kateryna Oleksandrivna**

Postgraduate Student at the Department of Sociology and Social Work  
Lviv Polytechnic National University  
12, Stepana Bandera str., Lviv, Ukraine  
[orcid.org/0000-0003-0478-7376](https://orcid.org/0000-0003-0478-7376)

## FESTIVAL MOVEMENT AS A SOCIAL INSTITUTION OF SOCIETY

**Problem.** *The article examines the festival movement as a social institution that promotes community unity, cultural development and economic growth. In modern society, the festival movement is defined as a phenomenon that unites communities, promotes creative expression and performs a number of social functions. However, the question of its status as a social institution and its role in shaping society remains a subject of debate and the object of scientific research.*

**The purpose** of the study is to analyse the role of festivals in modern society and their impact on social cohesion and cultural identity.

**Methods.** *Using the methods of critical analysis of literature and previous research, the paper highlights various aspects of the festival movement, including its impact on creative industries, urban planning, and cultural diversity.*

**Results.** *The main findings indicate that the festival movement is a powerful tool for social change, capable of improving the quality of life, engaging young people and strengthening cultural heritage. The article comprehensively analyses the role of festivals in society, highlighting them as significant social institutions that influence cultural identity, creativity, and social cohesion. It reveals how festivals foster community cohesion, artistic expression, and fulfil a wide range of social tasks. The article emphasises the need for further research to better understand the impact of the festival movement on various aspects of social life, including economic stability, social integration and cultural diversification.*

**Key words:** *festival movement, social institution, community integration, urban development, creative industries, social cohesion, motivation.*