

CONTEMPORARY CITY AS A HUB OF FESTIVALIZATION

Maya Keliyan

Institute for Philosophy and Sociology at Bulgarian Academy of Sciences, Bulgaria,
mayakeliyan@gmail.com

Abstract: The article examines the process of festivalization of the contemporary city, which leads not only to a reconstruction of the lifestyle, but also to a change of basic characteristics of the festivals themselves - both their own nature and the understanding of them. In the postmodern city, due to significant structural changes in its economy, services are becoming a leading industry. This directs the efforts of local authorities and businesses towards the development of tourism and the stimulation of leisure industries. The phenomenon of „new urban festivals“, understood as part of the creative economy, is emerging. „Urban marketing“ turns the city into an event center where festivals are a daily occurrence. Gradually, not only leisure, which has been transformed into a kind of „festival consumption“, but also the lifestyle, which is captive to consumer culture, commercialization and endless events, are becoming festivalized. The understanding of a festival is also being rethought, as the latter loses the „exclusivity“ and festivity attributed to it as essential characteristics: it becomes an everyday and mass event, an „endless series of events“. Local festivals, as expressions of the activity of the local community, of its identity and solidarity between local people, become an arena of business initiatives and interests. Thus, they lose their socially significant role both in the lifestyle of individuals and for the community. Often, in order to justify or disguise the business orientation of local festivals, emphasis is placed on their role in the development of local culture, on their supposed educational functions or charitable activities. The text examines the festivalization of Plovdiv, the second largest city in Bulgaria. The city has all the features to become a center of festival industries: a rich history since ancient times, preserved archaeological monuments, important cultural sites from the Renaissance, museums, galleries, traditions in fine arts, music, theater, etc. In 2019, the city was the European Capital of Culture and since then it has become a center of festivalization and a typical example of the development of this process in Bulgarian society. In the article are analyzed some of the results of an empirical sociological survey carried out with qualitative methods within the project „Local festivals: a resource of local communities to deal with crises“ financed by the Scientific Research Fund of the Ministry of Education and Science (KP-06-H45/5 of 30.11.2020). It is about in-depth interviews with festival organizers, representatives of local government, local business and NGOs conducted in the period June - October 2021 and during the summer of 2023, as well as participated observations of festivals. A number of documents were also studied, such as cultural programs of the municipality, programs of local festivals, interviews of festival organizers and local administrators in the media, and other sources.

Keywords: festivals, local authorities, festivalization, city, European capital of culture, postmodernization

СЪВРЕМЕННИЯТ ГРАД КАТО СРЕДИЩЕ НА ФЕСТИВАЛИЗАЦИЯТА

Мая Келиян

Институт по философия и социология при БАН, България, mayakeliyan@gmail.com

Абстракт: В статията се разглежда процесът на фестивализация на съвременния град, който води не само до прекопструиране на стила на живот, но и до промяна на базови характеристики на самите фестивали – както на тяхната собствена природа, така и на разбирането за тях. В постмодерния град, поради съществени структурни изменения в икономиката му, във водещ отрасъл се превръщат услугите. Това насочва усилията на местната власт и на бизнеса към развитие на туризма и стимулиране на индустриите на свободното време. Възниква феноменът на „новите градски фестивали“, разбирани като част от креативната икономика. „Урбанистичният маркетинг“ превръща града в събитийен център, в който фестивалите са ежедневие. Постепенно се фестивализират не само свободното време, което е превърнато в своеобразно „потребление на фестивали“, но и стилът на живот, който е в плен на консумативната култура, комерсиализацията и безкрайната събитийност. Преосмисля се и разбирането за фестивал, като последният губи „изключителността“ и празничността, които са му приписвани като същностни характеристики: той се превръща във всекидневие и масово събитие, в „безкраен низ от събития“. Местните празници, като изразители на активността на локалната общност, на нейната идентичност и солидарността между местните хора се превръщат в арена на бизнес инициативи и интереси. По този начин те губят своята социално значима роля, както в стила на живот на отделните хора, така и за общността. Често, за да се оправдае или прикрие бизнес ориентацията на подобен род фестивали, се акцентира върху ролята им за развитието на

местната култура, върху техни предполагаеми просветителски функции или благотворителни дейности. В текста се изследва фестивализацията на Пловдив, вторият по-големина град в България. Градът разполага с всички дадености, за да се превърне в център на фестивалните индустрии: богата история още от древността, запазени археологически паметници, важни културни обекти от епохата на Възраждането, музеи, галерии, традиции в изобразителното изкуство, музиката, театъра и т.н. През 2019 г. градът беше Европейска столица на културата и оттогава нататък той се превърна в средище на фестивализацията и в типичен пример за развитието на този процес в българското общество. Представят се част от резултатите от осъществено с качествени методи ЕСИ в рамките на проекта „Местните празници: ресурс на локалните общности за справяне с кризи“, финансиран от ФНИ на МОН (КП-06-Н45/5 от 30.11.2020). Става дума за проведени през периода юни - октомври 2021 г. и през лятото на 2023 г. дълбочинни интервюта с организатори на фестивали, представители на местната власт, местния бизнес и на НПО, както и включени наблюдения на фестивали. Проучени са още и редица документи, като културни програми на общината, програми на местни фестивали и др. под., интервюта на организатори на фестивали и местни администратори в медиите и др. източници.

Ключови думи: фестивали, град, фестивализация, европейска столица на културата, местна власт, постмодернизация

1. УВОД

Постмодернизацията на обществата и тяхната култура въздейства цялостно, структурно и концептуално върху празниците: тя не само, че ги изменя, но заедно с това отнема от техния ореол на тържественост (в противовес на делничното), „изключителност“ и „рядкост“, превръщайки ги в част от ежедневието на големите градове. Календарът на културните им събития е своеобразно превъплъщение на постмодерното урбанистично кредо: „никога ден без фестивал или културно събитие“. Статията изследва процеса на фестивализация на съвременния град, който води не само до преконачуване на стила на живот, но и до промяна на базови характеристики на самите фестивали – както на тяхната собствена природа, така и на разбирането за тях. С това тя изменя социалните отношения в урбанистичната среда, ролята на институциите, взаимодействията между различните социално-групови актьори, разпределението на различни видове ресурси помежду им – властови, икономически, културни, идеологически и др. В текста се изследва фестивализацията на Пловдив, втория по-големина град в България. Градът разполага с всички дадености, за да се превърне в център на фестивалните индустрии: благоприятно географско положение, образователни институции като университети, ВУЗ и колежи и съответно младо население, богата и древна история, многобройни археологически паметници, важни културни обекти от епохата на Възраждането, музеи, галерии, традиции в изобразителното изкуство, музиката, театъра и т. н. През 2019 г. той е Европейска столица на културата и оттогава насам се превръща в средище на фестивализацията и в типичен пример за развитието на този процес в българското общество. Целта на статията е да обособи специфичните черти на фестивализацията на големите градове в България, на примера на проявленията ѝ в Пловдив, като в резултат характеризира въздействието на този процес, както върху природата на самите празници, така и върху социалните отношения в местната общност. От така поставената цел следват задачите, които трябва да бъдат решени: да се опишат причините за фестивализацията на стила на живот в града; да се посочи в какво и как се проявява тя; да се изследват въздействията ѝ върху моделите на потребление и на свободно време, върху живота на местните общности.

2. КОНЦЕПТУАЛНА РАМКА И МЕТОДОЛОГИЯ

Фестивалите и фестивализацията са обект на изследване на различни социални и хуманитарни науки, но следвайки поставените цели и задачи, водещ метод за изучаването им в статията е социологическият. Във фокуса на изследването са поставени социологическите понятия социални отношения, институционални структури, социално-групови актьори. Жан Жак Русо разглежда празника като съвместна дейност, утвърждаваща равенството и солидарността между членовете на общността (2018), като въплъщение на „общностното начало“. Михаил Бахтин (1978) разграничава „народните празници“ от „официалните празници“: първите отричат установените норми, институции, отношения и са носители на новото, докато вторите поддържат статуквото, господстващите властови отношения и неравенства. Според Виктор Търнър фестивалът генерира неструктурирано състояние на „празничност“, наречено от него *communitas* (1999), при което всички членове на общността са равни; те споделят общ опит, поддържащ общностния консенсус и идентификация. Общностните стратегии за постигане на колективни цели и „практическият усет“ (Бурдийо, 2005) на членовете на локалната общност определят колективното действие в даден социално-икономически контекст и в структурите на „местната култура“. Фестивалите са проява на „заедността“ на местните хора (Duffy & Mair, 2021); чрез тях нараства социалният капитал, формира се доверие и се изграждат социални

мрежи (Goh & The, 2022: 295); увеличава се субективното благосъстояние на общността (Ahn, 2021). Фестивалите се основават на културните, историческите, социалните, фолклорните и други специфики на мястото, те представят регионалната култура и нейните особености пред външните посетители (Папучиев, 2021: 166-167), чрез тях се чества колективно даден регионален символ (Стоилова, 2021: 74). Фестивализацията като лавинообразно нарастващ процес в съвременните градове и продукт на постмодернизацията на тяхната култура е свързана с определени равнища на комерсализация и културно овластяване (Fjell, 2007) на различни социо-професионални групи. Майк Федърстоун я свързва с „новото развитие... на градските художествени и културни центрове, разрастването на класата на служителите, джентрификацията и т. н.“ (2017: 8). Социологическият анализ изисква, за да се изследва фестивализацията като специфичен и особен феномен да се отговори на въпросите „кой, кога, защо, колко?“ (пак там, 2017: 73). Това включва: изследване на културните практики и местата на фестивалите, към което се отнасят пространственото реструктуриране и развитие на градските творчески и културни центрове, съпътстващата ги джентрификация; връзка на описания процес със социално-груповите му носители, като новите културни посредници, осигуряващи културни блага и услуги; тези „нови интелектуалци“ възприемат ново отношение към живота, ориентирано към стила на живот (Бурдийо, 1984: 371). Формират се публики и потребители на постмодерни културни блага, което е част от процеса на нарастване на символния капитал на символните производители и на важността на културната сфера. Това променя установените символни йерархии и увеличава патронажа от страна на бизнеса, на държавната и на местната власт върху фестивализацията и същевременно превръща последната в пазар сама по себе си. Така фестивалите се трансформират в приемлива и доходоносна работа. Фестивализацията се превръща в своеобразен „бизнес“, дори в „бизнес модел“.

В текста се анализират част от резултатите от осъществено с качествени методи ЕСИ в рамките на проекта „Местните празници: ресурс на локалните общности за справяне с кризи“. Става дума за проведени през периода юни - октомври 2021 г. и през лятото и есента на 2023 г. дълбочинни интервюта с организатори на фестивали, представители на местната власт, местния бизнес и на НПО, както и включени наблюдения на фестивали. Използвайки метода „анализ на документи“ са проучени културни програми на община Пловдив, програми на местни фестивали и др. под., интервюта на организатори на фестивали и местни администратори в медиите и в др. източници. Използваните качествени методи не предоставят представителна информация и тя в никакъв случай не се интерпретира като такава, но те очертават проблемите и позволяват те да бъдат обхванати в тяхната многостранност, да се достигне до причините на изследваните явления и да се анализират позициите и съответно интересите на представителите на изследваните институции и социално-групови субекти.

3. ФЕСТИВАЛИЗАЦИЯТА НА ПЛОВДИВ: РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЯ

Какво превръща урбанистичните центрове в средища на фестивализацията? Според Федърстоун (2017) определени градове са културни центрове, защото разполагат със съкровища на изкуството и културното наследство на миналото, които са запазени както в музеите и галериите, така и в сградите, като това представлява основен източник на културния им капитал. Благоприятно обстоятелство е, ако те са разположени на места с впечатляваща природна красота. Всичко това може да се превърне в предпоставка те да станат средоточия на развлекателните индустрии и на индустрията на свободното време. Културният им капитал може да се конвертира в икономически, поради което местната власт и местният бизнес търсят и насърчават инвестициите в културата. Така се създава и постмодерният имидж на града. В резултат се достига до експанзия на културната сфера, консумация на знаци в смисъла, който влага в стоката-знак Бодриар (2003). В урбанистичната среда все повече се акцентира върху тематичните пространства и тематичните паркове, туристическите и развлекателните центрове; същевременно се развиват моловете и търговските центрове, което води до молизация на моделите на потребление и на свободното време. Централен е въпросът: как се потребяват фестивалите, създаваните от и за тях пространства и образи и кой е ангажиран с тяхното производство и разпространение. Местните празници като културна практика и преживявания са носители на символни блага за общността; като такива те конструират стила на живот на членовете ѝ, както и на посетителите им, посредством конструиране на динамиката на междугруповите отношения. Социологическият поглед към фестивалите е в отговора на въпроса: „Как фестивалите се използват от различните социални групи?“ Определен кръг от културни специалисти и посредници разработват и развиват нови пазари за културни блага и преживявания. Тяхна естествена среда е градът, като процесът можем да наречем фестивализация. „Културните предприемачи“ са с водеща роля при „създаването на цяла гама от нови културни блага и преживявания, а и за възприемането на последните като значими, смислени и достойни за инвестиране“ (Федърстоун, 2017: 118). „Новите културни посредници“ (Bourdieu,

1984), са новите манипулатори на вкуса, създатели и разпространители на „символни блага“ и преживявания, те са съвременните „производители“ на фестивали, те принадлежат към пазарно-ориентираните професии на консумативната култура – медии, реклама, дизайн, мода, консултации, обучение, терапии, НПО сектора. Те създават символното производство и като такива се намират във взаимоотношения и взаимозависимости с бизнесмени, администратори, представители на местната и на централните власти.

В изследвания случай на фестивализацията на Пловдив са интервюирани и изучени следните социално-групови субекти, които изпълняват ролята на „новите културни предприемачи“ и „новите законодатели на вкуса“: това са администраторите, разполагащи с местната власт и с нейния организационен и финансов ресурс; бизнесмените, които влагат във фестивалите финансов ресурс с цел да развият специфичен и печеливш фестивален бизнес; НПО, които организират и провеждат фестивали с цел осигуряване на финансови постъпления, създаване на културни символи и внушаване на определени модели на потребление, свободно време и стилове на живот, които те популяризират като „авангардни“, „прогресивни“, „обществено отговорни“, „опазващи природната среда“ и т. н.; медийни специалисти и всякакъв вид инфлуенсъри, влияещи върху и формиращи общественото мнение. Пловдив безусловно разполага както с необходимите дадености, за да се фестивализира, така и с изброените социално-групови субекти, които удачно ги използват, за да реализират целите си. Водеща в това отношение е ролята на общинската администрация, която е с ключово значение за организацията на местните фестивали, за тяхното планиране, осъществяване и финансиране (Петкова, 2023). Без да се подценява участието и ролята и на други инициативни социални актьори, тя е водещата и движещата сила при кандидатстването на града за получаване на статут на Европейска столица на културата, какъвто той стана през 2019 г. Местна администраторка обобщава по време на проведено с нея интервю, че „за целта беше създадена Фондация „Пловдив 2019“, която беше двигател на целия процес – от кандидатстването, до реализацията на честванията по време на въпросния период, както и събитията след това“. Това е т. нар. от представителите на местната власт „голяма фондация“, докато „малката фондация“ – „Заедно“ обединява представители на различните етнически групи в града (българи, турци, роми, арменци, евреи, руснаци, украинци, гърци, италианци и др.). Исторически и традиционно Пловдив е етнически многообразен и концепцията, с която беше спечелен статутът на културна столица на Европа е под мотото „Заедно“, фиксирайки именно етническата многоликост и заедност на града и на неговата култура. След това събитие той се превърна в град с фестивализиран стил на живот, в културен център, изпълнен със събития (Келиян, 2022). Тази тенденция е отразена в думи на интервюирана местна администраторка в сферата на културата, която след като изрежда многобройните фестивали и културни събития обобщава, че „Пловдив гъмжи от събития“. Тези празници са разнородни по своя характер и публика, като сред тях като най-значими са посочени: Международният фолклорен фестивал; Есенният салон на изкуствата, протичащ в рамките на многобройни изложби; Международният театрален фестивал „Сцена на кръстопът“, в рамките на който за период от 11-12 дни се провеждат поне по две събития на ден, заедно с няколко творчески работилници и събития, организирани от отделни творци. Подобна е ситуацията и с Международния куклено-театрален фестивал „Двама са малко, трима са много“, в рамките на който се организират от две до шест събития дневно в сградата на Кукления театър, както и други на откритата сцена в двора и с паралелни събития с улични изяви. Карнавалната атмосфера в града се допълва, според казаното в друго интервю от „циркове, кокили, огньове, кукли... и просто целият град гъмжи.“ В Есенния салон е включен и историческият фестивал „Пловдив – дърен и вечен“, който се провежда от 2017 г. насам. Представителка на местната власт е споделила, за този фестивал, че „Той се прави от една голяма група ентузиаста, които пътуват из цялата страна... И те правят възстановки от античността, римско време, Възраждане, дето се казва до наши дни, всички епохи. С костюми..... А вече в следващите дни основното събитие на този фестивал е в парк Лаута, в Тракия, където се разиграват битки, показват се занаяти, има кухня от различните периоди.“ Сред значимите фестивали от изследваните местни администратори е бил открит и фестивалът „Орега орен“, като наред с него се организират концерти на редица световно известни музиканти от различни жанрове, от класическа до джаз и рок музика, които се провеждат на Античен театър. В интервютата са посочени и Фестивалът на комедиите, Фестивалът на стенд-ъп комедиите, Дните на музиката в Балабановата къща, който е с по две издания, пролет и есен, Международният фестивал на камерната музика, който е най-старият в България и в Европа. Традиционни за Пловдив са Националните есенни изложби в Стария град, като те са по 6-7 експозиции, които могат да се видят в общинските и частните галерии на града. Според казаното по време на дълбочинно интервю от представител на общината „В Пловдив кипи живот... В Капана е така непрекъснато...“ Представители на местната администрация са обобщили, че за общината е от значение не само фестивализацията на централните части на града, но присъствието на събитийността дори и в районите и по-отдалечените му квартали. Според казаното в интервю „Събития се организират не само в центъра на града, но и по отделни райони“. На сцени, изградени

по различните тепета се провеждат оперни представления, класически, поп и рок концерти. Местен администратор е заявил, че „На Лаута, освен историческият фестивал, другото голямо събитие е фолклорният фестивал Народен събор Пловдив, посещаван от 30-40 000 души. На Гребната база като пространство, там е този ‚Hills of Rock‘ фестивал, на който идват световни звезди и около 25 000 души публика.“ Тази тенденция продължава и сега: в културния календар на община Пловдив за 2024 г. са планирани общо 51 фестивала и значими събития, като за подкрепата им са заделени от общинския бюджет общо 1 381 224 лв.

В Пловдив се съчетават забележителностите на предмодерния град – изобилие от традиция, история, изкуства, с тези на постмодерния град – център на всякакъв вид консумация – културна и обща консумация. В града съществуват и модерни артефакти – тютюневите складове, например, които са образци от сградите, в които е бил съсредоточен един от водещите в миналото икономически отрасли в града. Той се е превърнал в център на консумация, игри и забавления, наситен с образи и знаци от различни исторически епохи, от различни стилове. Във фестивализираните градове, като Пловдив, се създава ефективна образност, екстремни преживявания, тези места предлагат постмодерна симулация, която може да няма никаква (или твърде слаба и отдалечена) връзка с реалността (например историческите симулации и фестивали с рицарски турнири и възстановки). Те се превръщат в нещо като временни тематични паркове и музеи на открито по време на фестивала, където се търси ефективна образност. Развива се границата между изкуството и всекидневния живот, развиват се артистичните професии, на културните посредници и помощници, разрастват се специфичните артистични анклавни и квартали – като Капана, например, където се променят вътрешноградските пространства, реструктурират се социо-пространствените отношения, създават се места за туризъм и културна консумация, които се конструират като „преживявания“. Прилагат се стратегии за градско развитие чрез обновяване и реставрация на изгубили блясъка си градски пространства, посредством превръщането им в средище на изкуствата и развлеченията, като се инвестират огромни финансови средства в създаване на облика им на „културни“ или „субкултурни“ центрове (Келиян, 2022). Капана се джентрифицира и чрез фестивализацията се утвърждава като един от символите на града. От една страна, този процес протича благодарение на участието на общината: превръщането му в „арт градче“, „зона за творческа индустрия“, „квартал на фестивалите и изкуствата“ е резултат от успешната реализация на общинския проект „Капана – зона за творческа индустрия“, който е започнал през 2013 г., а в момента дейностите в Капана са част от проекти „Наследство“ на общината. От 2014 г. насам се организира Капана фест, който се провежда по идея на бизнесмен – наемател на търговски обект в квартала, който я реализира с помощта на свои колеги и със съдействието на общината. Причината за появата на фестивала е необходимостта от привличане на клиенти и създаването на благоприятна среда за развитие на бизнеса. Капана фест е възникнал като частна инициатива и за организаторите си той е бизнес явление и бизнес-дейност. Възниквайки като бизнес проект, той се развива върху сътворения и наложен образ на Капана като арт-средище, което придава и на самия празник творчески и артистичен, а не „бизнес“ облик. Фестивалът включва разнообразни дейности, като основната от тях е базар Капана. Концертите на известни музикални групи привличат тълпи от посетители, а представянето на литературни произведения и новоиздадени книги, литературните четения, изложбите, танците, спортните дейности и работилниците, присъстват през годините в различните му издания, без да се постоянен елемент в програмата на празника. Развитие на феста и на квартала се схващат като развитие на бизнеса, на неговите продукти, инициативи и печалби. Фестивалът привлича многобройна публика и клиентела: посетителите му са над 20 000 души. Но те са най-вече туристи, посещаващи Пловдив, а не местни хора, чийто интерес към събитието е бил голям в началото, но след това е намалял и изчезнал. От 2022 г. фестът не се провежда на територията на Капана, а в много по-широкото пространство срещу Централна поща и околността, но названието се запазва. В крайна сметка се оказва, че местните хора вместо да бъдат субект на фестивалите и да са сред тези, които ги организират, провеждат и създават, в резултат на фестивализацията са превърнати в техен обект. Подобен феномен се наблюдава и по отношение на други нови градски фестивали в Пловдив – провежданите на територията на изградения през 2022 г. Plovdiv Stage Park – Plovdiv Vibes, Пловдив Food Park, Shake That Хълм и др. под събития, които само за 2022 г. са наброявали около 200. Описаната тенденция свидетелства за „икономизация на местните празници или за развитие на „фестивална икономика“ в града (Келиян, 2023). Инициативните социално-групови актьори, които са нейни създатели са местни бизнесмени и НПО, които се превръщат в „нови законодатели на вкуса“ на младите представители на новите средни слоеве, както и на млади семейства, привлечени от образа на постмодерния стил на живот и разполагащи с икономически възможности и съответния културен капитал, за да си го позволят и да му се насладят.

Местните празници се инкорпорират в показното потребление, в желан тип алтернативно или в престижно потребление за широката публика, на която се внушава своеобразна „елитарност“, „нетрадиционалност“ и

„авангардност“. Подобен род места създават нов, фестивализиран градски пейзаж. Анализът на резултатите от проведеното ЕСИ позволява да се въведе понятието „показна фестивализация“ по аналогия с понятия като „показно потребление“ и „показан стил на живот“ с демонстративното охолно потребление в терминологията на Торстейн Веблен (2016). При показната фестивализация се „замъглява“ разликата между забавленията, празника и всекидневния живот. Елементи от прединдустриалната карнавална традиция устойчиво присъстват и в консумативната култура. Медийните образи популяризират празниците, създават и налагат образите им, те свързват трайно определени градове, квартали, места с дадени фестивали и ги утвърждават като средища на показната фестивализация. Без медийното „образотворчество“ и „смысловтворчество“ на определени събития като посочените нови градски фестивали (в случая се имат предвид не само електронните и интернет медиите, но и посредническата популяризаторска функция на социалните мрежи) фестивализацията не би могла да се превърне в средството, с което нейните социално-групови създатели постигат целта да увеличат ресурсите си.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пловдив е с имиджа на „фестивален“ град, предлагащ „престижни“ спектакли и „артистични“ преживявания. В съвременната постмодерна културна среда в рамките на консумативната култура, на събитийността и фестивализацията, които се стимулират и преекспонират, се замъглява границата между всекидневието и празника. Градът и кварталът се превръщат в своеобразен тематичен парк. По този начин фестивалът изгубва своята *differentia specifica* – „изключителността“, отличаваща го от делника. Местните празници, като изразители на активността на локалната общност, на нейната идентичност и солидарност се превръщат в арена на бизнес инициативи и интереси, в източник на ресурси за определени социално-групови субекти. По този начин, лишавайки общността и местните хора от тяхната субектност, фестивалите губят своята социално значима роля, както в стила на живот на отделните индивиди, така и за общността.

БЛАГОДАРНОСТИ

Анализът се основава на резултати от работата по проекта „Местните празници: ресурс на локалните общности за справяне с кризи“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Министерството на образованието и науката на Република България (КП-06-Н45/5 от 30.11.2020).

БИБЛИОГРАФИЯ

- Бахтин, М. (1978). *Творчеството на Франсоа Рабле и народната култура на Средновековието и Ренесанса*. София: Наука и изкуство.
- Бурдийо, П. (2005). *Практическият усет*. София: Фигура.
- Веблен, Т. (2016). *Теория на безделната класа*. София: Изд. „Изток-Запад“.
- Келиян, М. (2022). Новите градски фестивали: дейности, организатори, бенефициенти и интереси по повод на Капана фест. *Postmodernism Problems / Проблеми на постмодерността*, 12(1), 55-81.
- Келиян, М. (2023). Местните празници: ресурс на инициативни местни актьори за реализация на бизнес начинания, добротворство и творчески идеи. В М. Келиян (Ред.). (139-149). София: Орион прес.
- Папучиев, Н. (2021). *Фестивали. Мрежи. Идентичности: Маскарадните игри в Перник и регионалните им отражения*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
- Петкова, К. (2023). Съвременният облик на местните празници през погледа на българите. В М. Келиян (Ред.). (159-171). София: Орион прес.
- Русо, Ж.Ж. (2018). *За обществения договор*. София: Лист.
- Търнър, В. (1999). *Ритуалният процес*. София: ЛИК.
- Стоилова, Е. (2021). *Празници и фестивали на храните: Валоризация на локалното културно наследство*. София: Университетско издателство „Св. Паисий Хилендарски“.
- Федърстоун, М. (2017). Консумативна култура и постмодернизъм. София: НБУ.
- Ahn, Y. (2021). Do informal social ties and local festival participation relate to subjective well-being?. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18, 16.
- Бодрийяр, Ж. (2003). *Системата на предметите*. София: ЛИК.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Duffy, M. & Mair, J. (2021). Future trajectories of festival research. *Tourist studies*, 21(1), 9–23.
- Falassi, A. (1987). Festival: Definition and morphology. In Falassi, A., Ed., *Time out of Time*, (pp. 1-10). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Fjell, L. (2007). Contemporary festivals: Polyphony of voices and some new agents. *Stud. ethno. Croat.*, 19, 129-149. Goh, Y. S., & Teh, P. Y. (2022). Festivals and the theory of inclusive development in Malaysia: Perspectives from a festival organizer. *Advances in Southeast Asian Studies*, 15(2), 295-307.