

## **Творческое имя и культурный event. Концепция и результат (Чеховский книжный фестиваль в Таганроге).**

Л. И. Скрынникова

Взаимосвязь творческого имени и культурного event, т. е культурного события представляет уникальную возможность любой территории доказать свою неповторимость.

Имя собственное имеет глубокое символическое значение, имя творческое имеет огромный социально-культурный потенциал, оно способно выступать репрезентантом культуры, эпохи, территории и фактором социально-культурного развития того или иного региона.

Сегодня понятийный аппарат гуманитарных наук открыт и активно формируется. «Событие», определяемое М. Хайдеггером как бытие, связанное со временем, входит в современный тезаурус философии культуры.

В культурологическом поле любое событие можно рассматривать с точки зрения теории коммуникаций, семиотического подхода, герменевтики, где исследование «специального события» может быть построено как изучение текста культуры.

Эвент (event) в событийном маркетинге представляет собой инструмент манипулирования мнением и поведением специально приглашенной на событие аудитории. Часто задачей эвентов является расширение деловых и профессиональных контактов, обмен опытом, новыми идеями. События же культурного направления кроме вышеназванных задач, всегда несут за собой смысловую нагрузку, цель которой - гуманизация среды.

Таким образом, Чеховский книжный фестиваль в Таганроге представляет собой философско-культурологическо-маркетинговый проект, несущий большую смысловую нагрузку и способствующий гуманизации городской среды.

В Таганроге имеется поистине уникальный опыт репрезентации территории посредством творческого имени А.П.Чехова, которое является не только знаковой единицей представления города в культурно-коммуникативных практиках различного уровня, но и фактором перспективного социально-экономического развития города.

Чеховский книжный фестиваль, позиционирующий Таганрог, как событийную культурную площадку, с 2007 года расширяет границы своего влияния в городе и вне его границ. Рассмотрим некоторые его особенности.

В современном эвент - маркетинге выделяются три важных этапа события: предварительное информирование о мероприятии, проведение мероприятия, информационная волна.

В Чеховском книжном фестивале предварительный этап информирования связан с проведением консультаций на предполагаемых фестивальных площадках, организацией пресс-конференций, созданием

групп в социальных сетях, рассылкой информации на сайты учреждений культуры и образования, созданием пресс-релизов, телевизионных и радиоанонсов.

Второй этап события – это проведение мероприятия, представляет собой многоплановую многомесячную деятельность по созданию проекта.

Важным в этом этапе являются следование цели и задачам фестиваля. Слоган фестиваля «Таганрог - литературный город, в который приглашается каждый» с каждым годом трансформирует свое значение. Если вначале главной целью фестиваля являлось знакомство его жителей с современным литературным процессом в России, привлечение внимания к чтению, то сегодня Таганрог рассматривается как город, в котором может происходить не столько активное литературное движение, сколько культурный переворот или культурный шок. И здесь, очень кстати вспоминаются слова А.П.Чехова, в которых он подчеркивает основную черту таганрогских обывателей, которым не помешал бы такой «культурный шок» «жители инертны до чортиков».

Безусловной спецификой фестиваля является интерес к нему объектов, носящих имя писателя и драматурга (библиотек, музеев, гимназии). Например, вплетенная в структуру фестиваля научно-практическая конференция библиотек, носящих имя А.П.Чехова, представляет собой самостоятельный научно-культурный проект.

Анализируя особенности Чеховского книжного фестиваля, следует также отметить, что аудиторией фестиваля являются, прежде всего, работники культуры и искусства, учителя и преподаватели, студенты и учащиеся, дошкольники, художники, литераторы, хореографы, работники торговли и объектов питания. В последнее время отмечается большая активность музейных работников, актеров, музыкантов, фотографов. Таким образом, можно отметить, что представители гуманитарных профессий осуществляют гуманизацию городской среды.

Немаловажным фактором проведения и развития фестиваля является наличие административного ресурса в его организации: муниципальных управлений культуры и образования, здравоохранения, торговли, внутренних дел, отдела международных связей, пресс-службы.

Третьим этапом в дальнейшем развитии события является информационная волна фестиваля, которая представлена статьями в печатных СМИ, на сайтах, в группах в социальных сетях. Информационные спонсоры фестиваля «Российская газета», телевизионная компания ДОН-ТР, а также один из организаторов фестиваля НФ «Пушкинская библиотека» публикуют пострелизы, интервью гостей фестиваля, создают телевизионные сюжеты и т.д.

Подводя некоторые итоги международного Чеховского книжного фестиваля, отметим следующее: за 9 лет увеличилось количество фестивальных площадок в 4 раза, мероприятий в 3 раза, партнеров в 10 раз.

Международный Чеховский книжный фестиваль ежегодно развивается, и, как культурный event, может дать толчок развитию культурного туризма (и, как следствие, сферы услуг, гостиничного бизнеса, дорожной и транспортной инфраструктуры и т.д.), совершенствованию системы образования, укреплению материальной базы учреждений культуры, совершенствованию фестивальной практики и музейного и библиотечного дела, консолидации творческого и научного потенциала и т.п.

«Ментальность сочинцев заметно изменилась. Они стали добрее», - заметил мэр города Сочи после Олимпиады. Хочется, чтобы после каждого Чеховского фестиваля менялась и ментальность таганрожцев: они становились добрее, красивее, интереснее и не были бы «инертны до чертиков». Ведь ресурс влияния чеховского имени на Таганрог не исчерпаем.