

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

УДК 130.2:79(793.2)

Л. Д. Бабушка

ФЕСТИВАЦІЯ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ АПРОПРІАТОР ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ІНТЕРЕСІВ У КУЛЬТУРОТВОРЧОМУ ПРОСТОРИ

Проаналізовано фестивалію як феномен постмодерністської святкової культури, що потрапляє до складного процесу пошуку легалізації новітніх форм культуротворчих цінностей в умовах глобалізму та альтерглобалізму. Розглянуто механізми впливу економічних, соціально-політичних чинників на святкову культуру, що дозволяє аналізувати фестивалію в повсякденно-рефлексивних площинах «культурного – політичного – економічного» співвідношень.

Ключові слова: фестивалію, глобалізація, культуротворчість, апропріатор, комунікація.

Культурологічний простір сучасної епохи, як і загалом кожної, визначається доміантними координатами світобачення та відтворює людський спосіб життєдіяльності в його історичній динаміці. Індикатором модифікацій світовідчуття в сучасному просторі постає предметність. Фестивалію як феномен постмодерністської святкової культури потрапляє до складного процесу пошуку легалізації новітніх форм культуротворчих цінностей. Вона виступає певною мірою як нетрадиційна сучасна модель свята на тлі синкретичних практик презентацій останнього та десакралізації культури.

Здійснення фестивалію в розумінні «десакралізації» традиційних практик свята зумовлено насамперед глобалізацією культури як вияву генералізації традицій. Відбувається процес уніфікації смаків, водночас почуттів. Цілком очевидно, що подібна ситуація є результатом прояву процесів глобалізму та альтерглобалізму, що спричинили зміни як соціальної ментальності, так і культурні перетворення загалом. Оскільки свята є універсальним засобом передачі соціального досвіду між поколіннями, в умовах глобалізації вони мігрують з одних національних культур до інших, змінюючи при цьому семантику. Традиційні свята в теперішньому суспільстві всупереч глобалізаційним вже далеко не тенденціям, а реальним процесам, виступають як засіб консолідації індивідів з метою збереження своєї групи й національних культурних традицій. Поступове зникнення етнічних особливостей свят, з одного боку, призводить до незворотної втрати цілих пластів культури, а з іншого, до об'єднання палітри свят, утворюючи сучасний характер, так би мовити, глобалізованого свята, фестивалію, яка позначена синкретичним характером. Така єдність традицій, ритуалів, звичаїв, видовищ, обрядів, ігор, урочистостей, карнавалів притаманна як для традиційного, так і сучасного свята.

Однак, фестивалію є сучасним святом у контексті вияву тенденцій глобалізму та альтерглобалізму й постає як гіперболізація святкового компонента в повсякденному житті. Вплив економічних, соціально-політичних чинників на святкову культуру дозволяє аналізувати фестивалію в повсякденно-рефлексивних площинах «культурного – політичного – економічного» співвідношень. Креативно-економічний, політичний та корпоративний аспекти святкової культури представлені у працях Т. В. Абанкіної,

О. Т. Богомолова, О. Б. Долгіна, В. Л. Іноземцева, В. І. Марцинкевича, І. В. Соболевої, Т. Н. Персикової, В. В. Савчука, М. А. Хренова; глобалізаційний проект – у розвідках вітчизняних мислителів В. Кізими, О. Гомілко, Т. Лютого, Є. Андроса, Р. Шульги, також в контексті цивілізаційного аспекту (сучасні індустрії та культурні практики), З. Баумана, Ж. Бернаноса, Н. Лумана, Ф. Мюре та інших.

Погляди на сучасні фестивалі практики автором розглядатимуться з позиції *pro et contra*, оскільки почасти беруть витoki й формуються на основі процесів ліберизації та демократизації в суспільстві, як результат злиття різних видів тоталітаризму з демократією, і є наслідком «трестових проектів». Ф. Мюре, досліджуючи мутацію людського роду, котру називає деспірітуалізацією, цитує Ж. Бернаноса, котрий вважає, що «трестівський режим» лише видимо є антиподом «державного колективізму», і якщо «технічному Молоху» вдалося закласти «міцні основи своєї майбутньої тиранії», не спровокувавши повстання, то тільки завдяки тому, що він зумів прикрити «свої незліченні беззаконня ліберальною фразеологією» [5, с. 232].

Справді, спостерігається перевага розважальності на тлі збіднення (зубожіння) населення, і це вочевидь стає очевиднішим під кутом зору її безпосереднього зв'язку з комерційним успіхом, глобалізаційного лобі. Повсякчас на слуху вираз «структурна реформа», що означає позбавлення робітників будь-якого захисту, розбирання залишків соціальних гарантій в державі, евфемізм (підміна небажаної інформації забарвленою як зручний спосіб омани), усунення екологічних і безпечних норм, що обмежують корпоративні прибутки.

Відомо, що Арістотель, Ніколо Макіавеллі, Алексіс де Токвіль та Адам Сміт починали власні праці з тези щодо існування природного антагонізму між багатими і бідними масами. «Ті, у кого занадто багато всього, влади, багатства, друзів тощо, не хочуть і не можуть підкорятися закону», – викладав думку в «Політиці» Арістотель [1, с. 76]. Філософи добре розуміли й розуміють, що олігархи добре засвоюють механізми маніпуляції, тонкої й відкритої репресії-експлуатації для захисту власного багатства та влади. Найголовнішим механізмом контролю виступає контроль ідей. Правляча еліта робить все задля того, щоб діючий клас інтелектуалів прислужував ідеології, в даному випадку вільному ринковому капіталізму й глобалізації, що є матрицею останнього, яка виправдовує їх жадібність. Підйом олігархічної держави відповідно до розуміння Арістотеля сприяє формуванню двох шляхів. По-перше, знедолені маси будуть або повставати для виправлення дисбалансу щодо багатства й влади, або олігархи встановлять грубу тиранію, щоб насильно тримати населення в покорі. Відтак, людність стоїть перед постійною глибокою дилемою: служіння комерційним короткочасним профітам та економічне зростання чи довгострокове виживання планети. Шкода, однак, що до сих пір рішення приймалися на користь першого, корпоративного боку.

Звернемось, наприклад, до спостережень Андре Дамона, які він подав у статті «Свято багатства та жадібності. Корпоративні злочинці та мільярдери на світовому економічному форумі в Давосі», де на 44 щорічному Світовому економічному форумі (WEF), альпійському курорті Давосу зібрались близько 2000 директорів корпорацій, масштабних інвесторів, лідерів влади, центральних банкірів та знаменитостей. Щорічне «свято багатства та жадібності» відзначається після неабиякого успішного року для надбагатіїв. Вартість акцій та прибутків піднялася до нових рекордних висот, наповнивши рахунки та портфелі фінансової еліти, в той самий час, як жорстка економія, скорочення заробітної платні, масштабні звільнення, погіршили життя і вкинули в зубожіння десятки мільйонів людей. Конференція, яка проходила 22–25 січня 2014 р. офіційно носить назву «Переформатування світу: наслідки для

суспільства, політики і бізнесу». У присутніх є всі підстави для святкування, за даними Блумбер-Ньюс, найбагатіші 300 людей на планеті відзначили за останній рік приріст свого багатства на \$ 524 млрд. В газеті Блумерг-Ньюс, що має заголовок, «Давоські мільярдери збільшують своє багатство в 2014 році», відзначають, що найбільший прибуток отримав Білл Гейтс, збільшивши свій статок з \$ 15,8 млрд до \$ 78,5 млрд, тим самим відновив звання найбагатшої людини в світі [3].

Щорічний звіт «Глобальні ризики» форум зазначив нерівність прибутків як загрозу №1, яка «найімовірніше викличе серйозні глобальні порушення в найближче десятиліття». Головний економіст форуму Дженніфер Бланке, відзначаючи хвилювання в Єгипті і Тунісі в 2011 р, заявила, що «невдоволення може привести до руйнування всієї тканини суспільства, особливо крізь призму того, що молодь не бачить для себе майбутнього» [3]. Чи варто екстраполювати подібну модель «глобального ризику» на Україну (помножену на війну), але з урахуванням вже не лише молоді, а й всіх верств населення, що опинилися на грані виживання?

Якщо вести мову про святковий шоу-медійний сегмент ринку, то саме в ньому залучені гігантські суми, здійснюються угоди, засвічуються й згасають «зірки». Постановники чи то конструктори подій продають мешканцям сучасного світу катастрофи, аварії, нещастя, сенсації й розваги – загалом все те, що і так їм належить, або те, що вони цілком могли б створити собі самі. У наш час маестро соціальних ілюзій можна зустріти у всіх царинах життя. Така собі своєрідна модель «спектаклю» (як не погодитися із Гі Дебором щодо «суспільства спектаклю»), гри, бо остання також подвоює реальність. Реальність, що розуміється як гра, виокремлюється зі звичайної реальності, але не заперечує її, навпаки, кожне програння гри містить вказівку на вже існуючу з нею «реальну реальність» [4, с. 84]. У соціальних іграх партнери дотримуються певних правил. Розвага – гра іншого роду. Тут немає партнерів і немає правил. Точніше, вони є, але їх можна дотримуватися або ж не дотримуватися. Основою гри тут стає інформація. Інформація, згідно з відомим визначенням Грегорі Бейтсона, є «difference that makes difference». Буквально це означає: «відмінність, яка створює відмінність»; більш точно: «...створює істотну різницю». Інформація чіпляється за інформацію, де наступний елемент не завжди впливає з попереднього. Виникає ситуація повної передбачуваності: новий елемент інформації може залежати від рішень і дій людини. Німецький соціолог Н. Луман у праці «Реальність масмедіа» акцентує увагу на тому, що саме на непередбачуваності базується розвага: не просто на дотриманні елементів інформації один за одним, а на здійсненій самою системою обмеженні, що визначає ймовірність надходження подальшого елемента ланцюжка. Розвага підживлюється несподіванками і напруженнями, які сама й виробляє. Публіка вміє відрізнити цю реальність розваги від реальності як такої, про яку повідомляють новини. Опис суспільства в мас-медіа створюється не тільки новинами і повідомленнями; в ньому беруть участь також реклама і розваги, причому в цих сферах опис суспільства опосередкований нашими індивідуальними установками й готовністю до комунікації, тобто «вельми непрямим чином» [4, с. 83].

Так, Зигмунд Бауман вважає, що «двоїстість – ось доля людини, тож людське існування лишатиметься двоїстим, вимушеним одночасно впізнавати себе у двох українських образах системності й непередбачуваності. Ніяке моністичне «розв'язання», хай то практичне чи теоретичне, не в змозі ні витравити цю двоїстість з існування, ні теоретично вичерпати її» [2, с. 205]. «Фундаментальна конституція людини», як її назвав Бергер, а далі підтримали Вінер, Гелен, «надає перевагу структурі, владній ієрархії та замішаним на владі означенням соціальних позицій і правил соціальної взаємодії» [2, с. 203].

Ф. Мюре зауважує, що більшість людей готові «грати» разом з постановниками сучасних подій і йти з ними поруч щоразу, як тільки це пропонується. Поняття «подієвість», яка заповонила увесь сучасний культуротворчий простір, походить від іменника «подія». В класичній традиції подія несла в собі сакральні дати, фіксовані календарем, а також факти, справи, неприємності, що заслуговують уваги. Щодо «подієвості», яка з'явилася на арені постмодерну, смислове наповнення перестало означати вищевказане, не залишилося місця в світі постановників подій самій події, пригоді, яка трапляється несподівано. Ф. Мюре зазначає стосовно цього наступне, що «у наш час випадок не може розраховувати на позитивні відгуки преси. Він виявився в таборі переможених. Адже зіткнутись з чимось непередбаченим вкрай незручно. Торговці подіями бояться цього як вогню» [5, с. 239].

Не-події нашого часу мають вигляд деяких свят поза приводом, причин, наслідків, а головне, поза продовженням. Він наводить приклад другої війни в Перській затоці, яка не відбулася, або будь-якої іншої події, що не відбулася. Скажімо, історію з астероїдом XF11, який нібито повинен був зіткнутися з планетою Земля років через тридцять і викликати справжній Апокаліпсис. На наступний день нам так само весело повідомили, що астероїд пройде на відстані в мільйон кілометрів від Землі. Але постановники подій потрапили в ціль. Як справедливо зауважує один з персонажів Іонеско, «події розвиваються швидко, коли їх більше немає» [5, с. 240].

Далі французький мислитель зауважує, що не-події виростають на могилі справжніх подій. Не-події виростають і набираються сили, паразитуючи на останках подій. Вони є пишним зображенням їх відсутності та спробою відтворити у вигляді абстракції. Таким чином, у повсякденному житті проявляється тенденція до історичних реконструкцій. Будь-який ритуал виявляється за тим боком Історії, будучи позбавленим сенсу, безтілесним, застиглим у часі, де щось нібито відбувається і буде відбуватися без будь-якої мети і потреби, а лише тому, що воно відбувається, лише тому, що так треба. У кожній з царин людської діяльності кропітка праця з відтворення зруйнованого, спроба зліпити щось з праху конкретного світу набуває характеру стратегічного завдання з далекими перспективами. Це буде місія людей в третьому тисячолітті ...

Подієвість може мати успіх лише за відсутності справжніх подій. Те, що не існує, заявляє про себе на повний голос: ось зразок красномовства, характерного для організаторів подій. Йдеться про свята, які покликані пожваввити життя в містечках, селах і селищах, де програма свята нагадує піднесене поетичне звернення Homo фестивуса, «який впивається власною пустопорожньою риторикою». Монополісти фестивіальних подій зацікавлені перш за все у сенсаціях і прибутках, але не в ідеях, відтак використовують інформацію для переведення її в статус новини.

З'ясувати семантичний простір сучасної святкової культури і проблему взаємовпливу світоглядних орієнтацій дозволить звернення до класифікації Н. Лумана, котра налічує десять критеріїв відбору для використання переведення інформації в статус новин.

По-перше, інформація повинна бути новою. Щоб підсилити її несподіваність, потрібно позначити наявне порушення безперервності ходу подій, розбіжність із очікуваннями, унікальність того, що сталося. Контекст, навпаки, повинен бути звичним, що викликає довіру [4, с. 46].

Схвалення всього, що з'являється, на кшталт «все нове є прекрасним», – одна з характерних рис Homo Festivus, котрий міг би обрати своїм святим покровителем вольтерівського Панглоса. Його некритичне, безумовне прийняття всього «сучасного» докорінно розходиться з філософією, яка надає важливого значення запереченню, діалектиці, результатом чого постає трансформація, що в свою чергу, звільняє місце

для реалізації нових можливостей.

По-друге, перевага віддається конфліктам. Подібні теми віддаляють розв'язку до майбутнього. Не знаючи, хто вийде переможцем, одержувачі інформації відчувають напругу й намагаються вгадати результат боротьби.

По-третє, можна підсилити увагу кількісними показниками. Цифри завжди утримують щось певне, незалежно від того, чи розуміється одержувач інформації, про що взагалі йде мова. Особливо дієві порівняння: аналіз динамічних процесів (наприклад, зміни показників інфляції) або зіставлення територій [4, с. 47].

Звичка не надавати значення статистичним даним, які, як правило, нічого, окрім посмішки не викликають, сьогодні перестала бути актуальною. Цей факт став також об'єктом фестивалю. Розпочата епоха перекроїла календар, зробивши ревізію, і по-своєму розставила віхи людського життя. Коли виникає потреба, коригуються пам'ятні дати, замінюються на дещо «свіжіші» тощо. Цілком можливо, що в у недалекому майбутньому 31 жовтня, тобто день святкування Хеллоуїну, замінить 2 листопада, День поминання, присвячений покійним, колишнє свято органічно виліється в нове, поповниться новими забавами, які набагато ближче серцю Хомо фестивуса, бо в ньому відсутнє будь-яке згадування про неприємне. Воно вже не належить старому світу, світу конфліктів, напруженості і діалектики, з яким у нас тепер немає нічого спільного.

По-четверте, додаткової значимості надає інформації і локальний контекст. Передбачається, що одержувач інформації добре знає стан справ у ареалі свого проживання і для нього цінними постають будь-які подальші відомості.

По-п'яте, важливими є порушення норм, які в зображенні мас-медіа почасти приймають форму скандалів. Власне, лише порушення і робить норму явною. Передбачається, що ніхто не знає, наскільки часто відбуваються відхилення від норми і яким чином повели б себе в аналогічній ситуації інші люди. Інформація щодо порушень, подана у вигляді простої констатації даного факту, дозволяє одержувачеві солідаризуватися з іншими при засудженні порушення й прихильності норми, і водночас в демонстративному утвердженні свого незнання про реальну практику порушень [4, с. 50].

Французький історик Криштоф Помян, стосовно цього зауважував про невпинне переміщення меж, а саме «ослаблення благоговіння перед перешкодами, перепонами й навіть заборонами» – *всіма* перешкодами, перепонами й заборонами, – і це її найбільш стрижневі прикмети. Потяг до переступання меж, який тримають на прив'язі в інших місцях або в інші часи, тут зірвав із себе пута і почав лютувати буквально до нестями. З'явилися механізми, що зробили переступання саморушним і звільнилися від потреби в меті [2, с. 206].

Сьогоднішня цивілізація заохочує «підригну діяльність» тією мірою, в якій цю діяльність можна вимірювати не якісними, а кількісними категоріями. Висловлюючись більш узагальнено, цивілізація, яка розгортається на наших очах, може повністю контролювати те, що відбувається тільки за однієї умови: якщо вона вбере в себе все, що за суттю повинно їй суперечити. Збройні заворушення, крики розлюченого натовпу – все це тепер просто частина її структури. Те, що їй вороже, вона виробляє на конвеєрі, як і решту своєї продукції, і великими партіями викидає на ринок, але на цей товар у неї ексклюзивне право. «Нонконформізм», «особлива думка», «порушення табу», «внутрішнє посилення» та «маргінальність» – це все давно й міцно увійшло в наш побут. І самі страхітливі «підривні ідеї» розводять тепер, як худобу, в бетонних стійлах Політкоректності і Консенсусу ... [5, с. 237].

По-шосте, особливо придатними для новин є повідомлення про порушення норм, коли до них додаються моральні оцінки, що дозволяють висловлювати повагу або

неповагу до тих або інших осіб. Мас-медіа відіграють важливу роль у відтворенні коду моралі. Це не означає, що вони стали вищою моральною інстанцією, – таких у суспільстві більше немає. Але зате вони можуть публічно називати якісь вчинки добрими чи поганими.

Гіперфестивна система невпинно піклується про мораль, з недовірою відноситься до живої мови, оскільки остання ніяк не піддається контролю, може нести неправдиву інформацію або принаймні звучати двозначно. Надзвичайно цікавим є той факт, що стан фестивалності вважається верхом блаженства, оскільки він супроводжується стиранням відмінностей. Свято потрібно для того, щоб стерти всі суперечності та розбіжності, соціальні, сексуальні й расові бар'єри, винайти новий критерій приналежності до цієї спільноти. На думку Ф. Мюре, *Homo festivus* задоволений тим, що він рухається в єдиному потоці умиротворення, де не можна розрізнити обличчя, в космічному континуумі світу і любові, від якого ми відділені коротким історичним періодом розвитку людства на досить недовгий час.

По-сьоме, класифікуються не тільки вчинки, а й ті, хто їх здійснює, цим самим мас-медіа не просто сповіщають про порушення норм, а й допомагають слухачеві або читачеві скласти власну думку. Весь комплекс прихованих мотивів, які спонукали, а почасти й змусили людину вчинити саме так, а не інакше, при цьому не висвітлюється.

По-восьме, вимога актуальності інформації веде до того, що мас-медіа зосереджують увагу на виняткових випадках (катастрофах, стихійних лихах тощо), а вимога рекурсивності викликає у журналістів підвищений інтерес до попередніх або до схожих подій (іноді створюються цілі «серії») [4, с. 62].

Ф. Мюре, характеризуючи феномен *Homo festivus*, зауважує, що навіть стихії, які час від часу нагадують про своє самостійне, реальне існування, сприймаються як злочин, оскільки *Homo festivus*, подібно дитині, приймає своє бажання за дійсність, якої вже не існує. Він не хоче брати до уваги, що шляхи природи бувають звивисті, непередбачувані, загадкові. Якщо наш герой, *Homo festivus*, не катається на роliках Парижем, то відправляється в гори й лазить там на снігоступах, викликаючи лавини, й ті з жахливим гуркотом хоронять його під собою. Або він приїжджає в якесь рибальське селище і бере участь там в Святі моря, яке закінчується аварією корабля. А ще буває, що його кемпінг зносить селевим потоком. У всіх цих нещастях немає нічого смішного. Однак вражає те невідоме сумне здивування, яке читається на обличчі *Homo festivus* щоразу, коли Природа зіграє з ним злий жарт. Хіба гори можуть бути безжальні до людини? Хіба океан становить небезпеку? Хіба річки здатні перетворитися в потоки, що зносять все на своєму шляху? Ні розслідування, ні пошук і засудження винних не зможуть втішити *Homo festivus*: у нього відчуття, що його зрадили [5, с. 235].

По-дев'яте, особливий випадок – поширення в якості новин чийось думок. Значною мірою в матеріалах мас-медіа відображаються вони самі: ті, котрі говорять, можуть самі відповідати на поставлене запитання чи то нав'язувати свої висловлювання, але так чи інакше ці висловлювання стають подією тільки завдяки мас-медіа. «Світ ніби наповнюється додатковими шумами: пропозиціями, коментарями, критикою» [4, с. 63].

Подібна багатослівна і безбарвна демагогія не має найменшого зв'язку з реальністю. Пропагандистам гіперфестивної ери близький і дорогий світ сновидінь, що приносить їм велику вигоду, все інше їх не хвилює, не дивує зникнення реального світу й конкретної людини, з точністю навпаки, їх ніби це радує, або принаймні забавляє...

Завершуючи, всі перераховані критерії стають ще суворішими, коли відбором займаються спеціальні організації, що підганяють інформацію, вже відібрану системою

мас-медіа, під рубрики та шаблони (наприклад, випускають редакції в друкованих ЗМІ). Рубрики повинні бути придатні для багаторазового використання, не бути незвичними для одержувача інформації, не провокувати ажіотаж і конфлікти, тому що це занадто ускладнило б планування діяльності такої організації [4, с. 64].

Це має бути зразком красномовства, характерного для організаторів подій. Йдеться про свято, яке покликане пожвавити життя в маленькому містечку поблизу Парижа. Програма свята нагадує піднесене поетичне звернення. Хомо фестівус, невпинний творець потьомкінських сіл, в які нині перетворилося все суспільство, впивається власною пустопорожньою риторикою: «Всі і кожний, будьте на висоті! Подія, що об'єднує, підносить, гігантський масштаб! Свято на службі у вищих цінностей! Створимо подію, яка стане надбанням городян, що стане внеском в історії міста! Свято буде проходити в урбаністичному декорі: архітектура стане його атрибутом і робочим інструментом. Рухаючись від периферії до центру, свято поступово заповнить все місто, аж до апофеозу і фінального злету. У повсякденність увірвуться нові, хвилюючі елементи, змінять її, зададуть їй новий ритм, повідомлять мінливість форм і насиченість фарб. Свято розпочнеться в п'ятницю – на площах, у скверах, міських садах. Сенс гри: поступово заволодіти містом. На майданчиках, встановлених по всьому місту, будуть розіграні невеличкі вистави.

У перший день необхідно задіяти живу силу. Любителі пліч-о-пліч з професіоналами будуть спільно розробляти основну тему: «Зліт».

Другий день буде днем міських громадських об'єднань. Масштабність видовищ зросте, до центру міста будуть стікатися ходи, розвиваючи ідею свята аж до фантастичного, ірреального, грандіозного. Свято прикрасять собою співаки, акробати, артисти найвищого гатунку.

У третій день події розгортатимуться в повітрі. Ігри під хмарами, фесрверки, повітряні змії, монгольф'єри ...

Потім свято відірветься від землі і зникне. Це все, що можна побажати такому святу. <...> [5, с. 235].

Підсумовуючи вищевикладене, можна сказати наступне: у глобалізаційному суспільстві, де ринок став *альфою й омегою* всіх життєвих установок, свято впритул змикається з економічним споживанням, тобто фактором, що стимулює розвиток святкової культури, постаючи не стільки її духовним лейтмотивом, але прагматичним, що виражається в комерційних підходах до проведення свят. Посилення економічного значення свята на тлі явного ослаблення культурних, світоглядних потреб, є однією з визначальних особливостей нашого часу. Окрім того, для значної частини сучасного суспільства свято – це можливість не тільки відпочити, повеселитися, поспілкуватися з приємними людьми, змінити обстановку й відновити сили, це ще й можливість заробляння капіталу, бізнес, який успішніше здійснюється тоді, коли частіше й ширше святкуватимуться ті чи інші події чи не-події.

Сучасне свято можна купити, замовити, продати, подарувати, оскільки маніпуляції відбуваються на рівні товарообігу. Постмодерне Festive є осередком управління мріями. Впроваджуючи мрію в масову свідомість, конструюється нова реальність, в якій є можливість відбутися перекодуванню з віртуального у фізичний світ, щоправда таке свято швидко зникає з арени пам'яті, та й привабливість, справедливості ради, помітно зникає.

Список використаної літератури

1. Арістотель Політика / Арістотель; пер. з давньогр. та передм. О. Кислюка. – Київ : Основи, 2000. – 239 с. ; Aristotel Polityka / Aristotel; per. z davnohr. ta peredm. O. Kysliuka. – Kyiv : Osnovy, 2000. – 239 s.

2. Бауман З. У пошуках центру, що тримає / З. Бауман; пер. з англ. Т. Цимбала. – Київ : Ніка-Центр, 2013. – 400 с. ; Bauman Z. U poshukakh tsentru, shcho trymaie / Z. Bauman; per. z anhl. T. Tsymbala. – Kyiv : Nika-Tsentr, 2013. – 400 s.

3. Дамон А. Праздник богатства и жадности. Корпоративные преступники и миллиардеры на мировом экономическом форуме в Давосе [Электронный ресурс] / А. Дамон. – Режим доступа :

<https://victorpostnikov.wordpress.com/2014/01/26/праздник-богатства-и-жадности/> ;
Damon A. Prazdnik bogatstva i zhadnosti. Korporativnye prestupniki i milliardery na mirovom ekonomicheskom forume v Davose [Elektronnyy resurs] / A. Damon. – Rezhim dostupa : <https://victorpostnikov.wordpress.com/2014/01/26/праздник-богатства-и-жадности/>

4. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. Москва : Праксис, 2005. – 256 с. ; Luman N. Realnost massmedia / N. Luman; per. s nem. A. Yu. Antonovskogo. Moskva : Praksis, 2005. – 256 s.

5. Мюрэ Ф. После Истории. Фрагменты книги / Ф. Мюре; пер. с фр. Н. Кулиш // Иностранная литература. – 2001. – № 4. – С. 224–241; Myure F. Posle Istorii. Fragmenty knigi / F. Myure; per. s fr. N. Kulish // Inostrannaya literatura. – 2001. – № 4. – S. 224–241

6. Почепцов Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. – Київ : Спадщина, 2014. – 464 с. ; Pocheptsov H. Vid Facebooku i hlamuru do Wikileaks: mediakomunikatsii / H. Pocheptsov. – Kyiv : Spadshchyna, 2014. – 464 s.

Стаття надійшла до редакції 23.10.2017

L. Babushka

FESTIVATION AS A COMMUNICATIVE APPROPRIATOR OF GLOBALIZATION INTERESTS IN THE CULTURAL SPACE

The festival, as a phenomenon of postmodern festive culture, falls into the complex process of finding legalization of the newest forms of cultural values. To some extent it acts as an unconventional modern model of holiday against the backdrop of syncretism practices in the presentation of the latter and the desecration of culture.

The implementation of the festival in the sense of «desacralization» of traditional holiday practices is primarily due to the globalization of culture as a manifestation of the generalization of traditions. There is a process of unifying the tastes, while feeling. It is clear that such a situation is the result of the manifestations of processes of globalism and alterglobalism, which caused changes in both social mentality and cultural transformations in general. Since holidays are a universal means of transferring social experience from one generation to another, in conditions of globalization, they migrate from one national culture to another, while changing semantics. Traditional holidays in present society, in spite of globalization, are far from being trends, and the real processes, they act as a means of consolidating individuals in order to preserve their group and national cultural traditions.

The gradual disappearance of the ethnic features of the holidays, on the one hand, leads to the irreversible loss of entire strata of culture, and on the other hand, to the unification of the palette of holidays; they form the modern character, so to say, of a globalized holiday, a festival, marked with a syncretic character. Such unity of traditions, rituals, customs, spectacles, games, celebrations, carnivals is inherent both for traditional and modern holidays.

However, the festival is a modern holiday in the context of revealing the tendencies of globalization and alterglobalism and it emerges as a exaggeration of the holiday component in everyday life. The influence of economic, socio-political factors on festive culture allows us to analyse the festival in the everyday-reflexive planes of «cultural - political – economic» relations. The creative, economic, political and corporate aspects of festive culture are presented in the works of T. Abankina, O. T. Bogomolova, O. B. Dolgin, V. L. Inozemtseva, V. I. Martsinkevich, I. V. Sobolev, T. N. Presikova, V. V. Savchuk, M. A. Khrenova; the globalization project – in the explorations of the domestic scholars V. Kizima, O. Gomilko, T. Lyutoy, E. Andros, R. Shulga, as for the context of the civilization aspect (modern industry and cultural practices) – in the works of Z. Bauman, J. Bernanos, N. Luhmann, F. Muret and others.

Key words: *appropriator, communication, culture art, festivation, globalization.*

УДК 78.079(437.1/.2)

С. І. Бережник

ВПЛИВ МУЗИЧНИХ АСОЦІАЦІЙ НА РОЗВИТОК ФЕСТИВАЛЬНОГО РУХУ В ЧЕСЬКІЙ РЕСПУБЛІЦІ

Дана стаття присвячена асоціаціям музичних фестивалів, які виступають важливим механізмом і компонентом міжкультурної комунікації. Кожен фестиваль, який існує сьогодні в Європі, є складовою загальної культурної панорами своєї країни й формує її культурну ідентичність. Фестивалі, як частина мистецького ринку країни, розв'язують цілу низку соціокультурних завдань, а саме: відтворення новітніх зразків музичного мистецтва у власній країні; розвиток традицій й поширення національної культурної спадщини у світі; розширення інформативних та творчих зв'язків між учасниками фестивалів; популяризація окремих сторінок національної культури та історії. Саме творчі асоціації допомагають фестивалям та їхнім організаторам розвиватися й належно виконувати свої функції.

Ключові слова: *Чеська Республіка, музичні фестивалі, асоціації, міжкультурні взаємозв'язки.*

Для кращого розуміння рівня розвитку українського фестивального руху в європейському культурному просторі доцільно розглянути практику фестивальних рухів в найближчих європейських країнах, щоб визначити спільне і відмінне у фестивальному житті сучасної Європи та нашої країни. Для порівняння вибрано одну з європейських країн, а саме Чехію, яка теж проходить свій шлях побудови демократичного суспільства.

На сьогодні у Чеській Республіці проходить багато різних музичних фестивалів, які кожного року відвідує багатотисячна аудиторія шанувальників мистецтва. Так у доповіді на веб-сайті <http://www.freemusic.cz> згадано 260 фестивалів, що функціонують на території колишньої федерації з квітня по вересень щороку. Деякі музичні фестивалі включають багато жанрів для збільшення аудиторії та прибутку. Музика залишається одним з найбільш затребуваних культурних продуктів у світі. Підраховано, що один концерт популярної музики щорічно відвідують 55% чехів, три концерти 22,9% і що найменше, шість концертів 10,2% чехів. Музичні фестивалі також є привабливими з економічної точки зору. Згідно з дослідженням Асоціації чеських музичних фестивалів,