

10. Lotman, Y.M. (1992). Culture and explosion. Moscow: Gnosis Publishing Group «Progress» [in Russian].
11. Lotman, Y.M. (1998). The structure of a literary text. About Art. St. Petersburg: Arts, St. Petersburg. Retrieved from http://adview.ru/wp-content/uploads/2015/09/Yu_M_Lotman_Struktura_Teksta.pdf [in Russian].
12. Propp, V.Y. (1998). Collected Works: in 4 volumes. Moscow: Publishing House of the "Labyrinth". Vol. 2: Morphology of «magical» fairy tale. The historical roots of the fairy tale. Moscow: Published of "Labyrinth" [in Russian].
13. Radcliff-Brown, A. (2nd ed.). (2006). Historical and functional interpretation of Culture and practical application of Anthropology in the management of indigenous peoples. (V.G. Nikolaev, Trans). Anthology of Cultural Studies. Interpretation of Culture. St. Petersburg: Publishing House of the St. Petersburg State University [in Russian].
14. Sossyur, F. de. (2007). Course of General Linguistics. (A.M. Sukhotina, Trans). Moscow: Editorial URSS [in Russian].
15. Lacan, J. (1998). The four fundamental conceptions of psychoanalysis. (A. Sheridan, Trans) – New York; London: W.W. Norton and Company [in English].
16. Redfield R., Linton, R. & Herskovits, M. (1936). Memorandum on the Study of Acculturation. American Anthropologist, Vol. 38, 1, 149–152 [in English].

УДК 130.2:793.2

*Бабушка Лариса Дмитрівна,
кандидат філософських наук, доцент,
докторант кафедри історії та теорії культури
Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського
larisababushka@gmail.com*

ФЕСТИВАЦІЯ ЯК ГЛОБАЛЬНА ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ СВЯТА: ФІЛОСОФСЬКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Мета роботи. Проблема фестивалізації, викликана глобалізаційними процесами, постає специфічним складником буття людини в просторі культури й цивілізації. Криза традиції святкування, множинність свят корпоративного та представницького змістів призводить до підміни понять щодо сакрального та профанного модусів сучасної святкової реальності. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні філософсько-культурологічного, феноменологічного, семиотичного та компаративного методів, котрі дозволяють узагальнити різноманітні підходи до свята, поєднати теоретичні та емпіричні рівні дослідження; виявити ритуальні коди святкової культури, виявити відмінність традиційного та сучасного свята. **Наукова новизна** розвідки полягає в осмисленні спорідненості/відмінності між традиційним та сучасним святом, виявленні фестивальної природи останнього в контексті маркетинга культури. Обґрунтування свята як ритуально-ігрової події, дозволяє виразити сутність різних форм свята; уточнити їх зміст і виявити коди святкового ритуалу. **Висновки.** З'ясовано, що традиційне свято поставало складовою частиною виробничого життєвого циклу людей. Щодо сучасного свята – це, перш за все, споживацька стратегія, викликана маркетинговою сучасної культури. Потреба в споживанні постала основоположною, відтак, сьгоднішнє свято стало явищем дещо штучним. Виявлено, що гонитва суспільства за подіями, перетворила його у «псевдоподію», породила форми, позбавлені глибинного життєвого сенсу, залишивши їм переважно видовишно-розважальний характер. Не маючи в собі історичної, традиційної компоненти, воно укладає цінність безпосередньо в самій дії, виключно в той момент, в який відбувається. Святковий симулякр зберігає у своїй основі ритуально-ігрову діяльність та шукає для свого втілення дедалі нових форм. Свято, з огляду на появу нових видів мистецтв, появи тих чи інших соціальних особливостей, зміни історичного часу, вбирає в себе найістотніші моменти, трансформуючись в ту модель, яка найбільш актуальна для суспільства, а саме фестивалізацію.

Ключові слова: свято, фестивалізація, культура, технологізація, глобалізація, маркетинга.

Бабушка Лариса Дмитриевна, кандидат философских наук, доцент, докторант кафедры истории и теории культуры Национальной музыкальной академии Украины им. П.И.Чайковского

Фестивализация как глобальная технологизация праздника: философско-культурологический анализ

Цель работы. Проблема фестивализации, вызванная глобализационными процессами, предстает специфическим компонентом бытия человека в пространстве культуры и цивилизации. Кризис традиции празднования, множественность праздников корпоративного и представительского смыслов приводит к подмене понятий относительно сакрального и профанного модусов современной праздничной реальности. **Методология** исследования заключается в применении философско-культурологического, феноменологического, семиотического и сравнительного методов, которые позволяют обобщить различные подходы к празднику, совместить теоретические и эмпирические уровни исследования; выявить ритуальные коды праздничной культуры, выявить отличие традиционного и современного праздника. **Научная новизна** работы заключается в осмыслении сходства/различия между традиционным и современным праздником, выявлении фестивальной природы последнего в контексте маркетинга культуры. Обоснование праздника как ритуально-игрового события, позволяет выра-

зять сутність різних форм свята; уточнити їх зміст і виявити коди свята ритуалу. **Висновки.** Установлено, що традиційний свята представляв складовою частиною виробничого життєвого циклу людей. Сучасний свята – це, перш за все, споживча стратегія, викликана маркетинговою сучасною культурою. Потреба в споживанні виявилася основопологаючою, відповідно, сучасний свята став явищем декількох «надуманих». Виявлено, що гоніння суспільства за подіями, перетворило його в «псевдосподія», яке виробило форми, позбавлені глибокого життєвого змісту, залишивши їм переважно зрелищно-розважальний характер. Не утримуючи в собі історичної, традиційної складової, свята включає цінність безпосередньо в саму дію виключно в той момент, в який проігрується. Святяний симулякр зберігає в своїй основі ритуально-ігрову діяльність і шукає для свого втілення все більш нові і нові форми. Свята, по мірі появи нових видів мистецтв, появи тих чи інших соціальних особливостей, змін історичного часу, вбирає в себе суттєві моменти, трансформуючись в ту модель, яка найбільш актуальна для суспільства, в даному випадку фестивалізацію.

Ключові слова: свята, фестивалізація, культура, технологізація, глобалізація, маркетингова.

Babushka Larisa, PhD in Philosophical Sciences, associate professor, doctoral student of the History and Theory of Culture chair, Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine.

Festivation as a global holiday's technologization: philosophical and cultural analysis

Purpose of Article. Festivation problem is caused by globalization. There is a specific element of human existence in the area of culture and civilization. The crisis of celebrations tradition and holiday's plurality of the corporate and representative contents lead to substitution of notions about the sacred and profane modes of the modern festive reality. **Methodology.** The research methodology includes philosophical-cultural, phenomenological, semiotic and comparative methods which allow us to summarize various approaches to holidays and to combine theoretical and empirical level of research; to reveal codes festive ritual culture and discover the difference of traditional and contemporary holiday. **Scientific novelty.** Scientific novelty consists in understanding the common features / differences between traditional and modern holiday of festivation identifying the nature of the last one in the context of marketing culture. The justification of celebration as ritual-game events can express the essence of the various forms of celebration; clarify their meaning and reveal codes festive ritual. **Conclusions.** It was found that the traditional festival arose as an integral part of the production lifecycle people. As for the modern holiday, first of all, it's the consumerism strategy, caused marketing of modern culture. The need for fundamental consumption appeared. Therefore today's festival has become a phenomenon somewhat «frivolous». The society's pursuit for events has turned it into «pseudo-event», creates the forms without deep meaning of life, leaving them mostly entertaining spectacle. Not having historical, traditional components, it includes the value directly in the act only in the moment when it is being played. Holiday simulacrum saves basic ritual and game activities and looks for new forms of its implementation. Owing to the emergence of new art forms and certain social characteristics, changes of historical time, a feast incorporates the most significant moments in transforming into the model that is most relevant to society – festivation.

Keywords: holiday, festivation, culture, technologization, globalization, marketization.

Актуальність теми дослідження. Сьогоднішні свята, як правило, не збігаються з традиційними. Подібна неоднозначність обумовлена низкою параметрів, зокрема, існуванням безлічі різноманітних типів і видів свят у сучасному суспільстві. Деякі з них дійшли до нас з глибини язичницьких часів, інші пов'язані з релігією, не виключенням є ідеологічні, що дісталися в спадок від радянського суспільства, інші несуть історичну пам'ять, зрештою, з'являється безліч новостворених свят. Таким чином, в умовах сучасного суспільства спостерігається присутність співіснування множинності свят і трансформація традиційних свят. На сьогодні кульмінаційною є цінність дозвілля, видовищності, котрі виходять на перший план. Всевладдя шоу, перформансів, флеш-мобів, хепенінгів, рекламних та культурних акцій стали чи не узвичаєними елементами повсякденного життя. Торгові центри, корпорації, установи влаштовують масу святкових заходів, дійств; святковість життя демонструється різними формами та способами. Все це свідчить про актуальне значення свят в сучасній культурі, відповідно його осмислення.

Мета дослідження. Незважаючи на широкий спектр досліджень, представлений як вітчизняними, так і зарубіжними мислителями, залишаються поза проясненням численні питання. Зокрема, що таке свята в сучасній культурі? Що об'єднує традиційні та нові форми (фестивалізацію) свят? В який спосіб трансформуються й чи можливе існування традиційного свята в сучасній культурі? За такого підходу варто перейти від емпіричного рівня опису сучасних форм свят до філософсько-культурологічних узагальнень, знайти для цього адекватні методологічні підстави. Філософсько-культурологічний підхід дозволить узагальнити різноманітні підходи до свят й поєднати теоретичні та емпіричні рівні дослідження; осмислити свята як явище культури, що безпосередньо існує в її системі, всебічно нею обумовлене.

Філософсько-культурологічний підхід до феномена свята здійснювався з урахуванням різних позицій і аспектів. Розглядаючи поняття фестивалізації автор звертається до авторитетних джерел сучас-

них мислителів Ф. Мюре, Ж. Липовецького тощо. Щодо праць з теорії постіндустріального суспільства цінність представляють розвідки З. Баумана, В. Кутирьова, Г. Костіної, В. Савчука, К. Філатової, М. Хренова; аналіз суспільства споживання як симулякрів представлений у працях Ж. Бодріяра; як феномену масової культури в розвідках Х. Ортега-і-Гассета.

Виклад основного матеріалу. Сучасне суспільство визначається колажністю формувань, таких як «суспільство споживання», «плинна сучасність», «мережеве суспільство», «інформаційне», «суспільство спектаклю», мультикультурна реальність тощо. Мабуть, однією з найбільш значущих характеристик сьогодення є саме пріоритет споживання. Споживання постає не просто однією з царин суспільного життя, а поготів – змістовим і ціннісним фетишем сучасного суспільства. Якщо для виробництва, економіки, техніки з'єднання розрізнених зусиль дає ефект емерджентності, так званого системного ефекту, сприяє зростанню, то сфери життя, де самоцінні відмінності – деградують. У глобально цілісній системі етноси не збагачують один одного, а взаємопоглинаються, культури не отримують імпульс для саморозкриття, а нівелюються, країни не коеволюціонують, співпрацюючи, а уніфікуються. Скрізь одягають одне і теж саме, їдять, п'ють, співають, усюди Діснейленд і Макдональдс. Своєрідність народів йде в минуле, у традицію, у фольклор. Вона існує як пережиток минулого. «Якби в містах не було старих кварталів і музеїв, то подорожувати було б цілковито безглуздо – людина неминуче попадає в оточення витончено однакових автомобілів, дизайн-будівель, її переслідують всюди суцільні реклами транснаціональних корпорацій. Різноманітне, строкате, географічно розкидане людство, котре розтягнулося за історичними епохами, стоїть на порозі трансформації, розідраної протиріччями, проте структурно є однорідним просторово-часовим утворенням» [4, 69].

Однаковий спосіб життя, котрий формується і породжує нові фестивалні форми, не є рівномірним змішанням всіх існуючих етносів, культур і політичних інститутів із запозиченням в кожного щонайкращого й включенням його в загальну цілісність. Надалі, при відсутності протилежно спрямованих зусиль процеси зазвичай йдуть у бік стирання відмінностей між частинами. Компоненти стають однаковими і вся система – гомогенною. Саме такий характер набуває зараз взаємодія людей на планеті, що змушує говорити про глобалізм. Свято, у свою чергу, подібно дзеркалу, котре завжди відображає ту історичну епоху, в яку живуть ті, хто святкує. Зміна способу життя й цінностей суспільства накладає відбиток на нього. Воно змінюється, трансформується, частина свят втрачає свою значимість, з'являються нові форми. «Новий світовий порядок» є результатом розвитку ліберально-ринкової демократії, – зауважує Ф. Мюре, незгодні з цим розглядаються як консерватори, які стоять на узбіччі цивілізаційного процесу, його «ізгої». Відтак тим, хто бажає зберегти традиції своєї культури й неринковий, неліберальний спосіб життя, закидають спротив щодо «волі історії». Вторує в унісон французькому мислителю російський дослідник В. О. Кутирев зауважуючи, що «якби існувала червона книга культур, які гинуть, вона була б дуже товстою, а незабаром її можливо доведеться здати в архів, через те, що заносити туди більше нема чого» [4, 69]. На Землі залишається одна-єдина, глобальна, сучасна, шкода, не культура, а цивілізація. Бо ще Х. Ортега-і-Гасет зауважував щодо європейської цивілізації, котра «автоматично витворила бунт мас», що з одного боку, вона є позитивним явищем щодо неймовірного зросту можливостей сучасного життя, а з іншого – негативним, бо продукує «докорінну деморалізацію людства» [8, 91].

На думку французького сучасника Ф. Мюре, сьогоднішня цивілізація є нічим іншим як гіперфестивальним світом. Останній постає світом, де вже не існує святкових днів. Водночас це світ, в якому не залишилося місця святковому настрою, коли людина заради задоволення витончується в жартах, бешкетних витівках, глузуваннях, нісенітницях, різних проявах духу незвичайності, а почасти й незвольності. В гіперфестивальному світі будь-який жарт як ніколи пильно стереже шуліка моральності. Теперішнє існування треба полюбити беззастережно, і невдовзі вже, мабуть, не можна буде посміятися навіть над самими собою. Люди в гіперфестивальному суспільстві не сміються, бо це світ, в якому не має часу на жарти, дотепність, гостроту, тут завжди відбувається боротьба проти стількох речей відразу, що вже й потреби немає уточнювати, з ким і за що йде боротьба.

Проведення новостворених свят, що набувають дедалі гігантських масштабів, постає трудовою діяльністю нашої епохи та її основним відкриттям. Ця активна фестивалізація має лише віддалену подібність зі святами минулих часів або з дозвіллям нашого недавнього минулого. Класичне народне свято, прив'язане до певної дати, а також домашнє свято, відтепер розчинилися в глобальному святкуванні як гайнуванні часу, що невпинно змінює поведінку людей і навколишнє середовище. Свято припинило протиставлятися повсякденному життю, суперечити йому: відтепер воно – сама повсякденність, вся повсякденність і ніщо, окрім повсякденності. Свято та будні втратили виразність, і відтепер вся трудова діяльність людей постане ультимативною турботою щодо створення ілюзії відмінності між ними.

Сучасне свято наслідувальне й другорядне стосовно подій, що відбуваються в дійсності. Якщо звернутися до сприйняття свята давньою людиною, то це повнота і всечасність. І сама людина, беручи участь в святковому дійстві, перетворювалась і переходила в інший модус буття. Саме такий характер традиційного свята, котре відображало період кульмінаційної зустрічі в сакральному часі з чимось (кимось) священним. Лише під час святкування естетичний суб'єкт здатен зняти діалектичний дисонанс між повсякденним життям та піднесеністю, здобути раціоналізований і чуттєвий досвід прагнення до ідеалу, де свято виступає втіленням цього ідеалу, а святкова екзистенція – одна з найвищих цінностей. Унаслідок святкового світовідчуття та світоосягнення особистість-суб'єкт, котрий святкує, переживаючи торжество як головний зміст святкового хроносу, не стільки зазнає чуттєвих задоволень, скільки відчуває потребу в осмисленні комплексу почуттів, що відбувається у формі сакрального, як піднесеного моменту в повсякденному бутті. Почуття радості, що виникає при цьому, постає набуттям сенсу життя та внутрішнього хронотопу святкування. Останнє інтегрує сенс, почуття, розум і волю в єдність свята й людини, що очищує й перетворює внутрішній світ, обумовлюючи урочисте перетворення людини на людину-свято.

Свято – це часовий відрізок, який є подією, тобто вихід за межі повсякденності, зв'язок сакрального й профанного світів, змістів, які б поєднували в єдиній дії всіх учасників події. Традиційне свято засноване на події та виступає як різновид соціального інституту, утримує систему чітких норм і правил, які регулюються кодами святкового ритуалу і визначають межі допустимого і не допустимого. На відміну від традиційного свята виникає «псевдосвято» чи сурогат-свято, такий собі симулякр свята, котрий заснований на штучно створеній «псевдоподії», що розкривається в сконструйованому міфі, який реалізується у святковому ритуалі учасниками, тимчасово включеними в «псевдоподію» за допомогою механізму гри.

Гіперфестивну ідеологію іншими словами можна назвати фестивізмом. Ф. Мюре посилається на Х. Борхеса, котрий написав про номіналізм, що алегорично можна пов'язати з фестивізмом: «Номіналізм, що був колись досягненням одиниць, сьогодні охоплює весь світ, його перемога настільки міцна й всеосяжна, що саме ім'я його втратило сенс. Ніхто вже не оголошує себе номіналістом, тому що ніхто вже не може бути кимось іншим». І далі Ф. Мюре додає, що «тріумф гіперфестивізму, в перспективі веде до нівелювання особистості – це тріумф реалізму (як протилежності номіналізму) неонеоплатонічного і алегоричного змістів, повернення до абстракції, проти чого безуспішно бореться номіналізм (і ця боротьба, Борхес уточнює, – бачите, все логічно, – призводить до появи роману)» [7, 232]. Наше повернення до абстракції вже не потребує обґрунтувань. Воно стало повсякденною практикою. Ніщо не удостоюється похвали, якщо це не можна прив'язати до пишних святкувань нової епохи.

Колишні принципи диференціації, які постають необхідною умовою навіть для мінімальної роботи критичної думки, розчиняються в святі гіперфестивної ери. Зникає навіть людська мова, що-правда непомітно. Сьогодні не мати потреби у словах виявляється гідністю, хоча не так давно, до остаточної перемоги фестивізму, у відмові від живого слова побачили б тривожний симптом повернення до тваринного стану. Але тепер це повернення вже пізно діагностувати: воно йде повним ходом, і дедалі менше людей висловлюють своє обурення з цього приводу.

Гіперфестивна система, невпинно піклується про мораль, з недовірою ставиться до живої мови, оскільки ніяк не піддається контролю, може нести брехню або принаймні звучати двозначно. Надзвичайно цікавим є той факт, що стан фестивістності вважається верхом блаженства, оскільки він супроводжується стиранням відмінностей. Звернемося вкотре до Ф. Мюре, котрий цитував одного любителя, що з жалем згадував про «легендарні» часи «Паласу», де «зникали соціальні, сексуальні й расові бар'єри та був винайдений новий критерій приналежності до цієї спільноти, яка відмовилася від фетишів» [7, 230]. Свято потрібне для того, щоб знищити всі суперечності, все розбіжності... Хомо фестивістус безмірно гордий тим, що він рухається в єдиному умиротвореному потоці, де можна розрізнити обличчя, в якомусь космічному континуумі світу й любові, від якого короткий історичний період розвитку людства відділив нас на досить недовгий час. Жак Ланг в недалекому минулому закликав влаштувати французький техно-парад і як останній аргумент вигукував, що «це могло б стати початком нової загальності, загальності поезії, мистецтва, терпимості, яка витіснила б загальність війни, насильства та репресії». Уся ця багатослівна і безбарвна демагогія не має ні найменшого зв'язку з реальністю. Пропагандистам гіперфестивної ери близький і дорогий світ сновидінь, котрий приносить їм велику вигоду, а все інше їх не хвилює. Їх не дивує зникнення реального світу і конкретної людини. Навпаки, їх це радує. ... Ніби з них зняли якесь древнє закляття» [7, 233].

Традиційне свято має систему чітких норм і правил, які регулюються кодами святкового ритуалу та визначають межі допустимого й неприпустимого. Коди діляться на дві групи: обов'язкові

(подієво-акційні, просторово-часові, рольові, комунікативні, емоційні, ігрові), поза яких неможлива реалізація святкової події, і додаткові (кольорово-світлові, музичні, атрибутивні, спортивні, кулінарні), які допомагають посилити емоційний вплив на учасників святкової події.

Наукова новизна. Свято безперестанку розвивається і, найголовніше, трансформується. Воно вбирає в себе всі особливості кожної історичної епохи й певною мірою підлаштовується під неї. Його особливість полягає в тому, що воно не «ламається», а лише плавно приймає необхідне положення, залишаючись гармонійним всередині свого часу та його дзеркальним відображенням. Традиційне свято сьогодні втратило сакральний зміст, натомість характерним для нього, як зауважувалося раніше в розвідці стали видовищність і розважальність. Багато смислів святкового ритуалу полегшилися чи то замінилися новими, однак сама ритуально-ігрова дія максимально збереглася.

Важливим елементом святкового ритуалу є подія і «псевдоподія». Святкова подія – це співбуття двох і більше індивідуумів, груп, роду, засноване на загальноприйнятому міфі, який розгортається в сакральному просторі-часі. Розкриття події та «псевдоподії» здійснюється через міф. Міф, який не підлягає сумніву щодо основи свята, дозволяє зробити святкове співбуття традиційним, оскільки останнє конституювалось частиною виробничого життєвого циклу людей. Щодо сучасного свята – це, перш за все, споживацька стратегія, викликана маркетизацією сучасної культури. Потреба у споживанні постає основоположною. Відповідно на основі «псевдоподії» формується феномен «псевдосвята» – симулякр, завдяки якому псевдожиття (спектакль, уявлення) реалізується на підмостках сцени, а не всередині самого життя.

Сьогодні до таких форм можна віднести: акції, хепенінг, флеш-моби тощо. Найбільш репрезентативною формою є перформанс, який не вимагає тривалої й масштабної підготовки, рухливий у своєму вираженні. Привабливість перформансу створює театральну виставу, іншими словами, в межах суспільства споживання – шоу. З моменту проведення першого перформансу форма зазнала певних змін. Він, як і раніше протікає за заздалегідь прописаним сценарієм, однак з включенням в цю форму ігрового компоненту, що є механізмом залучення в перформанс глядача, зближується з традиційною культурою свята, так як дозволяє і надає глядачам певного роду свободу вибору дій і ролі, що в первинній формі перформансу були відсутніми. Перформанс - свого роду результат дійсності, «готовий продукт», який сам собою є впливом на дійсність. Отже, перформанс, з одного боку, як спосіб створення святкової «псевдоподії», дає можливість видовища, розваги. З іншого, укладаючи в собі ритуально-ігрову основу, за допомогою якої як глядач, так і перформер включаються в першоподію, несе в собі (в дещо прихованому вигляді) зв'язок з сакральним світом.

Ринкова економіка привчає людину мислити виключно економічними категоріями, відносини, сім'я, робота, майбутнє дітей, дозвілля тощо, за словами Ж. Бодріяра, що має «фалічну мінову вартість» [1, 196]. У межах цих структур «бажання втрачає свою абсолютність (якою воно володіє, коли ґрунтується на неповноті та зяянні одного партнера поруч з іншим) і стає предметом угоди, обміну фалічними знаками й цінностями, вирівняними за загальною фалічною еквівалентністю: кожен з партнерів діє згідно з договором, розмінюючи своє задоволення під час фалічного накопичення, – зразкова ситуація політичної економії бажання» [1, 196]. Мораллю політичної економії, зразком якої постає етична програма Бенджаміна Франкліна – є праця, тверезість, нажива, культ утилітаризму, врівноваженості, стриманості та скромності. Г. Костіна, цитуючи Б. Франкліна, підтверджує це: «Якщо ти навчився витратити менше, ніж становлять твої доходи, ти володієш філософським каменем» [3, 302]. Тут надлишкове споживання, властиве дворянству, виявляється неприпустимим і змінюється ощадливістю, а все, що пов'язане з людиною і з чим пов'язане її життя, навіть час, отримує здатність бути конвертованим, себто мати грошовий еквівалент. Настільки применшено культивується у людини власне життя – щастя, задоволення, захоплення, любов, – тим більшою постає її складова відчуження, наскільки нікчемним постає буття – тим істотніше капітал, що стає еквівалентом цінності людини.

Мабуть, у сучасному суспільстві відносини даного типу є переважаючими, про що свідчать численні визнання, бодай навіть інсценовані, лейтмотивом яких стає туга за благополуччям, досягти якого можна за допомогою втрати суб'єктивності й перетворенням на товар. Ці стереотипи, які представляються і одночасно відображаються рекламою, яка візуалізує цей ідеальний світ достатку, засобами масової інформації у вигляді теле- й радіорепортажів зі світських тусовок, ілюстрованими тижневиками з їх інтерв'ю й «біографіями успіху», на сьогодні є, безумовно, пануючими.

Сучасна дослідниця Г. В. Костіна у своїй розвідці диференціює подібне явище як буржуазний ідеал, де щастя елімінується достатком, «де будинок – це площа, євроремонт, знахідки дизайнера, зимовий сад; чоловік – успішний, впевнений у собі, центр домівки, порядок і закон; жінка – домогосподарка, миловидна, добра мати; діти – здорові, радісні, розумні, талановиті; батьки проживають за

межами дому (своїх дітей), але оточені турботою; домашні тварини – створюють затишок і високопородні – виступають як знак престижу» [2, 243]. Проте варто зауважити, що формування цього, за суттю, міщанського ідеалу пов'язано не стільки зі зміною в Україні типу економічного розвитку та формуванням класу нової буржуазії, скільки з реабілітацією повсякденності, генетично обумовленою повстанням мас і демократизацією культури, що постає сьогодні переважно в масовому варіанті. Це і є фестивацією життя, гіперфестивною ідеологією, де саме масова культура стає основною культурною формою, відповідною економіці споживання і демонструє те, що ще в 70-ті роки ХХ ст. стосовно західного суспільства було охарактеризовано Філіпом Слейтером як народження «нової свідомості», що виходить з економіки достатку, як те, що змінює старе, базується на економіці стриманості. Внутрішню логіку колишньої культурної парадигми з її високою оцінкою стриманості й здатності відкладати задоволення потреб, змінює інша, де велика кількість потреб і прагнення їх задоволення розглядаються як неодмінний атрибут сучасної людини.

Сучасна «революція споживання», що досягла свого апогею на Заході до кінця 60-х рр. ХХ ст., в Україні почала стрімко розгортатися кілька десятиліть назад, формуючи та відстоюючи ціннісні установки класу нової буржуазії. При цьому основою саморегулювання сучасної цивілізації стає кровне споріднення, не буржуазні відносини, що пригнічують потреби більшості, але формування «репресивних», за Г. Маркузе, потреб, які виступають у відношенні до людини як невмотивовані чи то помилкові. «Досягаючи цієї точки, панування під маскою достатку і свобод поширюється на всі сфери приватного і публічного існування, інтегрує всяку справжню опозицію і поглинає всі альтернативи» [6, 25]. При цьому стає очевидним «політичний характер технологічної раціональності як основного засобу удосконалення панування, що створює цілком тоталітарний універсум, в якому суспільство й природа, тіло й душа утримуються у стані постійної мобілізації для захисту цього універсуму» [6, 25].

Висновки. Періодичні кризи свят, святкових форм, пов'язані з періодичними кризами цінностей суспільства. Масова культура виступає як «техніка виробництва істини», представляючи визнання як досконалу форму втілення прихованих бажань і прагнень, саме ця владна процедура стає тим механізмом маніпуляції свідомістю, який найбільшою мірою відповідає вимогам цивілізації. Сучасна влада, яка функціонує сьогодні не в межах закону, а в межах поліморфних технік управління людьми, є найбільш універсальною. Зміна колективного буття людей знаходить відображення у святковій культурі, але це анітрохи не зменшує потреби людей у святах. Гонитва суспільства за подіями, перетворила їх у «псевдоподії», породила форми, позбавлені глибинного життєвого сенсу, залишивши їм переважно видовишно-розважальний характер. Відтак, сучасне свято стало явищем штучним. Не маючи в собі історичної, традиційної компоненти, воно укладає свою цінність безпосередньо в самій дії. Воно цінне саме в ту хвилину, в яку програється. Святковий симулякр зберігає у своїй основі ритуально-ігрову діяльність і шукає для свого втілення дедалі новіші форми.

Отже, свято, з огляду на появу нових видів мистецтв, появи тих чи інших соціальних особливостей, зміни історичного часу, вбирає в себе найяскравіші, найважливіші моменти, трансформуючись в ту модель, яка найбільш актуальна для суспільства. Саме фестивація і постає репрезентативною формою сучасного свята.

Література

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М.: «Добросвет», 2000. – 387 с.
2. Костина А. В. Эстетика рекламы / А. В. Костина. – М.: Институт молодежи, 2000. – 306 с.
3. Костина А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества / А. В. Костина. – Изд. 3-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2006. – 352 с.
4. Кутырков В. А. Последнее целование. Человек как традиция / В. А. Кутырков. – СПб.: «Алетейя», 2015. – 312 с.
5. Маслова В. А. Homo lingualis в культуре: Монография / В. Маслова. – М.: Гнозис, 2007. – 320 с.
6. Маркузе Г. Одномерный человек / Г. Маркузе. – М.: «Refl-book», 1994. – 368 с.
7. Мюрэ Ф. После Истории. Фрагменты книги / Философия. Философские проблемы духовной жизни. - Литература Европы 20 в. [Текст] / Ф. Мюрэ / Пер. с фр. Н. Кулиш // Иностранная литература. 2001. – № 4. – С. 224–241.
8. Ортега-и-Гасет Х. Бунт мас. / Х. Ортега-и-Гасет. Вибрані твори / Перекл. з іспанської В. Бургардта, В. Сахна, О. Товстенко – К.: Основи, 1994. – С. 73.

9. Thompson J. B. Ideology and Modern Culture. Critics Social Theory in the Era of Mass Communication. – Oxford: Polity Pr., 1990. – 376 p.

References

1. Baudrillard, J. (2000). Symbol exchange and Death. Moscow: «Dobrosvet» [in Russian].
2. Kostina, A. V. (2000). Aesthetics of Advertising. Moscow: Institut molodezhi [in Russian].
3. Kostina, A. V. (2006). Mass culture as phenomenon of Post-industrial society. Moscow: KomKniga [in Russian].
4. Kutyrov, V. A. (2015). Last kissing. Man as a tradition. Saint Petersburg: «Aleteyya» [in Russian].
5. Maslova, V. A. (2007). Homo lingualis in culture. Moscow: Gnozis [in Russian].
6. Marcuse, H. (1994). One dimensional man. Moscow: «Refl-book» [in Russian].
7. Myure, F. (2001). After history. Fragments of the book. Philosophy. Philosophical problems of the spirit life. Literatura Yevropy, 4, 224-241 [in Russian].
8. Ortega-y-Gasset J. (1994). Rebellion of masses. Bunt mas. (V. Burghardta, V. Sakhna, O. Tovstenko Trans.). Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].
9. Thompson, J. B. (1990). Ideology and Modern Culture. Critics Social Theory in the Era of Mass Communication. – Oxford: Polity Pr. [in English].

УДК 792.3

*Гайдукевич Катерина Анатоліївна,
кандидат культурології, викладач кафедри
культурно-дозвілєвої діяльності
Київського національного університету
культури і мистецтв
gajdykevich@ukr.net*

ОСОБЛИВОСТІ МИСТЕЦТВА КОНФЕРАНСУ В ПРАКТИЦІ МЕНЕДЖЕРА ДОЗВІЛЛЯ

Метою роботи є визначення особливостей мистецтва конференсу як невід’ємних складових професійного зростання менеджера дозвілля в культурно-дозвілєвій сфері. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні історико-логічного та компаративного методів, що забезпечують належний аналіз, порівняння, співставлення та тлумачення наукових текстів щодо передумов становлення конференсу та специфіки використання його різних видів у дозвілєвій сфері. **Наукова новизна** полягає у розширенні уявлень про специфіку роботи ведучого-конференсє у сфері дозвілля. Аналіз розвитку мистецтва конференсу, його структури та характеристик дає можливість усвідомити особливості професії конференсє в сучасному суспільстві, а також визначити перспективи її розвитку. **Висновки.** Враховуючи особливості мистецтва конференсу в практиці менеджера дозвілля, можна навчитися не лише правильно вибудовувати культурно-дозвілєву програму, але й професійно використовувати різноманітні вміння і навички у процесі її реалізації.

Ключові слова: конференс, ведучий, конференсє, специфіка конференсу, сольний конференс, парний конференс, театралізований конференс, структура конференсу, завдання конференсу.

Гайдукевич Катерина Анатоліївна, кандидат культурології, преподаватель кафедры культурно - досуговой деятельности Киевского национального университета культуры и искусств

Особенности искусства конференса в практике менеджера досуга

Целью работы является определение особенностей искусства конференса как неотъемлемых составляющих профессионального роста менеджера досуга в культурно-досуговой сфере. **Методология** исследования заключается в применении историко-логического и сравнительного методов, обеспечивающих надлежащий анализ, сравнение, сопоставление и толкование научных текстов об условиях становления конференса и специфике использования его различных видов в досуговой сфере. **Научная новизна** заключается в расширении представлений о специфике работы ведущего-конференсє в сфере досуга. Анализ развития искусства конференса, его структуры и характеристик, дает возможность осознать особенности профессии конференсє в современном обществе, а также определить перспективы ее развития. **Выводы.** Учитывая особенности искусства конференса в практике менеджера досуга, можно научиться не только правильно выстраивать культурно-досуговую программу, но и профессионально использовать различные умения и навыки в процессе ее реализации.

Ключевые слова: конференс, ведущий, конференсє, специфика конференса, сольный конференс, парный конференс, театралізованный конференс, структура конференса, задачи конференса.