

3. *Dering F.* Oktoberfest 1810-2010 / F. Dering, U. Eymold. – München: 2010. – 263 s.
4. *Ibidem*
5. *Ibidem*
6. *Ibidem*
7. *Deutschland.* – *WWW Baedeker. com.* München: 2014. – 921 s.
8. *Jonas Bruno.* Gebrauchsanweisung für Bayern / Br. Jonas. – München: 2006. – 248 s.
9. *Ibidem*
10. *Prümer K.* Unsere Westfälisch Heimat / K. Prümer. – Leipzig : 1909. – 542 s.

#### BAVARIAN OKTOBERFEST: TRADITIONS AND MODERNITY

**Kurochkin Oleksandr**, Doctor of Historical Sciences, Professor,  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The main stages of the history of the famous Munich Oktoberfest are traced, which has become the basis for many beer festivals. The particular attention is drawn to the formation of the beer customs, entertainments, rituals, patterns of behavior, which determine the uniqueness of the German culture of the festive communication. It is found out that during the history of two centuries the cultural program of the Oktoberfest has changed significantly, keeping pace with the scientific and technical revolution and the entertainment industry. The main criterion for the success of Oktoberfest is the number of visitors and the number of liters of beer they have drunk. There has been a steady increase in these indicators. Today, as the materials say, the former national festival is transforming into a great beer marketing event, which expands the audience of its fans every year and serves as a successful commercial example to follow in other countries.

**Key words:** Germans, Munich, beer, tradition, attraction, feast, festival, Oktoberfest.

UDC [394.2+663.4](433)

#### BAVARIAN OKTOBERFEST: TRADITIONS AND MODERNITY

**Kurochkin Oleksandr**, Doctor of Historical Sciences, Professor,  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

*The aim* of this article is to show to our reader the forms of etiquette, brewer's customs and tastes of Germans, to find out the peculiarities of German culture of holiday feast.

*The methodology of the study.* The main stages of the development of the Bavarian festival Oktoberfest are traced through a comparative analysis of the works of the contemporary German researchers and the materials of the local literature.

*Results.* Holiday tourism has become a good marketing technique and one of the priorities of the international tourist activities. Many countries, along with demonstration of the unique natural objects, monuments of culture and art, make regular great events in order to strengthen a positive tourist image: creative and sports competitions, contests, holidays, festivals. Munich, an unofficial capital of southern Germany, is a very significant in this respect, each autumn a world-known festival Oktoberfest is held there. This festival was held in 1810 for the first time in honor of the wedding of the Bavarian ruling dynasty. Its cultural program has been changing significantly for two centuries of history, keeping pace with the scientific and technical revolution and the entertainment industry. The main criterion for the success of Oktoberfest is the number of visitors and the number of liters of beer they have drunk. There has been a steady increase of these indicators. Today, as the materials say, the former national festival is transforming into a great beer marketing event.

*Novelty.* For the first time the Ukrainian reader gets detailed information about the history and typical features of the celebration of the Bavarian beer festival Oktoberfest.

*The practical significance.* Ukrainian managers and administrators of mass actions can use the article's materials in their practical activities of organizing beer festivals in our country.

**Key words:** Germans, Munich, beer, tradition, attraction, feast, festival, Oktoberfest.

Надійшла до редакції 2.11.2017 р.

УДК 316.72:351.858(045)

#### СПЕЦІАЛЬНІ ХУДОЖНІ ПОДІЇ У ПРОЦЕСАХ СТВОРЕННЯ ТА ТРАНСЛЯЦІЇ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

**Данилова Вікторія Євгенівна**, аспірантка,  
Харківська державна академія культури, м. Харків  
Delo.sl4aya@gmail.com

Виявлено роль «спеціальних художніх подій» як інструменту формування та розвитку національної культурної й особистої ідентичності. Досліджено значення «спеціальних художніх подій» у розвитку

мультикультуризму, процесі екологізації культури. Проаналізована сфера застосування «спеціальних художніх подій» при формуванні іміджу країни, міста, історичної місцевості. Висвітлено значення «спеціальної художньої події» як інструменту просування об'єктів культури та культурного обміну.

**Ключові слова:** «спеціальна художня подія», національна ідентичність, культурна ідентичність.

*Постановка проблеми.* Розвиток посткласичної культури сприяє трансформаціям основних елементів культури: цінностей, моралі, освіти, мистецтва, науки. Незважаючи на бурхливий розвиток технічного прогресу, людина шукає точки опори не в раціональних системах, а в культурних течіях, які, у свою чергу, змінили соціальні й політичні рухи. Сучасне суспільство розвивається в мультикультурному просторі; належність окремого індивіда до певної культури стає питанням його особистого вибору. Кожна локальна культура містить свої ціннісні орієнтації і таким чином, відбувається дроблення суспільства й утворення спільнот на основі подібних цінностей та інтересів. У процесі створення і трансляції культури значна роль належить «спеціальним художнім подіям», за допомогою яких відбувається запуск у публічне поле культури різних дискурсів, сповнених ідей та смислів, характерних для локальних і глобальних спільнот.

*Аналіз останніх досліджень.* Принципи організації й сутнісні характеристики «спеціальних художніх подій» розглядаються в дослідженнях У. Хальцбаура [9], Б. Шмітта [13], Г. Голдблатта [16]. Організація спеціальних художніх подій представлена як вид інтегрованих маркетингових комунікацій у працях А. Романцова [6], А. Назімко [5]. Як інструмент формування іміджу території, «спеціальні художні події» досліджені в праці М. Терських та М. Стручинської [7]. Утім, у вищезазначених розвідках не виявлена роль «спеціальних художніх подій» у процесах створення і трансформації сучасної культури.

*Мета статті:* визначити сферу застосування «спеціальних художніх подій» у сучасній культурі, окресливши їх як культуротворчу технологію, що набуває значного поширення в умовах розвитку посткласичної культури.

*Виклад матеріалу дослідження.* Метою створення «спеціальної художньої події» є об'єднання груп людей, упровадження нових та підтримка усталених ціннісних настанов. Тобто «спеціальна художня подія» не може бути організована виключно з естетичних міркувань, не може являти цінність сама по собі у відриві від інформаційно-емоційного змісту, закладеного в ньому. «Спеціальні художні події» містять значний творчий потенціал; вони можуть використовуватися як інструмент для побудови діалогу між соціальними і культурними групами, для створення єдиних глобальних спільнот на підставі загальних аксіологічних орієнтирів.

Відзначимо, що емоційно-інформаційний заряд, закладений у такій події може бути як конструктивним, соціально спрямованим, так і деструктивним, спрямованим на створення контркультурних спільнот. Ініціаторами «спеціальної художньої події» можуть бути культурне, державне, релігійне об'єднання, комерційна і некомерційна структура, спільнота, об'єднана за будь-яким принципом на загальних аксіологічних підставах, а також окрема людина.

Утворення нових подій, їх визнання громадськістю свідчить про актуальність цінностей і ідей, необхідність просування нових смислів, здатних трансформувати культуру. За останнє десятиліття міжнародний календар свят поповнився сотнями подій, серед яких «Міжнародний день Землі», «Міжнародний день музики», «Міжнародний день «Дякую»», «Міжнародний день обіймів», «Всесвітній день сну» тощо. Такі події відображають актуальну культурну та соціальну проблематику сучасного суспільства (екологія, здоровий спосіб життя, загальнолюдські цінності). Тож Спеціальна художня подія» здатна охопити значні аудиторії у світі завдяки використанню глобальної мережі Інтернет. Йдеться не лише про трансляцію події, як у випадку з телебаченням, а про можливість живої участі (через створення фото, відео, аудіоматеріалу, написання текстів, що відображають ідею події через особисте ставлення до неї). Таким чином, збільшується охоплення аудиторії, швидкість трансляції різних ідей, зростає ефективність їх упровадження.

Ще одна причина стрімкого поширення ідей, закладених у «спеціальних подіях», – принцип дії, заснований на емоційній, а не раціональній, інформаційній складовій. Символічне, невербальне розкриття ідейної складової є найпродуктивнішим інструментом впливу і побудови взаємодії з широкими аудиторіями. Оскільки «спеціальні художні події» нині є потужним, дієвим інструментом просування ідей і формування цінностей, важливо використовувати їх потенціал для конструювання й упровадження в культуру соціально значущих ціннісних та світоглядних орієнтирів. Сфера їх застосування поширюється на все поле культури. Для підтвердження цього розглянемо найважливіші аспекти соціокультурного життя, в яких виявляються «спеціальні художні події».

Проаналізуємо їх як інструмент формування та розвитку національної ідентичності, збереження культурної ідентичності. «Ідентичність означає тотожність, співвіднесення одного суб'єкта з іншими;

вона є результатом процесу ідентифікації, стійкістю індивідуальних, соціокультурних, національних і цивілізаційних параметрів, їх самототожністю» [1; 46]. Саме відчуття належності, співвіднесення зі спільнотою людей, що розділяє ті ж цінності, надає особистості можливості відчуття себе частиною великого цілого, таким чином знайти почуття захищеності, сім'ї. Приймаючи суспільні цінності і норми як особисті, людина починає ідентифікувати себе з цією спільнотою та її культурою.

В умовах глобалізації проблема збереження національної ідентичності набула актуальності для більшості розвинених країн. Позначення цінностей, чітке, нагальне нині формулювання національної ідеї, формування та популяризація національного світогляду – завдання, що з 1991 р. є актуальними для України. «Національно-культурна ідентичність проявляється як спільність «картини світу», почуття належності до єдиного історико-культурного базису. Потреба в належності є однією з базових у структурі особистості» [14].

Найважливіша мета держави – створення духовної єдності, як підстави національної ідентичності. У здійсненні цієї мети значної ролі набувають «спеціальні художні події» як інструмент для трансляції цінностей, упровадження ідей, установлення емоційного зв'язку між державою і громадянами. Велике значення в цьому разі має загальна державна стратегія, у межах якої організуються такі події. Так, в Україні в межах державної культурної політики в останні роки значно посилюється процес декомунізації, під час якого Український інститут національної пам'яті запропонував програму з внесення змін до святкового календаря. День Перемоги має стати Днем пам'яті і примирення та відзначатися 8 травня, як у більшості європейських країн, а Міжнародний жіночий день повинен бути позбавлений статусу вихідного і стати Днем боротьби за права жінок.

Таких прикладів можна навести чимало, але необхідне розуміння того, що перейменування свят саме по собі не дасть жодних результатів. Для закріплення нової ідеології, культурної трансформації нації, упровадження в суспільну свідомість нових орієнтирів необхідні створення і подальша інституалізація «спеціальних художніх подій», що відображають нові, актуальні ідеї. Основою цих подій можуть бути як нові або видозмінені старі свята, так і інший привід – навіть штучно створені. Адже головне їх завдання – просування ідеї, а не розкриття тематичного ядра свята, що є її основою. Необхідно відзначити: «спеціальні художні події», спрямовані на просування політичної ідеології, мало ефективні. У новій концепції побудови цієї стратегії необхідно наголосити на національній культурі й історії, а також загальнолюдських цінностях, що популяризуються світовою спільнотою (здоровий спосіб життя, турбота про навколишнє середовище, благодійність, індивідуальна творча й інтелектуальна цінність кожної людини). «Спеціальні художні події» досягнуть мети лише в тому разі, якщо їхня ідея засновуватиметься на визначених національним співтовариством цінностях, укорінених в етнічній своєрідності та національній історії народу, загальних пережитих історичних подіях. Культурні цінності народу і національна ідея зосереджуються в головному святі країни; для США – це День незалежності, для Франції – День взяття Бастилії та ін. І хоча в нашій країні з 1992 р. відзначається день Незалежності України, це свято ще не встигло стати народно улюбленим. Причина не лише в радянському минулому і в регіональних відмінностях культур, а також способах його просування. Лише в останні роки на основі ідеї Дня Незалежності України в країні стали створювати «спеціальні художні події»: «Vyshyvanka Run» (забіг у вишиванках), «Живий ланцюг» – акція, під час якої жителі України, взявшись за руки, створюють ланцюг, що символізує єдність України і братство всіх її жителів, «Автопробіг патріотів», що набув значного поширення в усіх містах України. Наведені приклади, звичайно, не розкривають увесь потенціал «спеціальних художніх подій» і, порівняно зі світовою практикою, де «спеціальні художні події» протягом часу широко застосовуються як інструмент популяризації національної культури і просування ідей, Україна лише починає освоювати цей інструмент емоційного впливу на громадськість.

Одним із численних прикладів світової практики може стати «спеціальна художня подія» «Remote X», утілена у формі вистави-променаду. Ця «спеціальна художня подія» регулярно відбувається в багатьох великих містах Європи й Америки, серед яких Авіньйон, Берлін, Нью-Йорк, Антверпен, Лісабон та ін. Це своєрідна аудіоекскурсія містом, учасники якої постійно проживають певні ролі, стаючи перформерами, або ж як глядачі спостерігають за сценами з життя міста. Ця «спеціальна художня подія» занурює людину в культуру міста через зв'язок з особистими внутрішніми переживаннями і відчуттями. Під час запропонованих дій учасники проходять через глибоке внутрішнє осмислення ідей, закладених у кожному епізоді незвичайної екскурсії. Незважаючи на те, що кожен учасник слухає вказівки голосу-екскурсовода і працює зі своїми внутрішніми відчуттями, ця «спеціальна художня подія» також виконує соціалізуючу, консолідує функції, тому її ефективність збільшується, якщо учасники є членами певного об'єднання, соціальної групи. У процесі означеної «спеціальної художньої події» стає зрозуміло,

наскільки впливає на членів групи поведінка окремих індивідів, чи готові вони діяти спільно, чи вільні у виборі власних дій тощо. «Спеціальна художня подія», організована за принципом «Remote X», є поліфункціональною і за правильної творчої організації може стати дієвим інструментом у просуванні національної культури, культури міста, консолідації членів окремої групи, індивідуального опрацювання ціннісних орієнтирів учасників дійства.

Значні результати в просуванні національних ідей мають подібні заходи, організовані у формі театралізованих історичних реконструкцій. У таких діях відбувається репрезентація певної історичної події, свята, обряду тощо. Використовуються справжні або ж відтворені за аналогією зі справжніми предмети побуту, одягу, зброї. Учасник такої події повністю занурюється в атмосферу епохи, стає безпосереднім учасником подій, що репрезентуються, відповідно, така дія здатна значно вразити його учасників, підвищити рівень національної самосвідомості і культурного розвитку. В Україні вже є досвід організації історичних реконструкцій. Найбільші є складовими таких дійств: історичне арт-шоу «Ніч у Луцькому замку» (м. Луцьк, Волинська обл.), етнографічний фестиваль «Маланка-фест» (м. Чернівці, Чернівецька обл.), історичний фестиваль «Середньовічний Хотин» (м. Хотин, Чернівецька обл.), історичний фестиваль «Срібний Татош» (сміт Чинадієво, Закарпатська обл.), історичний фестиваль «Porta Temporis» (м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька обл.), етнічно-мистецький фестиваль «Печенізьке поле» (Печенізьке водосховище, Харківська обл.). Проблемним є той факт, що ці явища не мають чіткої режисерської лінії, а отже і їх ідейна складова не може бути розкрита та донесена повною мірою. У діях часто переважає видовишна безідейна складова (наприклад, «лицарські бої»), а культурний потенціал цих «спеціальних художніх подій» поступається економічній доцільності (продаж їжі, сувенірів тощо).

Значний потенціал у розвитку «спеціальних художніх подій» у формі історичних реконструкцій можливо втілити лише при побудові грамотного режисерського дійства, яке розкриває національні цінності. В Україні вже є унікальні місця, де проведення подібних подій мало б найбільшу ефективність – це музеї під відкритим небом, у яких відтворено побут та архітектуру різних регіонів України. Це – музей народної архітектури та побуту «Шевченківський гай» у Львові, Національний музей народної архітектури та побуту України, більше відомий як «Музей Пирогово» в Києві. Проведення в означених місцях «спеціальних художніх подій», спрямованих на зміцнення національної ідентичності, може дати суттєві результати.

Визначимо роль «спеціальних художніх подій» у розвитку мультикультуризму. Формування мультикультурної ідентичності передбачає вихід за межі своєї культури та сприйняття інших культур, лояльне ставлення до їх цінностей і суспільних норм поведінки. У зв'язку з цим виникає проблемне поле, що містить два напрями. По-перше, збереження національної культури, право на культурну унікальність в умовах «глобалізації культурних процесів» [11]. По-друге, формування і прийняття загальних аксіологічних підстав, характерних для більшості культур. Для сучасного світу характерне змішування національних культур, спроба побудови єдиного глобального культурного співтовариства. «Втрата культурного розмаїття – очевидність і драма, яку нині переживають національні культури. З іншого боку, глобалізація сприяє формуванню уявлення про взаємопов'язаний світ, де існування різних народів і культур можливе тільки тоді, коли вони як імператив приймають принцип культурного плюралізму» [10; 61].

«Спеціальні художні події» відображають мультикультурні цінності, актуальні для більшості народів світу, можуть реалізовуватися в різних формах і масштабах. Головна складова успішної її реалізації – загальнодоступна ідея, сформульована на підставі актуальної для світової громадськості проблеми. Наприклад, «спеціальна художня подія», організована у формі акції «Я мусульманин, обійми мене», має на меті просту ідею: мусульманин – не означає терорист. Руйнування цього шаблону у свідомості людей дуже важливе для розвитку мирних відносин з арабськими народами. Серед інших можна назвати «спеціальні художні події» «Запали синім» на підтримку дітей, хворих на аутизм, «За світ без наркотиків», «Ніч музеїв», «Очистимо планету від сміття», акція «Автобус, що читає» тощо. Не має значення, чи стануть означені «спеціальні художні події» традиційними або ж відбудуться один раз, головне, що у свідомості людей залишиться їх провідна ідея. І все ж «спеціальні художні події», що втілюють глобальну ідею та реалізовані в зрозумілій і прийнятній усім формі, часто проходять процес інституціоналізації і стають традиційними. «Глобальна культура уявляється «якоюсь системою категорій, усередині котрої слід визначати культурні відмінності для взаємного визнання». Багато елементів цієї «референтної» системи вже інституціоналізовані. Наприклад, Олімпіада і Нобелівська премія. Це означає, що глобальними стають передусім ідеї» [15; 209].

Проаналізуємо роль «спеціальних художніх подій» у процесі екологізації культури. Проблема екології є глобальною для сучасного світу. Але тенденція до екологізації культури, виникнення екології культури пов'язані не лише з прагненням зменшити згубний вплив промисловості на

навколишнє середовище. Екологія культури містить усвідомлення відповідальності кожної людини за майбутнє планети, відновлення початкового глибокого зв'язку людини і природи, дбайливе ставлення до планети і досягнень загальнолюдської культури, дії, спрямовані на поліпшення екологічної ситуації, грамотне використання природних ресурсів.

А. Маршак виділяє такі причини формування глобальної екологічної культури: кінець традиційного класового суспільства; формування індивідуалізованого суспільства, заснованого на пошуках власної ідентичності; усвідомлення необхідності протистояння природи і суспільства; перетворення проблем природи на проблему людини [3]. Важливим є усвідомлення, що екологічна криза викликана не лише бурхливим розвитком технологій, а й культурною кризою, у процесі якої загублені екологічні світоглядні орієнтири. Перехід до екологічної культури надає людині можливості зберегти своє середовище проживання, а отже й самому вижити фізично і духовно. Ідеться як про екологічну й ресурсну безпеку еволюції суспільства, так і про створення розумної й ефективної системи співпраці, взаємодії Природи і Людини, адже безпосередньо від вирішення екологічного питання й залежить можливість подальшого існування людської цивілізації на Землі [12].

Мета, що об'єднує всі «спеціальні художні події», спрямована на екологізацію культури – створення «екологічно активної» людини з культуротворчим світоглядом. Така людина прагнути гармонії з природою, ототожнюватиме турботу про природу з турботою про себе і своїх близьких. Ідеться не лише про можливості дихати чистим повітрям і вживати екологічно чисті продукти, а й про можливості психологічної розрядки, виходу зі штучного середовища проживання, відпочинку, щоденного щільного інформаційного потоку через взаємодію з природою.

Кількість «спеціальних художніх подій», спрямованих на екологізацію культури, збільшується щодня, причина тому – значний відгук на проблеми навколишнього середовища жителів планети і видимі результати вирішення конкретних питань. Лише в міжнародному календарі на сьогодні засновано понад 30 днів, присвячених різним екологічним проблемам. Серед них: «День води», «День птахів», «День доквілля», «День захисту тварин», «День відмови від куріння», «День боротьби за захист озонового шару» тощо. У ці дні у світі відбуваються різні «спеціальні художні події», під час яких люди об'єднуються заради вирішення будь-яких екологічних завдань, характерних їх місцевості. Подібні заходи часто організовуються і в Україні, під час них здійснюється висадка дерев, прибирання парків, допомога тваринам тощо.

Визначимо роль «спеціальних художніх подій» у процесі формування особистої ідентичності. В умовах розвитку сучасного суспільства такі традиційні інститути, як сім'я, держава, релігія поступово втрачають функцію соціальної організації людей. Вони не можуть повною мірою забезпечити уявлення індивіда про самого себе. Їх змінюють нові соціально-культурні інститути, які є основою для соціальної ідентифікації людини. О. Крилов виділяє такі нові види ідентичності: віртуальна, корпоративна, споживча, ідентичність за стилем життя, селебріті-ідентичність [2]. Жоден із зазначених видів не може забезпечити цілісну ідентичність, але кожен із них може мати ідентичність протягом нетривалого проміжку часу, таким чином створюючи множинну ідентичність. А. Морозов визначає такий розвиток як розтікання ідентичності по горизонталі: «Розтікаючись по горизонталі, тобто перебуваючи одночасно в багатьох осередках соціальних мереж, ідентичність особистості, проте, зберігається. Можливо, головний момент полягає саме в тому, що, хоча «межі допустимого» з точки зору збереження цілісності особистості значно розширилися, ми є свідками вироблення нового каркаса ідентичності» [4]. «Спеціальні художні події» є одним із головних інструментів боротьби за «розуми і серця» людей. Корпорації мають на меті створення сильної команди, яка керується корпоративними цінностями, й орієнтованої на загальний результат. Метою цієї команди стає завоювання зовнішньої споживацької аудиторії, яка через участь у «спеціальних подіях» почне співвідносити себе з певною компанією, брендом, продуктом. Так само через «спеціальні художні події» пропагується певний стиль життя, престижність тих чи інших форм діяльності і самовираження. Таким чином у загальному інформаційному потоці на людину впливає безліч транслокальних культур. «Світ поступово перетворюється на складну мозаїку взаємопроникних транслокальних культур, які створюють нові культурні регіони, що мають мережеву структуру (наприклад, нові професійні світи, що виникли у зв'язку з поширенням комп'ютерних і телекомунікаційних мереж)» [11].

Розглянемо «спеціальні художні події» як інструмент просування об'єктів культури, культурного обміну. Створення «спеціальних художніх подій» у сфері культури підвищує інтерес до її об'єктів – пам'яток архітектури, театрів, музеїв тощо, а також популяризує національну культуру на міжнародному культурному полі. В останні роки значно зріс інтерес до міжнародних культурних «спеціальних художніх подій», що популяризують культурні об'єкти. Наприклад, міжнародні акції

«Ніч музеїв», «Бібліоніч», під час яких у певну ніч працюють бібліотеки, книжкові магазини, музеї, арт-простори, творчо презентуючи себе для відвідувачів. Так само, до міжнародної практики ввійшла традиція організації днів, тижнів, місяців, присвячених якомусь культурному феномену або культурі країни загалом. Так, 2017 р. в Україні оголошений роком Японії. Було проведено значну кількість «спеціальних художніх подій», спрямованих на популяризацію японської культури в Україні і встановлення дружніх відносин з цією країною. Таким чином, «спеціальні художні події» є ефективною технологією актуалізації, зберігання і трансляції цінностей художньої та духовної культури.

Визначимо роль «спеціальних художніх подій» у формуванні іміджу країни, міста, історичної місцевості. В умовах відкритого світу популярнішим стає туризм, який здійснюється не лише з метою відпочинку, а й з метою занурення в іншу культуру. На прикладі більшості європейських країн можна спостерігати тенденцію до універсалізації, втрати культурних особливостей. Це свідчить про потребу в ребрендингові територій, створенні нових або репрезентації старих культурних концепцій, заснованих на міфології місця, його культурних здобутках тощо. Значний потенціал наявний у напрямі, що стрімко розвивається в останні роки, що здобув назву «подієвий туризм». Тобто, ідеться про створення «спеціальної художньої події», характерної для культури означеної місцевості (основою може стати форма карнавалу, обряду, свята, заснованого на народній традиції тощо), для залучення туристичного потоку. Організована таким чином «спеціальна художня подія» здатна зібрати значну кількість учасників з усього світу, привернути увагу до своєї культури, історії, національної традиції.

Дослідивши роль «спеціальних художніх подій» у процесах створення і трансляції сучасної культури, можна дійти висновку про поширення впливу цього культуротворчого інструменту на зону культури загалом. А. Флієр позначив зону культури як територію цілеспрямованого виробництва культурних феноменів і умовно розділив їх на чотири групи: виробництво суспільства як культурної системи, виробництво людини як культурної одиниці, виробництво культурних артефактів, виробництво знання про культуру [8].

*Висновки.* Наведений вище аналіз, надає змогу констатувати, що галузь застосування «спеціальних художніх подій» поширюється на всю зону культури і відіграє значну роль у процесі створення та трансляції сучасної культури. Зважаючи на це, можна дійти висновку щодо основних напрямів впливу «спеціальних художніх подій» на сучасну культуру, серед яких слід зазначити такі.

I. Формування суспільства як культурної системи. Тут «спеціальні художні події» є засобом соціокультурної регуляції суспільства. Основна їх спрямованість – виробництво культурних цінностей і норм соціальної поведінки; формування загальнонаціонального світогляду, національної ідеї; створення, репрезентація ідеологічної бази, що відбиває культурні смисли, національні цінності.

II. Формування людини як культурної одиниці. «Спеціальні художні події» беруть участь у процесі інкультурації особистості, формуванні культури людини. Це містить: формування культурної ідентичності, співвідношення людини з нацією, розвиток мультикультурної ідентичності; формування особистої картини світу, відповідної культурним нормам та цінностям суспільства; навчання людини звичаїв і вдач, норм поведінки й самовираження, прийнятих у цьому суспільстві;

III. Виробництво культурних артефактів. «Спеціальні художні події» в цій галузі включають такі завдання: адаптація усталених або створення нових звичаїв і обрядів; виробництво художніх артефактів. Створення в процесі «спеціальної художньої події» арт-об'єктів або ж створення «спеціальної художньої події» як мистецького продукту.

IV. Формування знання про культуру. «Спеціальні художні події» в цій сфері спрямовані на підвищення обізнаності про культуру (глобальну або локальну).

З огляду на широкий спектр застосування «спеціальних художніх подій» у процесах створення та трансляції сучасної культури і їх значний вплив на поле культури, актуальним стає подальше дослідження особливостей творчої організації «спеціальних художніх подій», розкриття питання про компетентність колективу, що створює «спеціальні художні події», і про особисту відповідальність її головного творчого організатора – режисера. Останній, у свою чергу, повинен володіти не лише значними творчими навичками, а й високоморальними загальнолюдськими якостями, оскільки саме він стає відповідальним за ідеї та смисли, що надходять у публічний простір.

### Список використаної літератури

1. Дзякович Е. В. Идентичность, идентификация, инсценировка в развитии глобальных и локальных социокультурных процессов современности / Е. В. Дзякович // Обсерватория культуры. – 2010. – № 4.

2. **Крылов О. М.** Эволюция идентичностей: кризис индустриального общества и новое самосознание индивида / О. М. Крылов. – М. : Изд-во НИИБ, 2010. – 272 с.
3. **Маршак А. Л.** Глобальная экологическая культура общества как фактор формирования социальной толерантности / А. Л. Маршак // Общество и право. – 2003. – № 1. – С. 16–29.
4. **Морозов А. О.** Четвертая секуляризация / А. О. Морозов // Глобализация и столкновение идентичностей : междунар. интернет-конф. 24 февраля – 14 марта 2003 г. : сб. материалов / под ред. А. Журавского, К. Костюка. – М., 2003.
5. **Назимко А. Е.** Событийный маркетинг. Руководство для заказчиков и исполнителей / А. Е. Назимко. – М. : Вершина, 2007. – 224 с.
6. **Романцов А. Н.** Event-маркетинг. Сущность и особенности организации / А. Н. Романцов. – М. : Изд-во: Дашков и Ко, 2009. – 116 с.
7. **Терских М. В.** Специальные мероприятия как инструмент формирования имиджа территории (на примере г. Омска) / М. В. Терских, М. Е. Стручинская // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2010. – № 2 (10). – С. 19–30.
8. **Флиер А. Я.** Социальная реальность глазами культуролога / А. Я. Флиер // Культура культуры. – 2015. – № 4 (8). – С. 57–66.
9. **Хальцбаур У.** Event-менеджмент / У. Хальцбаур. – М. : Эксмо, 2007. – 384 с.
10. **Шендрик А. И.** Глобализация в системе культурологических координат / А. И. Шендрик // Знание. Понимание. Умение. – 2004. – № 1.
11. **Шейко В. М.** Культура та глобалізація: компаративістський аналіз / В. Шейко // Культурологічна думка : щорічн. наук. пр. / Акад. мистецтв України, Ін-т культурології. – Київ, 2009. – С. 73–79.
12. **Шейко В. М.** Роль екології у формуванні соціокультурних та економічних передумов стабільного розвитку світового суспільства / В. М. Шейко // Культура України : зб. наук. пр. – Харків, 2013. – Вип. 43. – С. 4–14.
13. **Шмитт Б.** Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М. : Вильямс, 2005. – 400 с.
14. **Шубин Ю. А.** Национально-культурная идентичность как проблема современной культурологии / Ю. А. Шубин // Вестн. МГУКИ. – 2011. – № 4. – С. 42–47.
15. **Breidenbach J., Zukrigl I.** Tanz der Kulturen. – Muenchen : Kunstmann, 1998.
16. **Goldblatt J.** Special artistic event: event leadership for a new world The Wiley Event Management Series. – 2002. – 528 p.

### References

1. **Dzyakovich E. V.** Identichnost. identifikatsiya. instsenirovka v razvitii globalnykh i lokalnykh sotsiokulturnykh protsessov sovremenosti / E. V. Dzyakovich // Observatoriya kultury. – 2010. – № 4.
2. **Krylov O. M.** Evolyutsiya identichnostey: krizis industrialnogo obshchestva i novoye samosoznaniye individa / O. M. Krylov. – M. : Izdatelstvo NIB, 2010. – 272 s.
3. **Marshak A. L.** Globalnaya ekologicheskaya kultura obshchestva kak faktor formirovaniya sotsialnoy tolerantnosti / A. L. Marshak // Obshchestvo i pravo. – 2003. – № 1. – S. 16–29.
4. **Morozov A. O.** Chetvertaya sekulyarizatsiya / A. O. Morozov // Globalizatsiya i stolknoveniye identichnostey : mezhdunar. internet-konf. 24 fevralya – 14 marta 2003 g. : sb. materialov / pod red. A. Zhuravskogo, K. Kostyuka. – M., 2003.
5. **Nazimko A. E.** Sobytiynny marketing. Rukovodstvo dlya zakazchikov i ispolniteley / A. E. Nazimko. – M. : Vershina, 2007. – 224 s.
6. **Romantsov A. N.** Event-marketing. Sushchnost i osobennosti organizatsii / A. N. Romantsov. – M. : Izd-vo: Dashkov i Ko, 2009. – 116 s.
7. **Terskih M. V.** Spetsialnyye meropriyatiya kak instrument formirovaniya imidzha territorii (na primere g. Omska) / M. V. Terskih. M. E. Strukchinskaya // Almanakh teoreticheskikh i prikladnykh issledovaniy reklamy. – 2010. – №2 (10). – S. 19–30.
8. **Fliyer A. Ya.** Sotsialnaya realnost glazami kulturologa / A. Y. Fliyer // Kultura kultury. – 2015. – № 4 (8). – S. 57–66.
9. **Khalsbaur U.** Event-menedzhment / U. Khalsbaur. – M. : Eksmo, 2007. – 384 s.
10. **Shendrik A. I.** Globalizatsiya v sisteme kulturologicheskikh koordinat / A. I. Shendrik // Znaniye. Ponimaniye. Umeniye. – 2004. – № 1.
11. **Sheiko V. M.** Kultura ta hlobalizatsiia: komparatyvistyskiy analiz / Vasyl Sheiko // Kulturolohichna dumka : shchorichn. nauk. pr. / Akad. mystetstv Ukrainy, In-t kulturolohii. – Kyiv, 2009. – С. 73–79.
12. **Sheiko V. M.** Rol ekolohii u formuvanni sotsiokulturnykh ta ekonomichnykh peredumov stabilnoho rozvytku svitovoho suspilstva / V. M. Sheiko // Kultura Ukrainy : zb. nauk. pr. / M-vo kultury Ukrainy, Kharkiv. derzh. akad. kultury. – Kharkiv, 2013. – Vyp. 43. – С. 4–14.
13. **Shmitt B.** Biznes v stile shou. Marketing v kulture vpechatleniy / B. Shmitt, D. Rodzhers, K. Vrotsos. – M. : Viliams, 2005. – 400 s.
14. **Shubin Yu. A.** Natsionalno-kulturnaya identichnost kak problema sovremennoy kulturologii / Yuriy Aleksandrovich Shubin // Vestn. MGUKI. – 2011. – № 4. – S. 42–47.

15. *Breidenbach J., Zukrigl I.* Tanz der Kulturen. – Muenchen : Kunstmann, 1998.
16. *Goldblatt J.* Special artistic event: event leadership for a new world The Wiley Event Management Series. – 2002. – 528 p.

#### ROLE OF «SPECIAL ARTISTIC EVENTS» IN PROCESS OF CREATION AND BROADCASTING OF CONTEMPORARY CULTURE

**Danylova Viktoriia**, postgraduate student,  
Kharkiv State Academy of Culture,  
Kharkiv

The paper reveals the role of «special artistic events» as an instrument for the development of national, cultural and personal identity. The author explores the significance of «special artistic event» in the development of multiculturalism, in the process of ecologization of culture. This study analyzes the technology of the use of «special artistic event» in forming of the image of the country, a city, historical area. The author highlights the significance of the «special artistic event» as a tool for the promotion of cultural objects and cultural exchange.

**Key words:** special artistic event, national identity, cultural identity.

UDC 316.72:351.858(045)

#### ROLE OF «SPECIAL ARTISTIC EVENTS» IN PROCESS OF CREATION AND BROADCASTING OF CONTEMPORARY CULTURE

**Danylova Viktoriia**, postgraduate student,  
Kharkiv State Academy of Culture,  
Kharkiv

*The aim of the article* is to determine the scope of «special artistic events» in the contemporary culture, to highlight a «special artistic event» as a cultural creative technology, which is becoming widespread in the development of postclassical culture, and to study the role of «special artistic event» in the modern process of functioning of global and local cultures.

**Research Methodology.** The study is based on the method of terminological analysis to reveal the essence of the concepts during the research, the philosophical and cultural method whereby a «special artistic event» is considered as a cultural creative category of modern time. The methods of analysis and synthesis to comprehend the role of «special artistic event» in the processes of the creation and broadcasting of contemporary culture are used. The use of structural and comparative methods made it possible to reveal the mainstream of the application of «special artistic event» in the processes of creating contemporary global and local cultures.

**Results.** The study has demonstrated the main areas in which the technology of «special artistic event» is applied:

I. The production of the society as a cultural system. The «special artistic events» are a means of socio-cultural regulation of the society. The main focus of «special artistic event» is the following: the production of cultural values and norms of social behaviour; the formation of a national worldview, the national idea; the creation, representation of a semiotic base reflecting cultural meanings, national values.

II. The human production as a cultural unit. The «special artistic events» are involved in the process of inculturation of an individual, the formation of the human culture. It includes: the formation of cultural identity, the relationship between an individual and a nation, the development of multicultural identity; the formation of a personal picture of the world, corresponding to the cultural norms and values of the society; instructing an individual in the customs and attitudes, norms of behaviour and self-expression adopted in this society.

III. The production of cultural artifacts. The «special artistic events» in this area include the following tasks: the adaptation of the established or the creation of new customs and rituals; the production of artistic artifacts. Data are given about creating art objects in the process of a «special artistic event», or creating a «special artistic event» as an art product.

IV. The production of knowledge about culture. «Special artistic events» in this area are aimed at raising awareness about culture (global or local).

**Novelty.** A «special artistic event» is considered as a cultural creative tool, which makes it possible to implement ideas and form certain communities in the contemporary world. An attempt is made at defining a vast scope of application of «special artistic event» in the postclassical cultural field.

**The practical significance.** The obtained results will provide the fundamentals for further reflection of the field of «special artistic event», in particular the study of their role and functions in the processes of creating the contemporary culture.

**Key words:** «special artistic event», national identity, cultural identity.

*Надійшла до редакції 3.11.2017 р.*