

РОЛЬ «СПЕЦІАЛЬНИХ ХУДОЖНИХ ПОДІЙ» У ПРОЦЕСАХ СТВОРЕННЯ ТА ТРАНСЛЯЦІЇ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

316.72:351.858(045)
ID ORCID 0000-0002-1577-8275
DOI 10.33625/2409-2347-2018-6-56-62

Данилова В. Є. Роль «спеціальних художніх подій» у процесах створення та трансляції сучасної культури. Виявлено роль «спеціальних художніх подій» як інструменту формування та розвитку національної, культурної й особистої ідентичності. Досліджено значення «спеціальних художніх подій» у процесі глобалізації культури, екологізації культури. Проаналізовано галузь 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. «Спеціальні художні події» розглянуто як ефективну технологію актуалізації, зберігання і трансляції цінностей художньої та духовної культури. Визначено основну спрямованість «спеціальних художніх подій»: виробництво культурних цінностей і норм соціальної поведінки; формування загальнонаціонального світогляду, національної ідеї; створення, репрезентація ідеологічної бази, що відбиває культурні смисли, національні цінності.

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

Данилова В. Е. Роль «специальных художественных событий» в процессах создания и трансляции современной культуры. Выявлена роль «специальных художественных событий» как инструмента формирования и развития национальной, культурной и личной идентичности. Исследовано значение «специальных художественных событий» в процессе глобализации культуры, экологизации культуры. Проанализирована область применения «специальных художественных событий» при формировании имиджа страны, города, исторической местности. Освещено значение «специального художественного события» как инструмента продвижения объектов культуры и культурного обмена. «Специальные художественные события» рассмотрены как эффективная технология актуализации, сохранения и трансляции ценностей художественной и духовной культуры. Определена основная направленность «специальных художественных событий»: производство культурных ценностей и норм социального поведения; формирование общенационального мировоззрения, национальной идеи; создание, репрезентация идеологической базы, которая отображает культурные смыслы, национальные ценности.

Ключевые слова: «специальное художественное событие», национальная идентичность, культурная идентичность.

Danylova V. The role of “special artistic event” in the process of the creation and transmission of contemporary culture.

The aim of the article is to determine the scope of “special artistic event” in the contemporary culture, highlight a “special artistic event” as a cultural creative technology, which is becoming widespread in the development of postclassical culture, and 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 under investigation, **the philosophical and cultural** method whereby a “special artistic event” is considered as a cultural creative category of modern times; the methods of **analysis and synthesis** to comprehend the role of “special artistic event” in the processes of the creation and transmission of contemporary culture. 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. “Special artistic event” is an action organized for the purpose of achieving certain goals, through the direct influence on the subject’s consciousness using artistic methods. The purpose

of creating a “special artistic event” is to unite groups of people, introduce new ones and maintain the conventional value paradigms during a certain action. That is, a “special artistic event” cannot be organized solely for aesthetic reasons, cannot represent value in and of itself, in the isolation from the information and emotional innateness content. “Special artistic events” contain significant creative potential; they can be used as an instrument for developing a dialogue between social and cultural groups, for the creation of united global communities based on common axiological guidelines.

It is important to specify that the emotional and information charge embodied in a “special artistic event” can be both constructive, socially oriented and destructive, aimed at creating counter-cultural communities. The initiators of a “special artistic event” may be a cultural, state, religious association, a commercial and non-commercial structure, a community united by any principle on common axiological bases, as well as an individual.

The reason for the rapid spread of ideas embodied in “special artistic events” is the principle of an action, based on an emotional rather than rational piece of information. Symbolic, nonverbal elucidation of the ideological component is the most productive tool for influencing and interrelating with broad audiences. Since “special artistic events” are now a powerful, effective tool for advancing ideas and forming values, it is important to use their potential for designing and introducing into the culture of socially significant values and paradigms. Their scope extends to the entire field of culture: the author confirms this fact by considering the most important aspects of socio-cultural life, in which “special artistic events” are realized.

In the new concept of designing “special artistic events” it is necessary to emphasize the national culture and history as well as the universal values that are popularized by the world community (healthy lifestyle, be environmentally responsible, charity, the individual creative and intellectual value of each person). “Special artistic events” will achieve the goal only if their idea is based on the values recognized by the national community, rooted in the ethnic identity and national history of the people, the common experiences of historical events.

The goal, which brings together all “special artistic events”, is aimed at greening the culture – creating an “environmentally active” person with a culture-oriented world outlook. Such a person will seek harmony with nature, identifying the care of nature with care for themselves and their loved ones. This is not just about the possibility of breathing clean air and using environmentally friendly products, but also about the possibilities of psychological discharges, the exit from the artificial environment of residence, rest, daily dense information flow through interaction with nature. 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 event” 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, a 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 event” 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 event” 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 event” 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 fertile ground 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.

Keywords: “special artistic event”, national identity, cultural identity.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток посткласичної культури сприяє трансформаціям основних елементів культури: цінностей, моралі, освіти, мистецтва, науки. Незважаючи на бурхливий розвиток технічного прогресу, людина шукає точку опори не в раціональних системах, а в культурних течіях, які у свою чергу змінили соціальні та 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, 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», саме через них відбувається запуск у публічне поле культури різних дискурсів, сповнених ідей та смислів, характерних для локальних і глобальних спільнот.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Принципи організації та сутнісні характеристики «спеціальних художніх подій» розглядаються в дослідженнях У. Хальцбаура, Е. Сттінгера, Б. Кнаузе, Р. Мозера, М. Целлера [1], Б. Шмітта, Д. Роджерса, К. Вроцос [13], Дж. Голдблатта [16]. Організація спеціальних художніх подій представлена як вид інтегрованих маркетингових комунікацій у працях О. Романцова [7], О. Назімка [6]. Як інструмент формування іміджу території «спеціальні художні події» досліджені в праці М. Терських та М. Стручинської [8]. У вищезазначених працях не виявлено роль «спеціальних художніх подій» у процесах створення та трансформації сучасної культури.

Мета статті. Визначити сферу застосування «спеціальних художніх подій» у сучасній культурі. Окреслити «спеціальну подію» як культуротворчу технологію, що набуває значного поширення в умовах розвитку посткласичної культури. Дослідити роль «спеціальних художніх подій» у сучасному процесі функціонування глобальних та локальних культур.

Виклад основного матеріалу. «Спеціальна художня подія» — дія, що організована з метою

досягнення певних цілей, через безпосередній вплив на свідомість суб'єкта з використанням художніх методів. Метою створення «спеціальної художньої події» є об'єднання груп людей, упровадження нових та підтримка усталених ціннісних настанов під час певної дії. Тобто «спеціальна художня подія» не може бути організована виключно з естетичних міркувань, не може представляти 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.

Важливо зазначити, що емоційно-інформаційний заряд, закладений у «спеціальній художній 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 та 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). «Спеціальна художня подія» здатна охопити значні аудиторії по всьому світу завдяки використанню глобальної мережі Інтернет. Ідеться не просто 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 художніх 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 факту розглянемо найважливіші

аспекти соціокультурного життя, в яких реалізуються «спеціальні художні події».

Проаналізуємо «спеціальні художні події» 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» [2]. Саме відчуття належності, співвіднесення зі спільнотою людей, що розділяє ті ж цінності, надає особистості можливості відчувати 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 формування національної ідеї, формування та популяризація національного світогляду — завдання, які з 1991 р. і понині 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, що є підставою 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 організовуються «спеціальні художні події». Так, в Україні в межах державної культурної політики останніми роками значно посилюється процес деконунізації, 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 ніяких результатів.

Для закріплення нової ідеології, культурної трансформації нації, упровадження в суспільну свідомість нових орієнтирів, необхідні створення і подальша інституціалізація «спеціальних художніх подій», які відображають нові, актуальні ідеї. Основою цих «спеціальних художніх подій» можуть бути як нові або видозмінені старі свята, так і інші приводи — навіть штучно створені. Адже головне завдання «спеціальної художньої події» — просування ідеї, а не розкриття тематичного ядра свята, що є її основою. Необхідно зазначити, що «спеціальні художні події», націлені на просування політичної ідеології, погано

спрацьовують. У новій концепції побудови «спеціальних художніх подій» необхідно наголосити на національній культурі й історії, а також на 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 визначних національним співтовариством цінностях, укорінених в етнічній своєрідності та національній історії народу, спільних 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 у способах його просування.

Тільки 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», який 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 тільки починає освоювати цей інструмент емоційного впливу на громадськість.

Одним із численних прикладів світової практики може стати «спеціальна художня подія» «Remote X», утілена у формі спектаклю-променаду. Ця «спеціальна художня подія» регулярно відбувається в багатьох великих містах Європи й Америки, зокрема Авіньйоні, Берліні, Нью-Йорку, Антверпені, Лісабоні 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 із 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, консолідуючу 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 «спеціальні художні події», 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 «спеціальної художньої події» повністю занурюється в атмосферу епохи, стає безпосереднім учасником подій, що репрезентуються, відповідно, така дія здатна значно вразити її учасників, підвищити рівень національної самосвідомості й культурного розвитку. В Україні вже є досвід організації історичних реконструкцій. Найбільші є складовими наступних дійств: історичне артшоу «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 бездієйна 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 художніх 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 і архітектуру різних регіонів України. Це музей народної архітектури та побуту «Шевченківський гай» у Львові та 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 процесі глобалізації культури. Розвиток глобальної культури 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, яке 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 характерними є 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].

«Спеціальні художні події» відображають мультикультурні цінності, актуальні для більшості народів світу, можуть реалізовуватися в різних формах і масштабах. Головна складова успішної «спеціальної художньої події» — 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», акцію «Автобус, що читає» тощо. Несуттєво, 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 у зрозумілій і прийнятній усім формі, часто проходять процес інституціоналізації і стають традиційними. «Глобальна культура уявляється “якоюсь системою категорій, у середині котрої слід визначити 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].

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. Л. Маршак виділяє наступні 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 [4]. Важливим є усвідомлення, що екологічна криза викликана не лише бурхливим розвитком технологій, а й культурною кризою, у процесі якої були загублені екологічні світоглядні орієнтири. Перехід до екологічної культури надає людині можливості зберегти своє середовище проживання, а отже, й самій 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 можливість дихати чистим повітрям і вживати екологічно чисті продукти, а й про можливість психологічно чистої розрядки, виходу зі штучного середовища проживання, можливості відпочинку, щоденного щільного інформаційного потоку через взаємодію з природою.

Кількість «спеціальних художніх подій», спрямованих на екологізацію культури, збільшується щодня, причиною тому є значний відгук на проблеми навколишнього середовища жителів планети і видимі результати вирішення конкретних питань. Тільки в міжнародному календарі станом на сьогодні засновано більше 30 днів, присвячених різним екологічним проблемам, зокрема «День води», «День птахів», «День довкілля», «День захисту тварин», «День відмови від куріння», «День боротьби за захист озонового шару» тощо. У ці дні в усьому світі відбуваються різні «спеціальні художні події», під час яких люди об'єднуються заради вирішення будь-яких екологічних завдань, характерних для їх місцевості. Подібні «спеціальні художні події» часто організовуються і в Україні, під час них здійснюються 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. Олександр Крилов виділяє наступні нові види ідентичності: віртуальна, корпоративна, споживча, ідентичність за стилем життя, селебріті-ідентичність [3]. Жоден із зазначених видів не може забезпечити цілісну ідентичність, але кожен із них може мати ідентичність протягом нетри-

валою проміжку часу, таким чином створюючи множинну ідентичність. О. О. 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 припустимого” з точки зору збереження цілісності особистості значно розширилися, ми є свідками вироблення нового каркаса ідентичності» [5].

«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 орієнтована на загальний результат. Метою цієї команди стає завоювання зовнішньої споживачької 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 взаємопрониклих транслокальних культур, які створюють нові культурні регіони, що мають мережеву структуру (наприклад, нові професійні світи, що виникли у зв'язку із 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. Останніми роками 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, артпростори, 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 був оголошений роком Японії. Було проведено значну кількість «спеціальних художніх подій», спрямованих на популяризацію японської культури в Україні і встановлення дружніх відносин із 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 тільки з метою відпочинку, а й із метою занурення в іншу культуру. На прикладі більшості європей-

ських 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. Слід акцентувати, що значний потенціал наявний у напрямі, котрий стрімко розвивається останніми роками, котрий здобув назву «подієвий туризм». Тобто йдеться про створення «спеціальної художньої події», характерної для культури означеної місцевості (основною 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 [9].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Наведений вище аналіз надає змоги констатувати, що галузь застосування «спеціальних художніх подій» поширюється на всю зону культури та відіграє значну роль у процесі створення й трансляції сучасної культури. Зважаючи на це, можна дійти висновку щодо основних напрямів впливу «спеціальних художніх подій» на сучасну культуру, серед яких слід зазначити наступні:

I. Формування суспільства як культурної системи. Тут «спеціальні художні події» є засобом соціокультурної регуляції суспільства. Основна спрямованість «спеціальних художніх подій»: 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 виконують наступні завдання: адаптація усталених або створення нових звичаїв і обрядів; виробництво художніх артефактів. Створення в процесі «спеціальної художньої події» артоб'єктів, або

ж створення «спеціальної художньої події» як мистецького продукту.

IV. Формування знання про культуру. «Спеціальні художні події» в цій сфері націлені 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, актуальними стають 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 мати не лише значні творчі навички, а й високоморальні загальнолюдські якості, оскільки саме він стає відповідальним за ідеї та смисли, що надходять у публічний простір.

Література:

1. Event-менеджмент [Текст] / У. Хальцбаур, Э. Йеттінгер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер ; пер. с нем. Т. Фоминой. — М. : Эксмо, 2007. — 384 с. ; ил. — (Библиотека эксперта). — ISBN 5-699-16988-1.
2. Дзякович Е. В. Идентичность, идентификация, инсценировка в развитии глобальных и локальных социокультурных процессов современности [Текст] / Е. В. Дзякович // Обсерватория культуры. — 2010. — № 4. — С. 10–14.
3. Крылов А. Н. Эволюция идентичностей: кризис индустриального общества и новое самосознание индивида [Текст] / А. Н. Крылов. — М. : Издательство НИИ, 2010. — 272 с. — ISBN 978-5-8309-0356-1.
4. Маршак А. Л. Глобальная экологическая культура общества как фактор формирования социальной толерантности [Текст] / А. Л. Маршак // Общество и право. — 2003. — № 1. — С. 38–51.
5. Морозов А. О. Четвертая секуляризация [Текст] / 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. — С. 328–329.
6. Назимко А. Е. Событийный маркетинг. Руководство для заказчиков и исполнителей [Текст] / Алексей Назимко. — М. : Вершина, 2007. — 224 с. — ISBN 5-9626-0278-1.
7. Романцов А. Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации [Текст] / А. Н. Романцов. — М. : Дашков и Ко, 2009. — 116 с. — ISBN 978-5-394-00395-0.
8. Терских М. В. Специальные мероприятия как инструмент формирования имиджа территории (на примере г. Омска) [Текст] / М. В. Терских, М. Е. Стручинская // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. — 2010. — № 2(10). — С. 19–30.
9. Флиер А. Я. Социальная реальность глазами культуролога [Текст] / А. Я. Флиер // Культура культуры. — 2015. — № 4(8). — С. 57–66.
10. Шендрик А. И. Глобализация в системе культурологических координат [Текст] / А. И. Шендрик // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 1. — С. 61.
11. Шейко В. М. Культура та глобалізація: компаративістський аналіз [Текст] / Василь Шейко // Культурологічна думка : щорічн. наук. пр. / Акад. мистецтв України, Ін-т культурології. — К., 2009. — № 1. — С. 73–79.
12. Шейко В. М. Роль екології у формуванні соціокультурних та економічних передумов стабільного розвитку світового суспільства [Текст] / В. М. Шейко // Куль-

- тура України : зб. наук. пр. — X. : ХДАК, 2013. — Вип. 43. — С. 4–14.
13. Шмитт Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений [Текст] / Бернд Шмитт, Дэвид Роджерс, Карен Вроцос ; [пер. с англ. С. Балацкого, Н. Ливинской]. — М. : Вильямс, 2005. — 400 с. — ISBN 5-8459-0832-9. — ISBN 0-13-047119-4.
 14. Шубин Ю. А. Национально-культурная идентичность как проблема современной культурологии [Текст] / Ю. А. Шубин // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. — 2011. — № 4(42). — С. 42–47.
 15. Breidenbach J. Tanz der Kulturen [Текст] / Joana Breidenbach, Ina Zukrigl. — Muenchen : Kunstmann, 1998. — S. 209. — ISBN 3-88897-208-6.
 16. Goldblatt J. Special Events: Event Leadership for a New World [Текст] / Joe Goldblatt. — New Jersey : Hoboken, John Wiley & Sons, Inc, 2004. — 496 p.

References:

1. Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauf, B., Moser, R. & Zeller, M. (2007). *Event-management*. (T. Fomina, trans). Moscow : Eksmo. (In Russian)
2. Dzyakovich, E. V. (2010). Identichnost. identifikatsiya. instsenirovka v razvitii globalnykh i lokalnykh sotsiokulturnykh protsessov sovremenosti [Identity, identification, dramatization in the development of global and local socio-cultural processes of modernity]. *Observatoriya kultury*, 4, 10–14. (In Ukrainian)
3. Krylov, O. M. (2010). *Evolutsiya identichnostey: krizis industrialnogo obshchestva i novoye samosoznaniye individa* [The evolution of identities: the crisis of industrial society and the new self-consciousness of the individual]. Moscow : Izdatelstvo NIB. (In Russian)
4. Marshak, A. L. (2003). Globalnaya ekologicheskaya kultura obshchestva kak faktor formirovaniya sotsialnoy tolerantnosti [Global ecological culture of society as a factor in the formation of social tolerance]. *Obshchestvo i pravo*, 1, 38–51. (In Russian)
5. Morozov, A. O. (2003). Chetvertaya sekulyarizatsiya [Fourth secularization]. In A. Zhuravskii, K. Kostyuk (eds). *Globalizatsiya i stolkoveniye identichnostey : proceedings of Mezhdunarodnaya internet-konferentsiya 24 fevralya — 14 marta 2003 g.* (pp. 328–329). Moscow. (In Russian)
6. Nazimko, A. E. (2007). *Sobytiynny marketing. Rukovodstvo dlya zakazchikov i ispolniteley* [Event Marketing. Guide for customers and performers]. Moscow : Vershina. (In Russian)
7. Romantsov, A. N. (2009). *Event-marketing. Sushchnost i osobennosti organizatsii* [Event marketing. Essence and features of the organization]. Moscow : Dashkov i Ko. (In Russian)
8. Terskikh, M. V. & Strukchinskaya, M. V. (2010). Spetsial'nye meropriyatiya kak instrument formirovaniya imidzha territorii (na primere g. Omska) [Special events as a tool for the formation of the image of the territory (Case Study: Omsk)]. *Almanac of theoretical and applied research advertising*, 2(10), 19–30. (In Russian)
9. Flier, A. Ya. (2015). Sotsial'naya real'nost' glazami kul'turologa [Social reality as viewed by a scholar in culture studies]. *Culture of Culture*, 4(8), 57–66. (In Russian)
10. Shendrik, A. I. (2005). Globalizatsiya v sisteme kul'turologicheskikh koordinat [Globalization in the system of cultural coordinates]. *Knowledge. Understanding. Skill*, 1, 61. (In Russian)
11. Sheiko, V. (2009). Kultura ta hlobalizatsiia: komparatyvistskyi analiz [Culture and globalization: comparative analysis]. *Kulturolohichna dumka*, 1, 73–79. (In Ukrainian)
12. Sheiko, V. M. (2013). Rol ekolohii u formuvanni sotsiokulturnykh ta ekonomichnykh peredumov stabilnoho rozvytku svitovoho suspilstva [The role of ecology in the formation of socio-cultural and economic prerequisites for the steady development of world society]. *Kultura Ukrainy*, 43, 4–14. (In Ukrainian)
13. Shmitt, B., Rodzhers, D., & Vrotsos, K. (2005). *Biznes v stile shou. Marketing v kul'ture vpechatlenii* [Business in the style of the show. Marketing in the culture of impressions]. (S. Balatskii, N. Livinskaya, trans). Moscow : Vil'yams. (In Russian). (The original title : No Business that's Not Show Business: Marketing in an Experience Culture).
14. Shubin, Yu. A. (2011). Natsional'no-kul'turnaya identichnost' kak problema sovremennoi kul'turologii [National and cultural identity as an issue of contemporary cultural studies]. *The Bulletin of Moscow State University of Culture And Arts*, 4(42), 42–47. (In Russian)
15. Breidenbach, J. & Zukrigl, I. (1998). *Tanz der Kulturen*. (pp. 209). München : Kunstmann. (In German)
16. Goldblatt, J. (2004). *Special Events: Event Leadership for a New World*. New Jersey : Hoboken, John Wiley & Sons, Inc.

18.10.2018