

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ
ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА МУЗИЧНА АКАДЕМІЯ УКРАЇНИ
імені П. І. ЧАЙКОВСЬКОГО**

БАБУШКА ЛАРИСА ДМИТРІВНА



УДК 130.2:005.44(043.5)

**ФЕСТИВАЦІЯ КУЛЬТУРОТВОРЧОСТІ
ЯК ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИЙ ТА АЛЬТЕРГЛОБАЛІЗАЦІЙНИЙ ПРОЕКТИ**

Спеціальність 26.00.01 – Теорія та історія культури (культурологія)

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора культурології

Київ – 2021

Дисертацією є кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.
Роботу виконано на кафедрі теорії та історії культури Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського (м. Київ)

Науковий консультант : доктор філософських наук, професор
Андрущенко Тетяна Іванівна,
Національна музична академія України
імені П. І. Чайковського Міністерства культури та
інформаційної політики України, завідувач
кафедри суспільних наук (м. Київ)

Офіційні опоненти: доктор культурології, професор
Герчанівська Поліна Евальдівна,
Національна академія керівних кадрів культури і
мистецтв Міністерства культури та інформаційної
політики України, завідувач кафедри
культурології та інформаційних комунікацій
(м. Київ)

доктор культурології, доцент
Демчук Руслана Вікторівна,
Національний університет «Києво-Могилянська
академія» Міністерства освіти і науки України,
професор кафедри культурології (м. Київ)

доктор культурології, професор
Сабадаш Юлія Сергіївна,
Маріупольський державний університет
Міністерства освіти і науки України,
завідувач кафедри культурології та інформаційної
діяльності (м. Маріуполь)

Захист відбудеться «20» квітня 2021 року о 14.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.005.02 по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук в Національній музичній академії України імені П. І. Чайковського за адресою: 01001, м. Київ, вул. Архітектора Городецького, 1–3/11, четвертий поверх, фойє Малого залу.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського за адресою : 01001, м. Київ, вул. Архітектора Городецького, 1–3/11.

Автореферат розіслано «___» березня 2021 р.

Учений секретар спеціалізованої вченої ради,
кандидат мистецтвознавства

Швець Н. О.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю переосмислення динаміки сучасної фестивальної культури з позицій культуротворчої активності у взаємозв'язку з ідеологічними, політичними, економічними, урбаністичними, етнічними процесами, які визначають у сукупності характеристики як світового культурного простору загалом, так і сучасної України, зокрема. Теоретичні моделі святкової культури, притаманні класичній філософській та культурологічній думці вимагають певних уточнень та методологічних переорієнтацій із урахуванням домінування вищезначених процесів, що невідворотно позначились на дослідницькій практиці, зокрема, маркетизації культури (аспектів влади й споживання, соціальної ідентичності, ідеології, гендерної політики тощо). Адже добре відомим залишається той факт, що найвдаліші проекти маркетингових ініціатив ґрунтуються саме на культурі, використовуючи її на засадах творчої імплементації як переконливого фактору.

Так, сьогочасна фестивальна культура, ідеологічним підґрунтям якої є ідея імплементації маркетингових технологій щодо діяльності в царинах культури і мистецтва (Ф. Котлер, Дж. Шифф), на відміну від класичної святкової, спрямованої на тісний взаємозв'язок із комерційною сферою, де кульмінаційними, здебільшого, виступають категорії не піднесеного (естетична царина), а надлишкового (сфера споживання). Іntenція свідомості до прагматичності, соціальної ангажованості культури, мистецтва дедалі помітніше усуває із горизонту досліджень образні, художні, естетичні реалії. Відповідно, тяжіє до фестивалі як процесу тотального освяткування дійсності в застосуванні культуротворчих та мистецьких практик як моделюючого принципу в культурі повсякдення, оскільки саме остання утримує семіотичний образ реальності, що виразняється системою візуальних, звукових, статичних і динамічних, словесних й несловесних знаків тощо.

Процес розвитку динаміки руху від онтології свята до технології «Festive», що супроводжується принциповими відмінностями, зумовлений рядом обставин, передовсім, осмислення класичної (онтології свята) та некласичної (технології Festive) парадигм осмислення святкової реальності у культурі. Онтологія свята як одного з елементів буття, на відміну від буденності з її випадковістю, несе в собі чітку аксіологічну осмисленість, оскільки утримує в собі подію. Онтологічний смисл свята виразняється у відношенні до смислотворних цінностей. Така онтологічна вкоріненість свята до культури, безперечно, дозволяє нам розуміти свято як універсальну культури, «первинну і незнищенну категорію людської культури», яке здатне виродитися, переродитися, але «не зможе зникнути загалом» (М. М. Бахтін). Справді, свято сьогодні не зникає, однак зазнає переформатування у бік гіперболізованої процесуальності, тотальності, перетворюється на «вічне свято», втрачаючи онтологічність та набуваючи технологічності,

«переродження» або «виродження» (М. М. Бахтін), «трансгресії», даючи нові форми сьогочасних святкувань, які маркуються, до прикладу, як «незвичні свята» («День обіймів» 06 січня 2021 року, «День морозива» 06 лютого 2021 року, «День музичних магазинів» 20 квітня 2021 року тощо), фестивалі рухи, різноманітні «Festive», «Fest», «Event» тощо. Останні, здебільшого, не збігаються з класичними моделями святкувань, виходячи до простору повсякденності, майже не протиставляються їй не суперечать будням, володіють вже не універсальним, а партикулярним й нелінійним характером, виступають своєрідними «дарувальниками ідентичностей» (З. Бауман), продукуючи культурне різноманіття глобалізаційного простору. Так відбувається поступове заміщення / зміщення свята – фестивацією й витіснення його до простору повсякденності як «вічного свята», підтвердженням чого сьогодні слугує існування множинних Fest проектів, які, здебільшого, через культурну апропріацію як присвоєння та переприсвоєння, постають далеко не завжди ціннісними імпрезами як культури, так і мистецтва, формуючи її аксіологічний простір глобалізаційного та альтерглобалізаційного зразків. Відповідно формується своєрідний процес тотального «освятковування» дійсності у сьогочасній культурі, який маркується як фестивація, «гіперфестивність світу» (Ф. Мюре) та знаходить власне підтвердження й реалізацію у святковому щорічному календарі (зокрема, календар незвичайних свят 2021 року, якого більшість людей вважає тривіальним). За подібного розуміння фестивалі як характерна риса сучасної культури, а, точніше, активна та динамічна її модель, утримуючи спадкоємність окремих елементів класичного свята, трансформувалась у феномен тотального «освятковування» дійсності, фестивацію, віддзеркалюючи глобалізаційні та альтерглобалізаційні інтенції. З одного боку, фестивація постає глобалізаційним проектом, поєднуючи численну кількість артефактів, ідеологічних, економічних, політичних практик; з іншого, – не виключає ідентичності, яка формується в межах тієї чи іншої комунікативної єдності та постає проектом альтернативного глобалізму, що пропагує пом'якшені та людиномірні моделі глобалізму.

Феномен фестивації лише починає набувати адресності в дослідницьких лакунах культурологічної думки та її студіювань, оскільки саме остання є продуктивною в контексті акумулювання оптик численних інших наук, що дозволяє вести мову про міжнауковий, міждисциплінарний потенціал означуваної проблеми. За такого підходу важливо виявити й визначити зміст ключового феномена дослідження – фестивації, з одного боку, виокремивши дане явище від інших споріднених форм, якими послуговуються в гуманітарних дискурсах, нерідко підмінюючи його дозвіллям, карнавалізацією тощо. З іншого боку, показати точки перетину та спорідненість структурних елементів означених культурних утворень у міждисциплінарній проекції.

Суперечність і складність фестивалі культури, здатність її до трансформацій, мобільності та реагування на потреби сьогочасності,

обумовлюють необхідність теоретичного осмислення даного феномена в площині культурології, що незважаючи на дослідницьку допитливість й інтерес науковців, не є цілісно концептуалізованим на теренах вітчизняної культурологічної думки.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано на кафедрі теорії та історії культури Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського Міністерства культури та інформаційної політики України в межах теми ПТН НДД НМАУ 2015/2020 рр. № 27 «Інтегративні проблеми розвитку світової художньої культури». Тему дисертації затверджено на засіданні Вченої ради Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. Протокол засідання № 4 від 05 жовтня 2018 р.

Формування наукової проблеми, нове розв'язання якої отримано в дисертації. Дисертаційна робота є завершеною науковою працею, в якій системно обґрунтовано теоретико-методологічні засади дослідження проблеми фестивалі в оптиці глобалізаційних та альтерглобалізаційних ініціатив з концептуалізацією процесу розвитку – від онтології свята до технології фестивалі – у межах «класичного – некласичного» дискурсу культури.

Мета дослідження полягає у здійсненні філософсько-культурологічної концептуалізації феномена фестивалі як процесу тотального освяткування дійсності та актуальної динамічної моделі сьогочасної фестивальної культури в проекції глобалізму та альтерглобалізму.

Реалізація поставленої мети дисертаційного дослідження передбачає вирішення наступних **завдань**:

- концептуалізувати феномен фестивалі як динаміки переходу від онтології свята до технології фестивалі в дискурсі «класичної – некласичної» культури;
- здійснити категоризацію та диференціацію основних смислових елементів і дискурсів, зокрема, фестивалі як актуального процесу тотального освяткування дійсності, який технологізується, прагматизується, перетворюється на своєрідну гіперфестивну реальність комунікативної поведінки, одивнення; репрезентанта фестивальної культури «Homo festivus»;
- дослідити специфіку фестивалі культуротворчості в дискурсі некласичної гуманітаристики, а саме, крізь призму феноменологічної оптики;
- обґрунтувати доцільність введення до культурологічного вжитку понять «фестивалі», «Homo festivus», «артистократ» як аналітичних категорій щодо продукування нових смислових концептів фестивальної культури в світлі «епістемологічного розриву» (Г. Башляра);
- аргументувати смислові конотації концептів «сакрального» та «профанного» в площині «бінарності» та «інверсійності» культуротворчого процесу;
- проаналізувати специфіку функціонування фестивалі крізь призму карнавалізації та дозвілєвості як форм культуротворчого буття;

виявити відмінності та спорідненості структурних елементів означених культурних утворень;

- концептуалізувати фестивалізацію як особливу семіотичну систему, пов'язану з демонстрацією реалій та символів у глобалізаційному та альтерглобалізаційному просторі;

- виявити та відтворити специфіку фестивалізації культуротворчості як ритуалізованого перформансу та інсценування повсякденності, здійснюючи аналіз фестивалізації в межах ритуалу, ідеалії як естетичних механізмів культури повсякдення;

- визначити ескапізм як культуротворчу модель – втечі «до свята» чи «від свята», а сам принцип Festive осмислити як певну метакультурну реальність.

Об'єктом дисертаційного дослідження є фестивальна культура у міжнаукових дискурсах гуманітаристики.

Предметом дослідження є фестивалізація культуротворчості в проєкції глобалізаційних та альтерглобалізаційних практик.

Теоретико-методологічні засади дослідження конституювані специфікою об'єкта дослідження, особливостями детермінант фестивалізації в контексті конструювання простору культури, а також зумовлені сформульованими метою і завданнями роботи. Дисертація виконана передовсім як культурологічне дослідження, в якому акумульовані міждисциплінарні оптики, зокрема, праці з філософії, естетики, соціології, психології та використовувався комплекс принципів, методів і підходів, сукупність яких склала методологічний базис дисертаційної роботи.

Методологічний інструментарій ґрунтується на феноменологічному методі, який дає можливість виявити у певній культурній формі образи полівалентного змісту, що з'являються в просторі сучасних Festive-технологій. Феноменологічний метод за допомогою інтенціональної рефлексії дозволяє визначити наступні суб'єкти дискурсу: Homo Festivus, артистократ (Ф. Мюре), актор (М. Вебер, П. Паві), актор (діючий репрезентант), агент у політичному, ідеологічному святах у межах тієї реальності, яка проєктує їх діяльність, життя й внутрішній світ як комунікативну єдність. Водночас звернення до феноменологічного методу дозволяє зрозуміти перманентність розвитку традицій свята, їх повторення та трансформації.

Оскільки будь-яка святкова подія, Event, Fest, фестивалізаційні рухи передбачають співпричетність буття з Іншим, уможлиблюють інтерсуб'єктивний контакт з ним, у дисертаційному дослідженні застосовується підхід діалогічної комунікації, що безпосередньо пов'язаний з механізмами формування соціальності, генезисом соціального, тобто форм практичної взаємодії, де «найважливіші акти, що конструюють особистість, визначаються ставленням до іншого» (М. Бахтін). Незважаючи на присутність усталених підходів щодо проблеми походження соціальності, зокрема, трудової теорії, психологічної, антропологічної, соціокультурної,

магічної, ігрової тощо, сьогодні актуалізується проблема достатньо драматичного співіснування людських спільнот, точніше їх гармонійного співбуття, що зумовлено парадоксом сучасності, динамічним розвитком засобів комунікації, інформаційних і цифрових технологій, медіа, які, всупереч базовій інтенції повідомляти, дедалі помітніше відчужують й створюють дистанцію між людьми. Відповідно, набуває адресності проблема ескапізму як своєрідної культуротворчої моделі – втечі «до свята», де актуалізується принцип Festive як метакультурна реальність.

Звернення до соціальної прагматики як дослідження специфіки семіотичних значень, знакових реалій комунікації презентується як соціокультурний простір, де формується образ сучасного Festive, який набуває синтетичного, діалектичного й водночас трансформативного характерів та мігрує між глобалізаційними та альтерглобалізаційними інтенціями. Водночас залучений соціально прагматичний дискурс, який продукує вплив соціальних ситуацій на зміст дискурсивного висловлювання, реалізується за допомогою аналізу комунікативних повідомлень текстових, екранних, візуальних та інших, їх презентацій, що характеризують феномен фестивалізації як семіотичного конструкту сьогочасної культури.

Діалектичний підхід, який визначає як протилежності перетворюються в своє інше, зокрема бінарна модель в класичній традиції «сакральне – профанне», водночас просторовий підхід, де «сакральне в секулярному» утворює «третій простір», що свідчить про інваріантність неklasичної традиції.

Контекст даного дослідження формується на компаративному підході, що дав можливість провести порівняльний аналіз вияву та інтерпретації фестивалізації як актуальної форми існування сьогочасного свята в контексті класичної та неklasичної традиції філософування; з'ясувати розбіжність та спорідненість феноменів фестивалізації, карнавалізації, дозвіллевості тощо. Полісистемний підхід дозволив визначити суб'єкта комунікації як артистократа, агента, актора, актора різних систем (презентації, естетизації, ескапізму тощо).

Застосування перформативного підходу до розгляду фестивалізації крізь призму ритуальності, дозволяє значно розширити горизонти царини сакрального, оскільки мова йде про ритуали як «соціальні драми» (В. Тернер), повсякденні ритуали (І. Гофман), секулярні (Б. Мерхофф) та інші. Це, в свою чергу, дає підстави дослідникам розглядати процес інсценування дійсності за допомогою виражальної царини культури в лакунах свята, містеріях, карнавалу, спорту, політики, релігії, театру, а, відтак, аналізувати динаміку руху від онтології свята до технології фестивалізації як перформативної практики, зосередженої на діяльнісно-подієвому аспекті.

Методологічно плідною для дисертаційного дослідження є ідея комплементарності, яка дозволила осмислити різнобічність відображення зміни соціального простору та світоглядних інтенцій людини у полікультурних координатах, що й виводить дослідження за межі вузько дисциплінарної оптики зазначеної проблеми.

Теоретичну основу дисертації складає:

- специфіка інтерпретативної оптики дослідження фестивації, розглянута як особливий аспект соціальної поведінки в царині повсякденності, що формує специфічну систему культурних кодів, символів (П. Бергер, Г. Блумер, К. Гірц, Е. Гоффман, О. Золотухіна-Аболіна, Е. Гоффман, Ю. Лотман, Т. Лукман, Дж. Мід, Ф. Мюре, А. Шюц); ігрової культури (Й. Гейзінга);

- осмислення фестивації – карнавалізації – дозвілєвості як феноменів сьогочасної культури у працях П. Берка, У. Еко, Р. Кайуа, Ю. Лотмана, Ф. Мюре, Й. Піппера, М. Попової, Г. Ейхберга, а також українських К. Гайдукевич, І. Петрової, В. Погребного, К. Станіславської, М. Швеця, Н. Чечель та інших дослідників;

- моделювання фестивального буття культури як альтернативного, розважального, комерційного знаходять реалізацію у дослідженнях із визначеними культурологічними конотаціями глобалізації З. Баумана, Д. Гелда, Я. Недервеен Пітерзе, Р. Робертсона, М. Фезерстоуна; універсалістськими моделями культурно-історичного розвитку, представлених в розвідках С. Гантінгтона, А. Дж. Тойнбі та інших;

- аналіз репрезентантів фестивальної культури («Homo festivus», «актор», «актор» «агент», «артистократ») в комунікативному середовищі як «дарителів ідентичності» (З. Бауман, П. Бергер, К. Гірц, С. Жижек, Р. Кайуа, Т. Лукман, Ф. Мюре, А. Реквіц, Дж. Сібрук, Дж. Сторі, З. Фрейд, А. Шюц);

- дослідження генези чуттєвої культури, різні аспекти культуротворчості в розвідках вітчизняних науковців Т. Андрущенко, М. Бровка, О. Берегової, В. Бондарчука, С. Волкова, П. Герчанівської, Т. Гуменюк, Р. Демчук, Л. Левчук, Ю. Легенького, В. Личковаха, Т. Лютого, В. Корнієнка, А. Канарського, Т. Кривошеї, С. Кримського, Д. Кучерюка, О. Оніщенко, В. Панченко, О. Павлової, І. Петрової, О. Поліщук, М. Попович, Ю. Сабадаш, А. Скорик, С. Стоян, Б. Сюті, С. Тишка, В. Федя, Р. Шульги, О. Яковлева та багатьох інших, які актуалізують потенціал міжнаукового діалогу в просторі естетики, філософії, культурології, мистецтвознавства, музикознавства, психології тощо. Варто зауважити, що кожен із цих авторів у власний спосіб, у межах того чи іншого предмета дослідження піднімає проблеми дотичні з фестивацією, які існують імпліцитно в заданих зразках культури і тяжіють до етнокультурних імплікацій, геополітичних презентацій культурного нігілізму та альтерглобалізму;

- комплексний підхід до свята в контексті соціокультурної характеристики часопростору, представлений авторами М. Бахтіним, А. Гуревичем, К. Жигульським, В. Івановим, А. І. Мазаєвим, Є. Мелетинським, В. Топоровим, В. Патрушевим, Ю. Швецем;

- умовиводи західноєвропейських, вітчизняних, російських дослідників, які розробляли засади теорії свята, осмислювали проблеми трансгресивності свята, феномена фестивації, гіперфестивності, фестивократії.

- поліаспектність аналізу феномена свята та фестивалі як актуально динамічної форми сьогочасної культури, що позначені неоднаковою мірою розробленості: а) свята як інструмент соціального управління (О. Конт), б) свята як елемент культури традиційних суспільств, що здійснюється в руслі культурології, етнографії та соціокультурної антропології, зокрема, працях, де розглядаються взаємини ритуалу і міфу (Е. Ліч, Е. Тайлор, В. Тернер, Дж. Фрезер); в) ритуальної складової свята, яка гарантує відтворення соціального порядку, виступаючи інструментом соціального управління (З. Фрейд, К. Юнг, В. Тернер); г) соціальної ролі ритуалу в інтеграції суспільства, представлена французькою соціологічною школою, функціональною й психологічною традицією в англійській антропології (Р. Бенедикт, А. ван Геннеп, Е. Дюркгейм, Б. Малиновський, М. Мід, М. Мосс, А. Радкліфф-Браун, Р. Кайуа);

- аналіз фестивалі в дослідженнях колективної психології та оцінкової оптики (Е. Канетті, Г. Лебон, Г. Тард, З. Фрейд);

- семіотичний аналіз фестивалі крізь призму теорії формування і трансформації колективних уявлень (Е. Дюркгейм), що вплинуло на дослідження символічного змісту сьогочасної фестивалі, знакової системи із застосуванням методів структурної лінгвістики (Р. Барт, К. Леві-Стросс);

- звернення до наукової традиції фестивалі культури в царині культурології, філології, фольклористики, етнографії, антропології, мистецтвознавстві (А. Авдєєв, М. Некрасов, Т. Семенов, К. Макаров, А. Чечетін), фольклористами і культурологами (В. Я. Пропп, В. Е. Гусєв, Б. В. Асафєєв, О. М. Фрейдєнберг), етнографами (А. Байбурін, Г. Левінтон, В. Міллер, А. Некрилова, І. Снегірьов, А. Потебня, В. Топоров, В. Чічеров);

- осмислення фестивалі культуротворчості в царині критичної соціальної теорії й соціології споживання (П. Бурдьє, В. Ільїн), методології досліджень соціальної антропології (Н. Козлова, І. Лаврикова, О. Маслов, С. Михайлов). Незважаючи на широкий спектр досліджень, які постають науковим підґрунтям аналізу свята як універсалії буття, культуротворча перспектива в оптиці неklasичної культури, а саме, актуальної її форми – фестивалі практично не представлена. Проблема фестивалі в контексті ритуалізованого медійного простору також лише починає артикулюватися в запитально-пошукових інтенціях дослідників.

Емпіричну базу дослідження наповнювали дані, отримані за безпосередньої участі дисертанта в форматі запитально-світоглядних інтенцій щодо сьогочасних фестивалі практик, контент-аналіз українських та зарубіжних, зокрема, французьких джерел, наукових та публіцистичних журналів тощо.

Наукова новизна роботи визначена результатами, отриманими в процесі вирішення означених завдань.

Уперше:

- здійснено категоризацію та диференціацію основних смислових елементів і дискурсів, зокрема, фестивалі як процесу тотального освяткування дійсності, який технологізується, прагматизується,

перетворюється на своєрідну гіперфестивну реальність комунікативної поведінки, яка підживлюється надлишковістю художніх та технічних засобів і прийомів, технік візуалізацій, що формуються у віртуальній та презентаційній моделях інформації;

- реалізовано експлікацію понять «фестивація», «гіперфестивність», «Homo festive», «артистократ» як змістовних понятійних словосполучень, аналітичних категорій щодо предмета дослідження в межах «епістемологічного розриву» (Г. Башляра);

- визначено, що фестивалія постає своєрідним комерційним проектом, реалізуючи процес тотального «освятковування» дійсності, особливо в форматах перформативно видовищного дійства, цим самим, формуючи аксіологічний простір сучасного суспільства, де творча компонента підміняється ідеологічною, економічною, політичною, що забезпечує їй високу вітальну адаптивність;

- проаналізовано моделі взаємодії повсякденної – буденної – святкової реальностей та з'ясовано, що фестивалія формується в лакунах повсякденності, де акумулюються креативні, суб'єктивні, нормотворчі, трансцендентальні, віртуальні, естетичні, релігійні виміри тощо;

- визначено репрезентантів сучасного фестивального дискурсу: Homo festivus, артистократ, актор, актор, агент;

- узагальнено, що онтологія свята трансгресує до технології фестивалії в дискурсі «класичної - некласичної» культур, де Homo festivus, актор, артистократ, агент постають суб'єктами культурологічного дискурсу;

- проаналізовано перформативність фестивальної культури в контексті ритуалізації та інсценування повсякденності;

- виявлені моделі ескапізму культуротворчості як своєрідні практики втечі «до свята»;

- доведено, що фестивалія формує семіотику повсякденних поведінкових практик, конструює нові комунікативні системи, що продукують механізми перекодування та інтерпретації свята;

- проаналізовано технології конструювання «Festive» як синтезу медійних, економічних, ідеологічних, політичних бізнес-проектів тощо;

- доведено, що фестивалія постає стильовим маркером культуротворчості особистості з репрезентаційним та презентаційним режимами, за яких культура й політика співвіднесені з системою-фільтром медіа, що організовує й визначає ієрархію ціннісного, значущого, важливого, престижного, мейнстріму тощо;

- констатується, що медіакультура інтерпретується як певний репрезентант глобалізації культур та визначається як геополітика, що призводить до єдності культурного нігілізму та альтерглобалізму, де перший пов'язаний з намаганням нівелювати культуру з інтенцією на глобалізаційні стратегії адаптації, а другий актуалізує зворотний механізм, що уможливорює збереження автентичного національного коріння, практик себе в контексті не лише носія, а й творця.

Уточнено:

- динаміку розвитку фестивальної культури: від онтології свята до технології фестивації як дискурсу «класичної - некласичної» культур, де актор, артистократ, агент культуротворчості постають суб'єктами чи репрезентантами дискурсу, що допомагає визначити антропологічні, семіологічні, культурологічні, етичні, естетичні реалії фестивації як глобалізаційного та альтерглобалізаційного проєктів.

Набули подальшого розвитку:

- питання термінологічного оформлення понять «фестивація», «фестивократія», «артистократ», «Homo festivus» у культурологічному дискурсі;

- ідеї щодо специфіки фестивації у просторі повсякденності та її впливу на сучасні моделі культуротворчості. Аргументовано необхідність подальшого конструювання фестивації як особливої форми культуротворення, пов'язаної з ритуалом, ідеацією й святом як ритуалізованим медіакультурним простором;

- культуротворча перспектива фестивації в оптиці некласичної культури, оскільки значний обсяг досліджень свята пов'язаний з аналізом функцій і конкретних атрибутів як статичного компонента культури (універсалиї), що не піддається зміні й розвитку, і не відображає проблему соціальних змін. Окрім того, вимагає подальшого опрацювання проблема полікультурності у світогляді й поведінкових патернах в контексті трансформацій фестивальної ідеології;

- проблема фестивації як гіперболізації впливу повсякденності на форми й напрямки активності людини, домінуючими рисами якої є прагматичний характер універсальних структурних елементів;

- дискурс щодо співвідношення буденної та повсякденної культур в контексті фестивації.

Теоретичне значення дослідження. Проблема переосмислення динаміки розвитку сучасної фестивальної культури з позицій культуротворчої активності у взаємозв'язку з ідеологічними, політичними, економічними, урбаністичними, етнічними процесами, утримує потужний теоретичний потенціал дослідження, що визначає логіку як світового культурного простору загалом, так і сучасної України, зокрема. Це свідчить про те, що представлена тема володіє достатньо широким полем проблемності й потребує синтетичного культурологічного самовизначення у площині міждисциплінарності, зокрема, царин естетики, філософії, соціології, психології, етнології, етики, мистецтвознавства, музикознавства, що розширює пізнавальні горизонти осмислення проблеми фестивальної культури XXI століття. Запропонована концепція фестивальної культури – фестивації продукує подальший розвиток принципів моделювання культуротворчого буття в сьогочасній гуманітаристиці. Матеріали дисертації, її ключові положення й узагальнення можуть бути використані в подальших дослідженнях питань теорії та історії світової та української культури.

Практичне значення отриманих результатів.

Практична значущість полягає у використанні результатів дослідження для подальшої розробки проблем фестивальної культури, проведенні Fest-практик рекламної комунікації, а також івентів, фестів, фестивалів тощо. Дослідження буде корисним для представників у царині комунікації, водночас матеріали дослідження можуть бути використані для створення навчальних курсів та програм теорії та історії комунікації, зокрема, задіяні для трансформації педагогічної діяльності у сферу комунікативних технологій, музичної культури, культурології тощо. Концептуальні положення дослідження можуть бути корисними для підготовки спецкурсів з культурології.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійним науковим дослідженням. Усі опубліковані праці автора за темою докторської дисертації (монографія, статті та тези доповідей) підготовлені одноосібно.

Дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук «Краса як абсолютна цінність : історико-естетичний аналіз» за спеціальністю 09.00.08 «Естетика» захищено 30.10.2003 року на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.28 в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка; її матеріали у тексті докторської дисертації не використовувалися. Сформульовані у пропонованому дослідженні положення виносяться на захист уперше.

Апробація результатів дисертації. Матеріали дисертації обговорювалися на засіданні кафедри теорії та історії культури Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. Основні теоретичні положення дисертаційного дослідження були оприлюднені у формі доповідей та наукових повідомлень на міжнародних, всеукраїнських наукових, науково-практичних, науково-методичних конференціях та симпозіумах, зокрема: Міжнародна наукова конференція «Філософія повсякдення» (Київ, Центр практичної філософії, 2009); 76 наукова конференція молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті» (Київ, НУХТ, 2010); VII міжнародна науково-методична конференція «Викладання психолого-педагогічних дисциплін у технічному університеті: соціально відповідальний вимір» (Київ, 13-14 жовтня 2011); Всеукраїнська наукова конференція «Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства» (Суми, 19-20 квітня 2012 р. Сумський державний університет, 2012); Всеукраїнська науково-методична конференція «Виховна робота у вищому навчальному закладі – невід’ємна складова підготовки висококваліфікованих фахівців: традиції та новаторство» (Київ, НУХТ, 21 листопада 2013); Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2014» (Київ, КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 15-16 квітня 2014); XV науково-практична конференція «Патріотизм у системі сучасних суспільних цінностей» (Київ, ВНЗ «Національна академія управління», 2016); Міжнародна наукова конференція «Дні науки

філософського факультету – 2016» (Київ, КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 20-21 квіт. 2016); 82-а міжнародна наукова конференція «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті» (Київ, НУХТ, 13-14 квітня 2016); 83-я міжнародна наукова конференція «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті» (Київ, НУХТ, 2017); Міжнародна Інтернет-конференція «Інформація та культура в забезпеченні сталого розвитку людства» (Маріуполь, МДУ, 15 листопада 2017); Всеукраїнська науково-практична конференція «Національні культури в глобалізованому світі» (Київ, 6-7 квітня 2017); Міжнародна наукова конференція «Культурологія та соціальні комунікації: новаційні стратегії розвитку» (Харків, Харківська державна академія культури, 23-24 листопада 2017); Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2017» (Київ, КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 25-26 квітня 2017); Міжнародна наукова конференція «Категорії свого-чужого в сучасному світі в популярній літературі й культурі слов'янських країн, що проводиться в межах циклу «Новітня слов'янська популярна література і культура» (Польща, м. Зелена Гура, Зеленогурський університет, 18-19 жовтня 2018); Міжнародний науковий симпозіум «Україна – Польща: діалог культур» (Київ, ІК НАМ України, 19-21 квітня, 2018); Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2018» (Київ, КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 26-27 квіт. 2018); Міжнародна науково-практична конференція «Економічні, політичні та культурологічні аспекти європейської інтеграції України в умовах нових глобалізаційних викликів» (Ужгород, ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 16-17 квітня 2018); Всеукраїнська науково-практична конференція «Філософія подієвої культури: теорія та практика» (Київ, КНУКіМ, 26-27 березня 2020).

Публікації. Основні положення дисертаційного дослідження висвітлено у 52 наукових публікаціях: зокрема, в одноосібній монографії «Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі» та 4 колективних монографіях; 1 розділі навчального посібнику для студентів вищих навчальних закладів «Філософія культури: основні поняття, напрями, персоналії»; 18 публікацій у наукових фахових виданнях, затверджених МОН України як фахові та виданнях, які включені до міжнародних наукометричних баз даних; 6 статтях у наукометричних та міжнародних виданнях; 22 публікаціях в інших наукових виданнях і збірниках матеріалів наукових конференцій, що свідчать про апробацію матеріалів дисертації.

Структура дисертації та логіка викладу матеріалу зумовлена специфікою теми, метою та завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, що містять дев'ять підрозділів, висновків. У списку використаних літератури і джерел – 460 позиції, з них 20 – іноземними мовами. Загальний обсяг дисертації 390 сторінок, з них 360 сторінок основного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовується актуальність обраної теми, з'ясовується рівень її наукового опрацювання, визначаються об'єкт, предмет, окреслюється мета і завдання дисертаційного дослідження, його методологічні засади, розкривається новизна, теоретична і практична значущість роботи та апробація її результатів.

Розділ 1 «Феномен фестивалізації: методологічні засади обґрунтування в дискурсі "класичної – некласичної" культур» – складається з трьох підрозділів, у яких концептуалізовано феномен фестивалізації як актуальної динамічної форми сьогочасної фестивальної культури в дискурсі «класичної – некласичної» культур. Обґрунтовано теоретико-методологічні засади дослідження проблеми фестивалізації в межах міждисциплінарного підходу в оптиці глобалізаційних та альтерглобалізаційних дискурсів культури.

У підрозділі 1.1 «Від онтології свята до технології фестивалізації: глобалізаційний проект сьогочасної культури» – обґрунтовано дискурсивну природу фестивалізації, пов'язану з генеалогією та рефлексією культури, де перша виявляє подібність, проформу, тотожність із святом, а друга – орієнтована на відмінність й розпізнання «іншості», формоутворюючі конструкти – фестивалізацію. З'ясовано, що динаміка руху від онтології свята до технології «Festive», зумовлена рядом обставин, передовсім, контекстним осмисленням їх у дискурсі класичної та некласичної культур. Онтологія свята як одного з елементів буття, на відміну від буденності з її випадковістю, несе в собі чітку аксіологічну осмисленість, оскільки утримує в собі подію. Онтологічний смисл свята полягає у наявності певного стійкого архаїчного ядра, що дозволяє ті чи інші події в різні епохи та різних країнах називати святом (В. Савчук) та «часом стрибку до справжнього першоджерела ідентичностей» (Н. В. Абаєв). Онтологічне розуміння свята утримує царину сакрального-ритуального, міфопоетичного, традиційного, що включає або поворотні віхи календарного часу, або культурну пам'ять священних подій. Онтологічна вкоріненість свята до культури дозволяє нам розуміти свято як універсалію культури, «первинну і незнищену категорію людської культури», яке здатне виродитися, переродитися, але «не зможе зникнути загалом» (М. М. Бахтін).

Констатовано, що сьогочасне свято зазнає переформатування у бік гіперболізованої процесуальності, тотальності, перетворюючись на «вічне свято», «гіперфестивальність» (Ф. Мюре), втрачає онтологічність, виходячи до простору повсякденності, майже не протиставляється й не суперечить будням, володіє партикулярним й нелінійним характером, продукуючи культурне різноманіття нових форм сьогочасних святкувань. Зазначено, що формування гіперфестивального характеру сьогочасної культури є виявом глобалізації і знаходить власне підтвердження й реалізацію у святковому щорічному календарі, який безперервно коригується оновленнями, доповненнями та відтворює масштабний перелік незвичайних Fest, Event, фестивалівних рухів тощо.

Визначено фестивалізацію як процес тотального освячування дійсності шляхом залучення запозичених культурних індустрій як схвальних практик, що в глобалізаційній моделі як домінуючій здатні використовуватися поза межами власного культурного контексту.

Підрозділ 1.2 «Термінологічне оформлення понять "фестивалізація", "Homo festivus" у культурологічному дискурсі» присвячений аналізу термінологічного інструментарію щодо контекстного означення того чи іншого феномена дослідження чи репрезентанта (представника) фестивалізованої культури. Виявлено складність та суперечливість термінологічного оформлення понять «фестивалізація», «Homo festivus» як аналітичних категорій, оскільки далеко не всі поняття успадковують історичну традицію формування чи продовження щодо культурологічних наук, де народжуються проблемні локуси дослідницьких стратегій. Це пояснюється фактом залучення міждисциплінарного підходу, спрямованого не лише на дослідження культури, а й бачення узагальненої наукової картини загалом. Відтак, поняття, які осягаються науками про культуру, змінюючи формат власного застосування (шляхом інтерпретації) неминуче зазнають метаморфоз, набуваючи нових смислових відтінків. Причиною даного процесу постає своєрідна «трансплантація» чи «прирощування» понять із одного наукового дисциплінарного локусу до іншого, що є звичною справою в царині гуманітарних досліджень.

Констатується правомірність залучення автором до дослідницького обігу понять «фестивалізація», «Homo festivus», «артистократ», «фестивократія» як аналітичних категорій в контексті «епістемологічного розриву» (Г. Башляр), що дає підстави до впровадження й поширення нового словника пізнання, відкриває аналітичні перспективи принципово відмінної оптики. Так, поняття «Homo festivus», як і «Homo ludens», «Homo faber», «Homo sapiens», «Homo laborans», «Homo symbolicum» та інші є характерними для наукового культурологічного дискурсу, що дозволяє автору послуговуватися саме ним щодо контекстного означення суб'єкта чи репрезентанта фестивалізованої культури. З іншого боку, науки про культуру тісно взаємодіють з мовою повсякденності, багатомірними дискурсивними практиками в її межах, що спричиняють контекст її функціонування в найрізноманітніших дискурсах.

З'ясовано, що Homo festivus постає репрезентантом фестивалізованої культури, у якому інтегруються форми політичного, ідеологічного, інформаційного, видовищного характеру, модифікуючись відповідно до власних чи інтересів замовника, виявляючи при цьому повну готовність до спільної гри з постановниками сучасних подій.

У підрозділі 1.3 «Фестивалізація культуротворчості в некласичній гуманітаристиці: специфіка феноменологічної оптики» – підкреслено, що культура наукового дослідження потребує, передовсім, з'ясування стану теоретичного осмислення проблеми в наукових розвідках фахівців.

Феноменологічний метод дослідження фестивалізації культуротворчості постає своєрідним топосом, де чиста трансцендентна свідомість як

притаманна людині іманентна розумність, рефлексує над феноменом свята й ревізує відпрацьовані його смислові конструкти, що реалізували свою інобуттєвість і трансгресує до іншого досвіду, а саме, сьогочасної динамічної форми свята – фестивалі.

Обґрунтовано авторську позицію звернення до феноменологічної традиції Е. Гуссерля, М. Гайдегера щодо конституювання дослідницького феномену свята та фестивалі, яке, зумовлене, з одного боку, вивільненням феномена свята з редуктивних моделей об'єктивістського, психологічного та натуралістичного зразків, з іншого, – розширення його горизонтів щодо іномірних форм існування як фестивалі, яка є конструкцією з множинністю значень. Зазначено, що фестиваль утримує природу множинного тлумачення шляхом протиставлень явного, неявного, присутнього та відсутнього дискурсів.

З'ясовано цінність феноменологічного методу, який полягає в тому, щоб розкрити наявні в фестивалі невідповідності, котрі вказують на конфлікт її значень як процесуальної категорії (освятковування дійсності). І тут якраз той випадок, коли невідповідність або суперечність не виступають маркером недосконалості, а навпаки, припускають присутність іншої оптики бачення, за допомогою якої підтримується «зв'язок з тим, чого вона не торкається відверто, з тим, що трапляється на її периферії» (Дж. Сторі).

Розділ 2 «Конотації фестивальної культури: свято – карнавал – дозвілля – фестиваль» структурно складається з трьох підрозділів. У другому розділі обґрунтовано процес взаємодії та динаміки таких форм культури як свято, фестиваль, карнавалізація, дозвіллість, за допомогою яких вдається уточнити та водночас поповнити поняттєво-категоріальний інструментарій сучасної культурології.

У підрозділі 2.1 «Карнавалізація чи фестиваль? (проблема інтерпретації)» здійснено аналіз карнавалізації та фестивалі, які нерідко ототожнюються в наукових культурологічних дискурсах; розкрито спорідненість та відмінність структурних елементів означених культурних утворень.

Аргументовано, що враховуючи екзогенні процеси культури з інтенцією на глобалізацію, що охопили майже всі царини людської діяльності, включаючи культуротворчість, – фестиваль, карнавалізація, дозвіллість – набувають поширення й адресності планетарного масштабу й позиціонуються в контексті синергетичного розуміння як самоорганізуючих систем у сьогочасній культурі.

Констатується легітимність феномену культури – «карнавалізація», хрещеним батьком якого вважається автор концептуальної теорії європейського роману М. Бахтін, котрий увів його до ужитку в першій половині ХХ століття. Теоретичні засади культурологічного підходу щодо «карнавалізації», здійснені в праці «Творчість Франсуа Рабле та народна культура середньовіччя і Ренесансу», розширюють перспективи наукових досліджень далеко за межі традиції «раблезіанської літератури», сягаючи

філософських, семіотичних, лінгвістичних інтенцій, зокрема, у розвідках П. Берка, О. Волкова, Р. Генона, В. Ф. Кормера, Ю. Крістевої, Ф. Мюре, М. Хренова, У. Еко та інших.

Охарактеризовано ідею карнавалізації (У. Еко «Повний назад! «Гарячі війни» і популізм у ЗМІ») в межах європейської традиції, екстраполюючи її на локус української сучасної святкової культури, з урахуванням певних історичних уточнень щодо використання самого поняття «карнавалізація». По-перше, природа карнавалу пов'язана з давніми язичницькими обрядами, що, в свою чергу, дозволяє стверджувати спорідненість феномену «карнавалізації» щодо української фестивальної культури, свідченням чого є неперепутне існування язичницької обрядовості, втіленої в традиції колядування, вертепу, Масниці, водіння «кози» як символу родючості, стрибання понад вогнищем на свято Івана Купала тощо. Відтак, виявлені аспекти карнавалізації як певної театралізації є автентично притаманним явищем щодо української культури.

З іншого боку, карнавал як народне свято в традиційному форматі, який був представлений в західноєвропейських країнах Італії, Німеччини, Франції не отримав подібної популярності та повнокровності в Україні за причиною домінування християнства, що започаткувало нову культурну епоху в історії Київської Русі, на противагу язичницькому святу як джерелу карнавалу. Хоча релігійний дуалізм, який полягав у дотриманні язичницьких за походженням звичаїв та обрядів (прихід весни тощо), зберігався ще впродовж століть (Н. Чечель).

Виявлено водночас, що якщо представники солярної концепції свята (А. Н. Афанасьєв, Ф. І. Буслаєв, О. А. Потебня) фіксували національні відмінності, то прихильники школи запозичення (Є. Анічков, О. Веселовський, В. Міллер), ключовою ідеєю якої було уникнення національної замкнутості, акцентували свою увагу на естетико-культурних особливостях традиційного свята, що припускало ідею певного щеплення європейського карнавалу, який сповна так і не прижився, ані в російських, ані в українських святкуваннях.

Узагальнено, що сьогочасна українська фестивальна культура тяжіє швидше до фестивальної культури, аніж карнавальної, хоча остання, безумовно, реалізується в історичній ретроспективності ігрового полістилістичного язичницького світовідчуття. Водночас, фестивація постає моделюючим феноменом, в якій інтегруються форми політичного, інформаційного, видовищного характерів, віддзеркалюючи сьогочасний стан культури.

У підрозділі 2.2 «Дозвіллієвість: актуальна форма фестивації» зазначається, що ХХ-ХХІ століття характеризуються процесом поступового зсуву значень понять «дозвілля», «відпочинок», «недіяння», «розваги» тощо. По-перше, це спричинено дистанціюванням царин відпочинку та праці; по-друге, зміною якості дозвілля в бік індивідуалізації, по-третє, розмиванням негативних конотацій, що надавалися традиційною етикою праці як «моральносно анестезуючим засобом» (Л. Толстой); по-четверте, реабілітація

й трансформація до нових смислів та популяризації щодо масових уявлень. Подібні зрушення в культурі повсякдення започаткували становлення масового міського дозвілля як самостійної сфери діяльності та споживання, представники яких прямували до пошуків нових вражень, знань, емоцій, відчуттів як практик себе тощо.

Здійснено експлікацію поняття «дозвілля» в контексті категорій «відпочинок», «праця» та окреслено типологізацію й розподіл дозвілля на часову, діяльнісну, психологічну, функціональну концепції, де остання, в свою чергу, оперує поняттями як «культурно-дозвіллева діяльність», «рекреативне дозвілля», «соціальне дозвілля», «екологічне дозвілля», «культурне дозвілля», «пізнавальне дозвілля», «творче дозвілля», «культурно-споживацьке дозвілля» тощо.

Виявлено відмінну контекстну сьогочасну оптику «дозвілля» з початковим її розумінням, а саме, фактом усвідомлення протилежної ідеї «праці» (Й. Піпер) – дозвіллевості як процесуального підпорядкування собі майже всіх людських дій та людського існування загалом.

Констатується, що фестивалізація як процес освяткування дійсності формується гетерогенним шляхом, виникнення якої варто тією чи іншою мірою пов'язувати з пресингом культурних індустрій, уніфікацією «стратегій апропріації вільного часу», своєрідним «святом не за потребою», а «святом за вимогою», де індивід, за звичай, відмовляється від досвіду колективної синергії й трансценденції, непомітно вивільняючи його організованою чи стихійною формою дозвілля. Подібна оптика дозвіллевості як активної форми фестивалізації пов'язана з розширеним розумінням соціальної, урбаністичної, політичної, економічної та ідеологічної складових у сучасній культурі.

У підрозділі 2.3 «Концепти "сакральне" та "профанне" в фестивалній культурі: від бінарності до інверсійності» аналізуються концепти «сакральне / профанне», які постають маркерами дискурсивних стратегій щодо дослідження світоглядних зіткнень, викликаних як соціальними групами, об'єднаних за багатомірністю ознак (етнічними, гендерними, професійними тощо), так і перехідними, кроскультурними станами суспільства, в яких сьогодні перебуває Україна.

З'ясовано, що фестивалний простір культури найпотужніше демонструє розгорнуту індустрію мірил «сакрального» й «профанного», де остання конструюється шляхом десакралізації традиційних практик. Подібним маркуванням послуговуються й конструктори фестивалних практик щодо заміщення їх дозвіллям, артизацією повсякдення, результатом чого є гіперфестивалний характер сучасної культури.

Узагальнено, що концепти «сакрального» та «профанного» у фестивалній культурі однаковою мірою зазнавали еволюції й отримували різні смислові конотації (святе, гармонія, порядок, хаос, світ догори дном тощо); по-друге, класичний проект базувався на констатації сакрального як онтологічного, такого, що зберігає ознаки спадкоємства традицій, формуючи комеморативну культуру свята; по-третє, некласичний проект продукує

ідею мінливості та полікультурних уявлень щодо даних концептів, спираючись на факт, що у кожній культурній парадигмі формуються власні підходи до збереження / не збереження традицій чи то виходу поза їх межі.

Аргументовано, що сьогочасні інтонації сповнені уявленнями щодо відсутності існування досліджуваних концептів у чистому вигляді, де вони утворюють «третій простір» (Гомі Бгабга), що постає в постколоніальному підході методом інтерпретації й виступає проти дихотомій та бінарних категоризацій, так виникає «сакральне в секулярному». Аксіологічним підґрунтям слугують теорії Анрі Лефевра щодо «інших просторів», «периферії» Белла Хукса та «гетеротопії» Мішеля Фуко. Водночас, ідея С. Хоружого щодо станів, коли метаантропология, перетворюється на універсальну парадигму обміну не лише натурами, промовами, дискурсами, мовами, але й культурними кодами верху й низу, що притаманно фестивалній культурі.

Виявлено, що фестивація засвідчує свято медіадискурсу, усунення часу «від і до» й культивуацію хронотопу як простору, де дискурс влади, презентація свята як видовища та розважальності згодом перетворюється на популярні Fest проекти. Останні, у свою чергу, засвідчують перманентну культивуацію повсякдення, тобто, уприсутнюючи себе в якості новітніх ритуалів, задають інтенцію щодо сакральності. Виникають світські релігії, політичні Festive, де на певний час обіцяють надзвичайно великі перспективи, що згодом розсіюються, залишаючи за собою симулякріві рештки.

Розділ 3 «Фестивація у проекції культуротворчого буття» зумовлений логікою викладу дослідницького матеріалу в трьох підрозділах, в яких артикулюється оптика фестивації як культуротворчої моделі, синтезуючої світоглядні традиції, фестивалні й ідеологічні практики.

У підрозділі 3.1 «Повсякденність – буденність – святковість: моделі взаємодії» обґрунтовано доцільність співвідношення складових «повсякденність – буденність – святковість», їх розмежуванні й можливості точок перетину, які постають значимими конструктами дослідження та, завдячуючи яким можна уникнути смислових аберацій щодо розуміння фестивалної культури.

Підкреслено, що традиційне розуміння свята як особливого культурного феномену розглядається як вихід з буденності, передовсім, завдяки протиставленню його будням. Контрастність з буденністю завжди підкреслювала величність традиційних свят на відміну від сучасних, де новостворені свята зазнають тотального впливу повсякденності, почасти зливаючись з нею, утворюючи гіперфестивалний (Ф. Мюре) простір культури. Однак, нерідко в наукових дискурсах привертають увагу думки щодо розуміння свята як виходу з повсякденності, а не буденності, що, на наш погляд, позначено смисловою аберацією, оскільки повсякденність та буденність не є тотожними чи синонімічними поняттями.

Зазначено, що буденна культура характеризується виконанням рутинних обов'язків, стандартних процедур, які постійно відтворюються в

щоденних практиках, у той час, як повсякденна культура постає акумуляцією всього обсягу культури в повсякденній практиці, що, в свою чергу, дозволило дослідникам диференціювати останню на релігійну, політичну, світську (складові культури), які здатні поєднуватися в межах одного дня, заявляючи про себе як актуальні.

Констатується, що повсякденність постає значимою культурною універсалиєю, в межах якої здійснюється свято, фестивація, як, зрештою, й всі інші процеси життє- та культуротворення. Іншими словами, повсякденність є самим «життєвим світом» (Е. Гуссерль), згодом, ця ідея знайшла подальший розвиток у феноменологічному тлумаченні А. Шюца, а згодом П. Бергера та Т. Лукмана суспільства як соціальної конструкції повсякденного світу та є суголосною авторській позиції щодо аналізу феномену фестивації в контексті специфіки взаємовпливу святкового і повсякденного, їх межового та трансгресивного характерів тощо.

Узагальнено, що фестивація є суголосною глобалізаційним / альтерглобалізаційним стратегіям в контексті гіперболізації впливу повсякденності на форми й напрямки активності людини, домінуючими рисами якої є здебільшого прагматичний характер універсальних структурних елементів. Відтак, явище фестивації розуміється як гіперболізація святкового компонента в повсякденному житті, де активна, провідна роль відводиться репрезентанту – *Homo Festivus* – Людині, яка святкує.

У підрозділі 3.2 «Семіотичний вимір фестивальної культури» акцентовано увагу на фестивації як феномені сучасної культури, її нелінійному характері, позначеному поліваріативністю, що задає інтенцію на нескінченність щодо їх прочитання у контексті життєтворчості, яка формує семіотику повсякденних поведінкових практик, конструює нові комунікативні системи, що продукують механізми перекодування та інтерпретації свята. Культурологічний аспект дослідження передбачає інтерпретативну модель розгляду фестивації як відмінного поведінкового ракурсу в царині повсякденності, що формує специфічну систему культурних символів (П. Бергер, Г. Блумер, К. Гірц, Е. Гоффман, Т. Лукман, Дж. Мід, А. Шюц та інші). Семіотика повсякденних поведінкових практик включає широкий контекстуальний спектр творів, які свідчать щодо модних тенденцій та трендів на символістський кшталт, поведінкові патерни, стиль життя. Інтегровані маркетингові комунікації пов'язані з медіа утворюють надзвичайно насичений і рефлексивний простір, де осмислюється антропні, семіотичні, візуальні конфігурації сьогочасної культури як певні моделі культуротворчості, що формують і адаптують стратегію сприйняття, пов'язану з селекцією інформації, а також визначають електорат тощо.

З'ясовано, що фестивація конструюється як певний семіотичний простір, з самовідтворювальною структурою та динамічним характером, інверсуючи свято у видовище та шоу-бізнес, де *Homo Festivus* виступає водночас і вправним режисером, і активним учасником. Модель фестивації

постає при цьому новим концептом із складною побудовою когнітивно-сміслових конструкцій, що виникають у процесі оформлення семіотичних рядів та впливають за допомогою знаків-сигналів («глобальні образи», «global icons») на світ споживання і медіа, глобальний товарообіг, що сприяють ще більшій семіотизації та інтерпретації культури.

Підкреслюється, що фестивація виступає ареною реалізації та впливу водночас двох ключових мотивів, з одного боку, демонструючи «відоме медійне ім'я» та забезпечуючи, суспільну «культуру прихильності», – з іншого. Адже фестивації властиві такі характерні риси як суггестивність і атрактивність.

Зрештою, всі ці конотації допомагають визначити антропологічні, семіологічні, культурологічні, етичні, естетичні реалії фестивації як особливої семіотичної системи, пов'язаної з демонстрацією реалій та символів у глобалізаційному та альтерглобалізаційному просторі.

У підрозділі 3.3 «Перформативність фестивальної культури як ритуалізація та інсценування повсякденності» обґрунтовується необхідність застосування перформативного підходу до розгляду фестивації крізь призму ритуальності, що дозволяє значно розширити горизонти царини сакрального, оскільки мова йде про ритуали як «соціальні драми» (В. Тернер), повсякденні ритуали (І. Гофман), секулярні (Б. Мерхофф) та інші. Це, в свою чергу, дає підстави дослідникам розглядати процес інсценування дійсності за допомогою виражальної царини культури в лакунах свята, його різновидах, містеріях, карнавалу, спорту, політики, релігії, театру а, відтак, аналізувати динаміку руху від свята до фестивації – гіперболізованого свята – як перформативної практики, зосередженої на діяльнісно-подієвому аспекті.

Підкреслено, що сьогочасні інтенції гуманітарних наук дедалі активніше налаштовані на взаємодію з художньою практикою, ігровими формами культури. Фестивація також формується як своєрідна гра смислами і значеннями, їй непотрібне визнання, оскільки вона займає власну нішу ритуалізованого перформансу.

Проаналізовано феномен фестивації крізь призму ритуалів дозволяє не лише виявляти соціальні процеси, драми, розглядаючи специфіку їх динаміки, а й здійснювати концептуальні переходи задля методологічного перетворення усталених механізмів порівняння культур. Таким чином, у просторі дослідницької практики фестивальної культури з'являється перформативний аспект, який проникає до інсценування наукових текстів.

Виявлено, що структура ритуалу володіє високою вітальною потенційністю щодо висвітлення перформативної практики як культурної техніки подолання криз, переходів у світових спільнотах шляхом поєднання свята й ритуалу, лімінальності, що відкриває концептуальну територію й дозволяє сприймати фестивацію як перформацію в контексті просторового явища.

Розділ 4 «Практики конструювання фестивальної культури» складається з трьох підрозділів і присвячений дослідженню конструювання принципу «Festive» шляхом ідеологічних, політичних практик, за допомогою

яких вибудовуються маніпуляції соціокультурної реальності. Зазначено, що у глобальному світі – гіпермаркеті, де ринок став альфою й омегою всіх життєвих установок, сучасне свято впритул змикається з економічним фактором, що стимулює розвиток фестивальної та гіперфестивальної культури, постаючи прагматичним її лейтмотивом, вираженим у комерційних підходах щодо проведення свят.

У підрозділі 4.1 «"Festive": технологія конструювання свят» аргументовано, що конструюваною реальністю постають культурний простір і час, які існують поряд з фізичним простором і фізичним часом, що характеризують існування природної реальності. Процеси трансформацій та зсувів, що відбуваються в сучасній фестивальній культурі у взаємодії таких фундаментальних її категорій, як час і простір, виявляються в конструюванні культурно-історичного горизонту, відходу від традиційної моделі «часу-вічності» до сьогочасного «часу-стріли» (С. Кримський), що констатується як темпоральність, віртуальне середовище, гіперреальність тощо. Очевидним є той факт, що час і простір є ідеологічними ресурсами влади, на основі яких вибудовуються маніпуляції соціокультурної реальності. Зокрема, щоб знизити активність втручання мас у перетворення реальності, відбувається масове заміщення історичної реальності гіперреальністю.

Зазначено, що конструювання як сутнісна риса культури простежується в аксіологічній (П. Сорокін), антропологічній (Е. Тайлор), діяльнісній (М. Каган), інформаційно-семіотичній (А. Моль), ігровій (Й. Гейзінга), інтерпретативній (К. Гірца), фестивальній (М. Бахтін, Ф. Мюре), ідеологічній (Л. Альтусер) концепціях культури тощо.

Проаналізовано, що за допомогою маркерів розважального та імітаційного, створюється «People's Fest», «свято для маси», яке завжди утримує конкретного замовника – «постачальника видовищ» і професійних виконавців, чим принципово відрізняється, наприклад, від популярного свята, де акцентом є творчий самовияв етнічної культури. Так, формується фестивалізація як ідеологічний конструкт, постаючи своєрідним інструментом, за допомогою якого владні ієрархи намагаються маніпулювати свідомістю з метою реалізувати певні соціальні програми.

Розкрито, що конструюванню підлягають не лише історичні факти, а й почуття та мотиви вчинків, які належать особливому типу репрезентантів, таким як Homo Festivus (людини, що святкує), артистократа, актора історії тощо. Так, подібний контекст зумовлений розумінням вчинків і почуттів не як автентичних артикуляцій людини, а як конструктів, що переробляються в символах і за допомогою яких постають у формі інших практик, супроводжуваних почасти боротьбою щодо утвердження тієї чи іншої смислотворної моделі фестивальної культури.

У підрозділі 4.2 «Фестивалізація в комунікативному просторі культури» обґрунтовується феномен фестивалізації культуротворчості як явище сучасної культури, що дедалі стрімкіше зближається з повсякденністю, де акумулюються креативні, суб'єктивні, нормотворчі, трансцендентальні,

віртуальні, естетичні, релігійні виміри тощо. Фестивація при цьому постає як складник топосфери культури в якості комунікативної категорії, що реалізується в спілкуванні, відтак, є приналежною концептосфері, що виявляє себе у свідомості щодо культурного контексту асоціацій в святковій царині.

Виявлено аксіологічний аспект фестивації культуротворчості в контексті комунікативного простору, що реалізується як альтерглобалізаційний проект у популярній культурі щодо продукування суб'єктивного вибору у поданні себе, почасти в радикальних досвідних позиціях, спрямуванні до певних моделей репрезентації власної самості (як творця, а не лише носія), творчого волюнтаризму тощо. Так, симптоматичним є фестиваль «Comic Con», заснований в Сан-Дієго, і апропрійований до нашої фестивальної культури у форматі «Comic Con Ukraine» (м. Київ, Арт-завод Платформа, 04 вересня 2021 р. – 05 вересня 2021 р.), який об'єднує шанувальників кінематографу, анімації, мультижанрові заходи, видавців, письменників, художників як фестивацію, де кожен здатен знайти «значимо» Іншого в контексті власної самості, де є можливість не тільки відпочити, повеселитися, поспілкуватися з приємними людьми, змінити звичну атмосферу й відновити сили, це ще й можливість заробляння капіталу, який успішніше здійснюється тоді, коли частіше й ширше святкуватимуться ті чи інші події чи не-події. Такий факт дозволяє пояснити, як окремі етапи культурологічного дискурсу пов'язані зі змінами історичних, соціальних і політичних умов, а також ставлення до реальності в перспективі культурологічного сприйняття.

У підрозділі 4.3 «Ескапістичні практики в фестивальній культурі» аргументовано, що ескапізм не є чужорідною властивістю культури, швидше, її онтологічною даністю, яка найповніше реалізується в трансгресивному стані з одного культурного простору до іншого: розширення культурного простору свободи; екстатичного стану як внутрішнього досвіду (Ж. Батай); дооб'єктивного буття (М. Мерло-Понті); «ефекту відсторонення» (Б. Брехт); посилення споживчої складової в культурі; виникнення медіа середовища, котре інтегрує інформаційні технології до тіла культурного простору (в контексті розуміння М. Фуко); підміні справжньої життєвої активності її симуляцією (Бодріяр); творчого екстремізму (Ф. Мюре) тощо. Потреба людини в інобутті є природною, віддзеркалюючи процеси сучасності, змінюються форми прояву ескапізму, однак сам феномен завжди залишається присутнім щодо дійсності, де розглядаються ті чи інші аспекти його вияву. Проте, враховуючи потаємну, інтимну природу власного вияву, ескапізм, за іронією долі, залишається так само прихованим щодо артикуляції в культурологічному осмисленні.

Проаналізовано, що симуляція життєвої активності при ескапізмі відбувається за допомогою розваг, тобто діяльності, спрямованої на привнесення до реальності чогось нового й різноманітного. Як результат, ескапізм визначається як «відхід» індивіда від справжнього буття крізь

призму його симуляції в розвагах. Легалізація можливості втечі з соціокультурних реалій буття Homo festivus виявляється в формах віртуалізації, іградізації, перформативності соціуму. З одного боку, релаксаційна функція здається достатньо невинною щодо схвалення з позиції суспільства, однак, екстремальні поведінкові форми, деякі види спорту, де нехтується інстинкт самозбереження, перекручення людської тілесності, є небезпечним явищем, що пояснюється почасти молодіжним екстремізмом як виявом гарячої неприборканої крові у формі «зачепінгу», «зацепігну» (проїзд зверху потягу, метро, електричок) чи «трейнсерфінгу», що здійснюються в поодиночці поза будь-якою страховкою. Подібне розуміння реалізує вже не релаксаційну чи адаптаційну функції ескапізму, а швидше компенсаторну та протесту супроти власної недосконалості, монотонної атмосфери, численних табу тощо.

Зауважено, що вплив медійної ангажованості як фестивалі, розваг, ігор, реклами сприяють входженню до уявних світів, даючи можливості щодо реалізації потенціалу фантазії й творчої уяви людини. Картини світу, перенесені з кіберпростору та екстрапольовані на реальність, що постають у вигляді привабливих візуальних образів у атрактивному світі гіперреальності, нерідко постають життєвою драмою для людини-втікача.

З'ясовано, що фестивална ідеологія продукує спеціально сконструйовані медіа-події як джерело насолоди, що доставляються додому поза особливими зусиллями з боку індивіда. Численну кількість подібних «Event», «Fest» конструює, наприклад, шоу-бізнес, Інтернет, YouTube, яких можна назвати генераторами щастя, завдяки яким конструюється ескапістична модель буття сьогочасної людини – усамітнення як свята і знаходить адресність у сучасній культурі.

ВИСНОВКИ

Відповідно до логіки побудови концептуальних та змістовних положень дисертаційного дослідження здійснено наступні теоретичні узагальнення у формі висновків:

1. Концептуалізовано феномен фестивалізації культуротворчості як перехідної моделі некласичної фестивалної культури з інтенцією на гіперболізовану процесуальність, яка відходить від онтологічності свята та набуває рис технологічності, викликаючи до життя нові форми сьогочасних святкування, зокрема незвичайних («День покупки музичного інструменту» 22 травня 2021 року, «Всесвітній день паролів» 06 травня 2021 року тощо), маркованих як «Fest» («Картулі фест», «Боржомі фест», «ГолольFest»), «Event», фестивалні рухи тощо.

Якщо онтологія свята утримувала константний характер, аксіологічну осмисленість події, приналежність до системи смислотворних цінностей, протиставлення будням, то технологія фестивалізації, навпаки, позначена динамічним, партикулярним та нелінійним контекстом, не протиставляється

повсякденності, не суперечить їй, а почасти зливається, заповнюючи її простір. Звертаючи увагу на відомі історії людства періоди переходу від одних форм і принципів управління індивідуального та суспільного виробництва засобів існування до іншого, можна помітити майже у всіх, а особливо в сфері матеріально-виробничими процесами, ключовими виступають не стільки соціокультурні обумовленості трансформації, а скільки цивілізаційно-технологічні (ідеологічні, економічні, фінансові, торгові, політичні, юридично-правові), основою яких постає прагматичний інтерес.

Сьогочасне свято, набуваючи гіперболізованої процесуальності, шляхом залучення запозичених культурних індустрій як схвальних практик, перетворюється на «вічне свято», позбавлене меж «від» і «до», характерних для класичної традиції. Так, фестивалія як процес тотального освяткування дійсності є сьогочасним явищем, породженим глобалізаційними та альтерглобалізаційними процесами, які насамперед пов'язані з маркетинговою культурою, а саме, комерційною сферою, де домінують виступають категорії надлишкового (сфера споживання), а не піднесеного (естетична, емоційна царини), позначена корпоративним та представницьким змістом, де сутнісна основа підміняється іміджевими й брендовими аспектами. Іншими словами, явище фестивалії розуміється як гіперболізація святкового компонента в повсякденному житті, де активна, а подекуди, і основна роль відводиться «Homo festivus» – Людині, що святкує.

2. Здійснено категоризацію та диференціацію основних смислових елементів і дискурсів дослідження. Проаналізовано специфіку фестивалії як динамічної та актуальної моделі сучасної культури, яка не є статуарною, замкнутою системою, а позначена динамічним характером масової чи, точніше, урбаністичної комунікації, яка формується в лакунах глобалізаційних та альтерглобалізаційних ініціатив та проектів.

Фестивалія як процес тотального освяткування дійсності, який технологізується, прагматизується, перетворюється на своєрідну гіперфестивну реальність комунікативної поведінки, своєрідне одивнення, коли людина задовільняється знаково-конфігуративними зоровими предикатами, які викликають в уяві образ свята, дива. Звідси, комплекс фестивальної реальності – гіперфестивності, що конструюється шляхом віртуальної, перформативної, презентаційної форм інформації. Продукування віртуального образу в рекламі, несе в собі реалії брендингу, які так чи інакше формують регіональні традиції, національні традиції, що свідчать про альтерглобалістські ініціативи. Поєднуючи, з одного боку, численну кількість артефактів, фестивалія не виключає ідентичності, що формується в межах тієї чи іншої комунікативної єдності, з іншого, постаючи водночас проектом альтерглобалізму.

Вихід на арену сучасної культури репрезентанта «Homo festivus» полягає, на наш погляд, у тім, що в архаїчних і меншою мірою цивілізованих суспільствах, традиція все таки відстежувала процес перевтілення чи одягання маски на святі, переходу Homo Sapiens до Homo festivus і, навпаки,

подальшого виходу з нього. Іншими словами, людина одягала маску під час відведеного святкового й регламентованого часу, а сьогочасна фестивація, будучи тотальним освятковуванням, непомітно продовжує перебування людини в ній, де маска постає вже повноцінним ликом людини, цьому сприяє проект глобалізму щодо «дарувальників ідентичностей» (З. Бауман). Феномен «Homo festivus» позначений культуро-антропоцентристським характером, оскільки продукує індивідуальні, побутові, політичні, громадські, ідеологічні, творчі компоненти соціального та культурного життя людини. Фестивація здатна поставати ареною тотальної єдності продукування / споживання, їх симулякровою референцією як ідентифікацією, зрежисованою шляхом мистецької та естетичної реальностей в контекстах маркетингових комунікацій медіакультури. За подібного бачення вона створює системи масової чи, точніше, урбаністичної комунікації, що формуються в лакунах глобалізаційних та альтерглобалізаційних ініціатив та проектів.

3. Досліджено, що фестивна культура, як і культура загалом, у її феноменологічному розумінні розглядається як узагальнений аспект усіх феноменів, що потрапляють до поля зору людської свідомості, тобто соціальних, політичних, ідеологічних, економічних, урбаністичних, гуманітарних, природничих, технічних, історичних, психічних тощо. Звернення до феноменологічної традиції Е. Гуссерля, М. Гайдегера та їх послідовників, які онтологізували модус людської суб'єктивності щодо конституювання дослідницьких феноменів – свята та фестивації – зумовлене, з одного боку, вивільненням феномена свята з редуکتивних моделей об'єктивістського, психологічного та натуралістичного зразків, з іншого, – розширення його горизонтів щодо іномірних форм існування як фестивації, яка є конструкцією з множинністю значень. Осягнення її, передовсім, означає визнати її природу множинного тлумачення шляхом протиставлень явного, неявного, присутнього та відсутнього дискурсів. Цінність феноменологічного методу якраз і полягає в тому, щоб розкрити наявні в фестивації невідповідності, котрі вказують та конфлікт її значень як процесуальної категорії (освятковування дійсності). І тут якраз той випадок, коли невідповідність або суперечність не виступають маркером недосконалості, а навпаки, припускають присутність іншої оптики бачення, за допомогою якої підтримується зв'язок не просто відвертого бачення, а того, що «трапляється на її периферії» (Дж. Сторі).

Осмислення дискурсивності проблеми фестивації, пов'язане з генеалогією та рефлексією культури, де перша виявляє подібність, проформу, тотожність із святом, а друга – орієнтована на відмінність й розпізнання «іншості», формоутворюючі конструкти. Останню доволі часто пов'язують з постколоніальним поворотом, для якого вирішальним є принцип визнання культурних відмінностей та дискурс щодо них поза межами систематизації.

4. Обґрунтовано доцільність та правомірність залучення до культурологічного вжитку понять «фестивація», «Homo festivus»,

«артистократ» як певних термінологічних новацій, котрі, з одного боку, апелюють до своєрідного наукового архіву, історії формування понять, теоретичних конвенцій, у межах яких відбувається його термінологічне оформлення. Так, поняття «Homo festivus», як і «Homo ludens», «Homo faber», «Homo sapiens», «Homo laborans», «Homo symbolicum» та інші є притаманними для наукового культурологічного дискурсу, що дозволяє автору послуговуватися ними як аналітичними категоріями щодо контекстного означення представника чи репрезентанта фестивальної культури. З іншого боку, науки про культуру тісно взаємодіють із мовою повсякденності, багатомірними дискурсивними практиками в її межах, що спричиняють контекст її функціонування в найрізноманітніших дискурсах, змінюючи формат власного застосування (шляхом інтерпретації). Причиною даного процесу постає своєрідне «прирощування» понять із одного наукового дисциплінарного локусу до іншого, що в контексті «епістемологічного розриву» (Г. Башляра) дає підстави для впровадження до дослідницького обігу власного інноваційного словника. Таким чином, визначаються наступні суб'єкти дискурсу як «Homo festivus (Ф. Мюре), артистократ, актор (М. Вебер), актор (П. Паві), агент у політичному, ідеологічному святах у межах реальності, яка проектує їх діяльність, життя й внутрішній світ як комунікативну єдність.

5. Аргументовано смислові конотації концептів «сакрального» та «профанного» в проекції неklasичної культури з інтенцією на інверсії й перетворення, що позначені зміною конвенціональних складових й уможливають появу принципово відмінних позицій, а саме, відходу від уявлення щодо існування їх у чистому вигляді та розуміння того, що вони утворюють «третій простір» (Гомі Бгабга), зокрема, «сакральне в секулярному», гібридизації (Пітерзе), «гетеротопії» Мішеля Фуко. Даний метод інтерпретації дозволяє відійти від дихотомій та бінарних категоризацій, які притаманні класичній культурі. Амбівалентна природа «сакрального» і «профанного» в контексті класичної культури розуміється як природна, оскільки ключова її категорія «межовості» мігрує з людиною впродовж всього життя, постаючи світоглядним зіткненням, де локус закінчення одного автоматично створює простір зустрічі з іншим. Це трансгресія, межа переходу між дозволеним і недозволеним, можливим і неможливим, що включена до соціального життя, і є водночас порушенням кордону не між світами людини і природи, а між царинами профанного і сакрального. Саме про цю межу як трансгресію висловлювався Ф. Ніцше у праці «Народження трагедії із духу музики», розмиваючи її між аполонівським витокі культури та діонісійським началом і, водночас, поєднуючи у просторі трагедії.

Фестивація засвідчує свято медіадискурсу, усунення часу «від і до» й культивує хронотопу як простору, де дискурс влади, презентація свята як видовища та розважальності згодом перетворюється на популярні Fest проекти. Останні, у свою чергу, засвідчують перманентну культивує повсякдення, тобто, уприсутнюючи себе в якості новітніх ритуалів, задають

інтенцію щодо сакральності. Відтак, такі культурні моделі як ігрові атрактори, так само як і туризм, і секулярні вчення релігійного характеру постають носіями культивациі й технологіями фестиваціі в реаліях сьогодення. Отже, фестивація, позначена ознакою нової сакральності прагматичного типу, в якому традиційні сакроси девальвуються й дедалі потужніше орієнтуються на природний код як ескалацію потреб, що визначають людину в світлі побутово-орієнтованої вітальності.

6. Проаналізовано специфіку феноменів фестиваціі, карнавалізаціі, дозвіллевості, механізми вияву їх принципів та характерних рис функціонування. Сьогодні актуалізуються процеси як фестиваціі, так і карнавалізаціі сучасної культури, культуротворчості; обоє позначені процесуальністю привнесення в культуру рис та принципів, притаманних свята та карнавалу, відповідно, отримавши назву фестиваціі та карнавалізаціі. Однак, карнавал, будучи одним із різновидів свята, утримує у своєму традиційному розумінні протистояння офіційній культурі, в той час, коли фестивація постає синтетичним моделюючим феноменом сучасної культури, в якій інтегруються форми політичного, інформаційного, видовищного характерів. Явище фестиваціі, зумовлене гетерогенністю, пресингом культурних індустрій та уніфікацією стратегій апропріаціі вільного часу, постає швидше не «святом за потребою», а «святом за вимогою». Присутність подібного перетворювального потенціалу фестиваціі, пов'язано з розширеним розумінням соціальної, урбаністичної, політичної, економічної, історичної, повсякденної складових у сучасній культурі та ідеологічними практиками.

7. Концептуалізовано фестивацію як особливу семіотичну систему, оскільки свято як універсалія культури передбачає репрезентацію культурного досвіду людства, що фіксується в символах та відтворюється в ейдетичній пам'яті, світоглядних конструкціях, етимологічних особливостях мови, образах мистецтва тощо. Дослідження актуалізує інтенцію в царині семіотичних процесів, котрі постають вагомою частиною нашої реальності, оскільки знаки є первинними у нашому творенні, з них формуються знакові системи. Фестивація пов'язана з демонстрацією реалій та символів, що знаходять вираження в інституалізованому Event-дійстві та уможливаються за допомогою аналізу семіотичних конструктів, інтегрованих маркетингових комунікацій сучасної фестивальної культури, трансформації якої спричинені зростанням знакових структур у взаємодіях різних середовищ.

Семіотичний дискурс щодо фестиваціі задає тим чи іншим чином аксіологічні та світоглядні інтенції на сьогочасну популярну культуру. Презентація та фетишизація престижних речей та послуг, кітчеві агломерації, мода як глем-презентація образу людини створюють перманентне свято, що не сходить з екрану чи сцени медійних та масових сценічних арт-локацій. Знаки як медіатори безпосередньо беруть участь в конструюванні фестивальної культури шляхом різноманітних форм комунікацій. А процес конструювання нових смислів відбувається шляхом заміщення та підміни означуваного потрібними знаками (відповідно ідеології), коли настає відчуття власної

причетності щодо самої події й перенесення до заданої символічної реальності як справжньої.

8. Виявлено, що структура ритуалу володіє високою вітальною потенційністю щодо висвітлення перформативної практики як культурної техніки подолання криз, переходів у світових спільнотах шляхом поєднання свята й ритуалу, лімінальності, що відкриває концептуальну територію й дозволяє сприймати фестивалі як перформацію в контексті просторового явища. Адже, інсценувальний характер дійств, притаманний як фестивалю, так і певним моделям репрезентації: спорту, політики, релігії, театру тощо. Тут варто відрізнити дії політичних акцій, які орієнтовані на прагматико-телеологічні інтереси від художніх. Останні, піддаючи сумніву усталену модель, ставлять у безвихідь звичні погляди, окреслюють проблему; а щодо політичних акцій, то тут інша форма взаємовідносин з аудиторією. А саме, аудиторія для аукціоніста – це співавтор, вдумливий і критичний співучасник, для політика – противник або прихильник, перформер грає з аудиторією, політик – на аудиторію, актор – для аудиторії. Адже інтерес у кожного різний: для перформера – художній образ, політика – влада, актора – переконлива гра. Фестивальні ідеології використовують як метод формування системи політичних, правових, релігійних та інших поглядів суспільства, оскільки масовий характер свят і принципи їхньої театралізації обумовлюють високий ступінь емоційного включення оточуючих. Фестиваль тут постає унікальною ареною можливості перевтілювати власну природу, враховуючи просторові умови історичної, соціальної та політичної дій, і є моделюючим феноменом, у якій інтегруються форми політичного, інформаційного, видовищного характерів.

9. Визначено феномен ескапізму як культуротворчу модель – втечі «до свята», виникнення якої зумовлене наступними чинниками: розширенням культурного простору свободи; посиленням споживчої складової в культурі; виникненням медіа середовища, котре інтегрує інформаційні технології до тіла культурного простору. Інтегровані маркетингові комунікації, зокрема, пов'язані з рекламою, модою утворюють надзвичайно насичений і рефлексивний простір, де формуються, адаптуються та абсорбуються стратегії сприйняття, які впливають на людину неоднаково, почасти радикально (творчий екстремізм). Історія урбаністичного розвитку суспільства свідчить про дедалі виражене прагнення індивіда «відокремитися» від суспільного життя і створити свою, інтимну, приватну модель, котра випадає із загального соціального простору. Проявом ескапізму як «втоми від буденності», «втоми від Іншого», однак з присмаком стилю, еталонності, фестивалю є, до прикладу, туризм як прагнення індивіда «відокремитися» від суспільного життя і створити свою, інтимну, приватну модель, котра випадає із загального соціального простору. Численну кількість «Event», «Fest» конструює, наприклад, шоу-бізнес, Інтернет, YouTube, яких можна назвати генераторами щастя з «доставкою додому». Так, конструюється ескапістична модель існування сьогочасної людини – усамітнення як свята й знаходить адресність у сучасній культурі.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії

1. Бабушка Л. Д. Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі : монографія. Київ : Видавець ПП Лисенко М. М., 2020. 272 с.

Рецензія : Теоретичне переосмислення феномену фестивалі у сучасному культурознавстві // Гуменюк Т. К. Питання культурології : науковий збірник. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2020. С. 280-283.

2. Бабушка Л. Д. Проблема присутності та відсутності людини в культурному-цивілізаційному просторі сучасності // Людина в сучасному цивілізаційному процесі: філософсько-культурологічні та етико-естетичні виміри: колективна монографія. Ніжин : ТОВ Видавництво «Аспект-Поліграф», 2014. С. 5-23.

3. Бабушка Л. Д. Homo Festivus : репрезентант сучасної фестивальної культури // Культуротворчі виміри людини в сучасному універсумі: колективна монографія. Київ : Видавництво Ліра-К, 2019. С. 211-235.

4. Бабушка Л. Д. Национальная и космополитическая идентичности: новые измерения в контексте современной культуры // Человек пожи(р)нающий смыслы культуры в д(р)епрессивных трендах цивилизации: коллективная монография. Великий Новгород : НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2016. С. 325- 350.

5. Babuszka L. Problem wojny i pokoju: refleksje egzystencjalno-kulturowe : monografia // Wojna / pokoj Polsko-Ukraińskie Centrum Studiów Humanistycznych Uniwersytetu Zielonogórskiego. Polska, Zielona Góra, 2017. S. 70-85.

Навчальний посібник

6. Бабушка Л. Д. Семіотичні виміри культури // Філософія культури: основні поняття, напрями, персоналії : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Андрущенко Т. І., Антонюк О. В., Беспалий В. А., Бровко М. М., Федоренко М. О. та ін.; за заг. ред. проф. М. О. Тимошенка. Київ-Чернівці : Букрек, 2020. С. 97-109.

Статті в наукових фахових виданнях України та публікації у фахових наукових періодичних виданнях, що індексуються в міжнародних наукометричних базах

7. Бабушка Л. Д. Від свята до фестивалі: культурна травма в дискурсі? // Київське музикознавство. Культурологія та мистецтвознавство: збірка статей Київського інституту музики імені Р. М. Глієра. Київ : КІМ ім. Р. М. Глієра, 2016. Вип. 53. С. 14-23.

8. Бабушка Л. Д. Ритуальна та ігрова доміанти в просторах свята й фестивалі: культурологічний аспект // Українська культура : минуле, сучасне, шляхи розвитку: наук. зб. Рівне : РДГУ, 2016. Вип. 23. С. 92-99.

9. Бабушка Л. Д. Фестивалі як глобальна технологізація свята: філософсько-культурологічний аналіз // Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. Київ : НАКККіМ, 2016. № 2. С. 11-17

10. Бабушка Л. Д. Фестивократія в контексті нової повсякденності // Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського: науковий журнал. Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2016. № 2. С. 106-114.

11. Бабушка Л. Д. Festive видовище як феномен візуальної медіа культури // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: збірник наукових праць Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Міленіум, 2017. Вип. XXXVIII. С. 3-14.

12. Бабушка Л. Д. Ескапізм як принцип культуротворчості: робінзонада постмодерного Festive // Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського: науковий журнал. Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2017. № 1 (34). С. 92-101.

13. Бабушка Л. Д. Festive: технологія гламуру та маркетинг-мікс глобалізаційних практик // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: науковий збірник. Рівне : РДГУ, 2017. Вип. 25. С. 130-136.

14. Бабушка Л. Д. Фестивалі та свята: культуротворчі моделі динамічності та константності буття // Київське музикознавство. Культурологія та мистецтвознавство: збірка статей Київського інституту музики імені Р. М. Глієра. Київ : КІМ ім. Р. М. Глієра 2017. Вип. 55. С. 33-42.

15. Бабушка Л. Д. Фестивалі – дозвіллева – спортивна практики в проєкції глобалізаційних тенденцій культури // Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського : науковий журнал. Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2017. № 3 (36). С. 125-133.

16. Бабушка Л. Д. Культуротворчий ескапізм: амплітудність та межовість феномена // Магістеріум: культурологія. Київ : Києво-Могилянська академія, 2018. Вип. 70. С. 13-18.

17. Бабушка Л. Д. Маркери «сакральне» і «профанне» у становленні фестивалі моделі сучасного культурного простору // Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського: науковий журнал. Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2018. Вип. 4 (41). С. 78-88.

18. Бабушка Л. Д. Семіотика комунікації в практиках конструювання фестивалі культури // Питання культурології: науковий збірник. Київ : КНУКіМ, 2018. С. 160-170.

19. Бабушка Л. Д. Фестивалі в проєкції глобалізму та альтерглобалізму // Культура і сучасність : альманах. Київ : Міленіум, 2018. № 1. С. 15-20.

20. Бабушка Л. Д. Фестивалі культуротворчості в просторі повсякденності // Культурологія та мистецтвознавство: збірка статей

Київського інституту музики імені Р. М. Глієра. Київ : КІМ ім. Р. М. Глієра, 2018. Вип. 57. С. 22-33.

21. Бабушка Л. Д. Фестивація як ритуалізований арт-простір у вимірах глобалізму та альтерглобалізму // Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. Київ : НАКККіМ, 2018. № 2. С. 15-20.

22. Бабушка Л. Д. Фестивація як тотальна артизація культури повсякденності // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: наук. зб. Рівне : РДГУ, 2018. Вип. 26. С. 95-101.

23. Бабушка Л. Д. Фестивація та карнавалізація: проблема дискурсивності в сучасній культурі // Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського: науковий журнал. Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2019. Вип. 1(42). С. 113-123.

24. Бабушка Л. Д. Фестивація: технології полікультурного конструювання // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: наук. зб. Рівне : РДГУ, 2020. Вип. 35. С. 174-179.

Публікації в наукових періодичних виданнях України, що індексуються в міжнародних наукометричних базах та в наукових періодичних виданнях інших держав за напрямком, що входять до міжнародних наукометричних баз

25. Бабушка Л. Д. Феноменологія свята: культурологічний аналіз // Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. Київ : Міленіум, 2017. № 1. С. 18-23.

26. Бабушка Л. Д. Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі // Вісник Маріупольського державного університету: філософія, культурологія, соціологія : збірник наукових праць. Маріуполь : Вид-во МДУ, 2017. Вип. 14. С. 32-40.

27. Бабушка Л. Д. Фестивація як конструювання постмодерної festive гіперреальності в контексті розвитку культури // Znanstvena misel journal. Slovenia, Ljubljana, 2017. № 3. С. 21-26.

28. Бабушка Л. Д. Фестивація як ескапічна рефлексія: робінзонадні лакуни культуротворчості // Вісник Маріупольського державного університету: філософія, культурологія, соціологія: збірник наукових праць. Маріуполь : Вид-во МДУ, 2018. Вип. 15. С. 18-24.

29. Бабушка Л. Д. Концептуальні маркери «свое» і «чуже» в фестивальному комунікативному просторі // Najnowsza słowiańska literatura i kultura popularna. Figury swojskości i obcości współczesnego świata w literaturze i kulturze popularnej krajow słowiańskich. Zielona Góra, 2019. 2019. С. 187-199.

30. Babushka L., Sarakun L., Drapohuz V., Popova O. The Interactions Between Cosmopolitanization And Migration : New Trends // International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT) 2019. Volume-9, Issue-2, December, P. 652-656.

Публікації в інших наукових виданнях та збірниках матеріалів конференцій

31. Бабушка Л. Д. Гуманізм та інновації: проблема взаємовідносин на сучасному етапі // Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті : матеріали 75-ої наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів, 13-14 квітня 2009 р. Київ : НУХТ, 2009. С. 26.

32. Бабушка Л. Д. Естетика в культурі повсякденності // Філософія повсякденності: матеріали міжн. науч. конф. 17 жовтня 2009 г. Київ : «Центр практичної філософії», 2009. С. 12-13.

33. Бабушка Л. Д. Естетичні смаки молоді та сучасне суспільство споживання // Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті : матеріали 76-ої наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів, 13-14 квітня 2009 р. Київ : НУХТ, 2010. Ч. 1. С. 22.

34. Бабушка Л. Д. Соціальна відповідальність особистості // Викладання психолого-педагогічних дисциплін у технічному університеті : соціально відповідальний вимір : матеріали VII міжнар. наук.-метод. конф., 13-14 жовтня 2011 р. Київ : 2011 р. С. 8-9.

35. Бабушка Л. Д. Людиномірність як система координат в гуманітарному поступі нації. Київ : ПАРАПАН, 2011. № 41. С. 94-98.

36. Бабушка Л. Д. Проблема «присутності» та «відсутності» людини в культурі сучасності // Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали всеукр. наук. конф. викладачів, аспірантів, співробітників та студентів, 19-20 квітня 2012 р. Суми : Сумський державний університет, 2012. Ч. 2. С. 65-67.

37. Бабушка Л. Д. Роль самостійної роботи як фактору самовиховання у формуванні сучасного фахівця // Виховна робота у вищому навчальному закладі – невід’ємна складова підготовки висококваліфікованих фахівців : традиції та новаторство : матеріали всеукраїн. наук.-метод. конф. 21 листопада 2013 р. Київ : НУХТ, 2013. С. 67.

38. Бабушка Л. Д. Гуманітаризація як концепт особистісної ідентичності в культурі сучасності. Київ : ПАРАПАН, 2013 (№ 47). С. 53-57.

39. Бабушка Л. Д. Проблема надособистісного в світлі індивідуального: естетико-культурологічний аспект (перечитуючи В. Розанова) // Дні науки філософського факультету – 2014: матеріали доповідей та виступів міжнар. наук. конф., 15-16 квітня 2014 р. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. Ч. 2. С. 56-58.

40. Бабушка Л. Д. Патріотизм як базовий архетип сучасного суспільства // Патріотизм у системі сучасних суспільних цінностей : матеріали XV наук.-практ. конф. Київ : ВНЗ «Національна академія управління», 2016. С. 104-105.

41. Бабушка Л. Д. Свято й повсякденність: від протистояння до узгодження // Дні науки філософського факультету – 2016 : міжн. наук. конф., 20-21 квіт. 2016 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.:

А. Є. Конверський [та ін.]. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2016. Ч. 5. С. 143-145.

42. Бабушка Л. Д. Феномен політичного свята в динаміці культурно-історичного процесу // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті: матер. 82 міжн. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів 13-14 квітня 2016 р. Київ : НУХТ, 2016 р. Ч. 4. С. 107-108.

43. Бабушка Л. Д. Фестивація як глобалістська стратегія комунікації в сучасному просторі культури // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті: матеріали 83 міжнар. наук. конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 5-6 квітня 2017 р. Київ : НУХТ, 2017 р. Ч. 4. С. 92-93.

44. Бабушка Л. Д. Festive: маркетинг-мікс глобалізаційних практик // Інформація та культура в забезпеченні сталого розвитку людства: зб. матер. міжн. Інтернет-конф., 15 листопада 2017 р. Маріуполь : МДУ, 2018. С. 166-168.

45. Бабушка Л. Д. Конструювання постмодерної Festive індустрії: глобалістський та альтерглобалістський проект // Національні культури в глобалізованому світі: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практич. конф., м. Київ, 6-7 квітня 2017 р. Київ : КНУКіМ, 2017. С. 361-363.

46. Бабушка Л. Д. Концептуальні маркери «своє» і «чуже» в фестивальному комунікативному просторі // Категорії свого-чужого в сучасному світі в популярній літературі й культурі слов'янських країн, що проводиться в межах циклу «Новітня слов'янська популярна література і культура» (м. Зелена Гура, Польща), 18-19 жовтня 2018. Зелена Гура : Зеленогурський університет, 2019. С. 187-199.

47. Бабушка Л. Д. Культуротворчі виміри ескапізму / «Україна – Польща: діалог культур»: зб. матеріалів міжн. наукового симпозиуму, Київ, 19-21 квітня, 2018 р. Київ : ІК НАМ України, 2018. С. 14.

48. Бабушка Л. Д. Фестивація як глобалізаційний та альтерглобалізаційний проект // Дні науки філософського факультету – 2018: міжн. наук. конф. філософського факультету, 26-27 квіт. 2018 р.: [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2018. Ч. 3. С. 128-130.

49. Бабушка Л. Д. Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів культуротворчому просторі // Культурологія та соціальні комунікації: новаційні стратегії розвитку: міжн. наук. конф (м. Харків, 23-24 листопада 2017 року). Харків : Харківська державна академія культури, 2017. С. 41-42.

50. Бабушка Л. Д. Фестивація як конструювання постмодерної festive реальності в сучасній культурі // Дні науки філософського факультету – 2017: міжн. наук. конф. філософського факультету, 25-26 квіт. 2017 р.: [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2017. Ч. 4. С. 113-116.

51. Бабушка Л. Д. Ескапізм: культуротворча модель в дискурсивних практиках глобалізму та альтерглобалізму // Економічні, політичні та культурологічні аспекти європейської інтеграції України в умовах нових глобалізаційних викликів: міжн. наук.-прак. конф., 16-17 квітня 2018 р. Ужгород : ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2018. С. 372-375.

52. Бабушка Л. Д. Фестивація в дзеркалі повсякдення культури XXI століття // Філософія подієвої культури: теорія та практика : матеріали всеукраїн. наук.-прак. конф., 26-27 березня 2020 р. Київ : КНУКіМ, 2020. С. 15-17.

АНОТАЦІЯ

Бабушка Л. Д. Фестивація культуротворчості як глобалізаційний та альтерглобалізаційний проекти. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора культурології за спеціальністю 26.00.01 – Теорія та історія культури (культурологія). Національна музична академія України імені П. І. Чайковського. Міністерство культури та інформаційної політики України. Київ, 2021.

Дисертаційне дослідження присвячене проблемі фестивалізації культуротворчості як актуальній динамічній моделі сьогочасної святкової культури в проекції глобалізаційних та альтерглобалізаційних процесів. У дослідженні обґрунтовується трансгресивний характер свята в напрямку фестивалізації, шляхом залучення запозичених культурних індустрій як схвальних практик, які в глобалізаційній моделі як домінуючій здатні використовуватися поза межами власного культурного контексту.

Аргументовано розуміння фестивалізації в контексті «десакралізації» традиційних практик свята, що зумовлено, передовсім, глобалізацією культури як факту генералізації традицій, уніфікації смаків, почуттів, соціальної ментальності тощо. Водночас, період глобалізації, позначений втратою конкретного місця, тяжіє до артикуляції проблем локалізації, яка сьогодні перетворюється у вимогу щодо переосмислення самого простору в розумінні культури. Так, набуває теоретичної адресності феномен фестивалізації, який не виключає ідентичності, що формується в межах тієї чи іншої комунікативної єдності, постаючи водночас проектом альтерглобалізму.

Доведено, що фестивалізація виступає специфічним перформативно-інсценувальним способом культуротворення в умовах конструювання фестивальної реальності. Вона спрямована на залучення інших форм свята з різнотипних культур. Фестивалізація, з одного боку, постає культурною побудовою неklasичного типу, співвідносячись із такими маркерами як дозвіллієвість, карнавальність шляхом конструювання, гібридизації, трансгресії, а з іншого – самостійним елементом культуротворчого та соціального просторів XXI століття.

В дослідженні реалізовано експлікацію понять «фестивалізація», «гіперфестивальність», «Homo festive» (людина, яка святкує), «артистократ» як

змістовних понятійних словосполучень, аналітичних категорій щодо предмета дослідження в межах культуротворчої парадигми. Водночас у процесі дослідження застосовано їх пізнавально-креативний потенціал із метою категоризації, концептуального осмислення й теоретичного аналізу фестивалі культуротворчості як глобалізаційної та альтерглобалізаційної моделей.

Обґрунтовано, що фестиваль постає своєрідним комерційним проектом, реалізуючи процес тотального «освятковування» дійсності, особливо в форматах перформативно-інсценувального видовищного дійства, формує аксіологічний простір сучасного суспільства, де творча компонента підміняється ідеологічною, економічною, політичною, що забезпечує їй високу вітальну адаптивність. Фестиваль культуротворчості постає єдністю споживання, продукування і, водночас, їх симулякровою референцією як ідентифікацією, результатом режисерської та спланованої мистецької, естетичної реальностей у контекстах маркетингових інтегрованих комунікацій.

Узагальнено, що онтологія свята трансгресує до технології фестивалі, де Homo festivus, актор, артистократ, агент постають суб'єктами культурологічного дискурсу.

Ключові слова: фестиваль, культуротворчість, Homo festivus, гіперфестивальність, глобалізм, альтерглобалізм, артистократ, актор, комунікація, семіотика, конструювання, перформативність.

АННОТАЦІЯ

Бабушка Л. Д. Фестивізація культуротворчості як глобалізаційний і альтерглобалізаційний проєкти. Кваліфікаційна наукова робота на правах рукопису.

Дисертація на соискание научної ступені доктора культурології по спеціальності 26.00.01. – Теорія і історія культури (культурологія). Національна музикальна академія України імені П. І. Чайковського. Міністерство культури і інформаційної політики України, Київ, 2021.

Дисертаційне дослідження присвячене проблемі фестивізації культуротворчості як актуальної динамічної моделі сучасної святкової культури в проєкції глобалізаційних і альтерглобалізаційних процесів. В дослідженні обґрунтовується трансгресивний характер свята в напрямленні фестивізації, шляхом залучення взаємних культурних індустрій як одобрительних практик, які в глобалізаційній моделі як домінуючій здатні використовуватися за межами власного культурного контексту.

Обґрунтовано, що фестивізація виникає своєрідним комерційним проєктом, реалізуючи процес тотального «опрацювання» дійсності, особливо в форматах перформативного видовищного дійства, формує аксіологічне простор сучасного суспільства, де творча компонента підміняється ідеологічною, економічною, політичною, що забезпечує їй високу вітальну адаптивність.

Аргументируется, что онтология праздника трансgressирует к технологии фестивизации, где актер, артистократ, агент представлены как субъекты культурологического дискурса.

Ключевые слова: фестивизация, культуротворчество, Homo festivus, гиперфестивность, глобализм, альтерглобализм, артистократ, коммуникация, перформативность.

SUMMARY

Babushka L. D. Festivation of cultural creativity as globalization and alterglobalization projects. Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

The dissertation on competition of a scientific degree of the doctor of culturology on a specialty 26.00.01 – Theory and history of culture (culturology). Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine. Ministry of Culture and information politicians of the Ukraine. Kyiv, 2021.

The dissertation research is devoted to the problem of festivation of cultural creativity as the actual dynamic form of modern holiday culture in the projection of globalization and alterglobalization processes. The study *substantiates* the transgressive nature of the nowadays holidays in the direction of the festivation, by involving borrowed cultural industries as endorsing practices that in the globalization model as the dominant can be used outside their own cultural context.

The process of holiday and festivation development is *conceptualized* in the context of "classical – non-classical" paradigms and "popular" culture (J. Seabrook). *It is stated* that the festivation as a dynamic model of the modern holiday appears as a non-classical model of holiday culture against the background of transgressive practices of holiday presentations. Understanding the festivation in the context of "desacralization" of traditional holiday practices is due primarily to the globalization of culture as a fact of generalization of traditions, unification of tastes, feelings, social mentality and more. At the same time, the period of globalization, marked by the loss of a specific place, tends to articulate the problems of localization, which today becomes a requirement to rethink the space itself in the understanding of culture. Thus, the phenomenon of festivation *acquires theoretical targeting*, which does not exclude the identity that is formed within one or another communicative unity, while appearing as a project of alterglobalism.

The study *implemented* the explication of the concepts "festivation", "hyperfestivity", "Homo festive" (person who celebrates), "aristocrat" as meaningful new conceptual phrases, categorical innovations and approaches to the subject of study within the cultural paradigm. At the same time, in the process of research their cognitive-creative potential was applied for the purpose of categorization, conceptual comprehension and theoretical analysis of the festivation of cultural creativity as globalization and alterglobalization models.

The study of festivation involves *clarifying* the personalized subject of even total globalization, which is "Homo festive", agent, actor, aristocrat, because the

action of globalization or alterglobalization intentions is always personalized and focused on the unity of consumption and production of information.

It is *substantiated* that the festivation is a kind of commercial project, realizing the process of total "celebration" of reality, especially in the formats of performative action, forms the axiological space of modern society, where the creative component is replaced by ideological, economic, political, which provides it with high vitality. It was *found* that the formation of hyperfestive ideology, a kind of celebration of life, where mass culture becomes the main cultural form, corresponding to the economy of consumption and demonstrates what in the 1970s in relation to Western society was characterized by Philip Slater as the birth of "new consciousness" – proceeds from the project of the economy of prosperity. The French philosopher Louis Althusser intends the perception of ideology not only on a set of ideas, but also on material practices, where certain rituals and customs force us to adhere to the social order, which is characterized by great inequality in the distribution of wealth, status and power.

The Festivation of Cultural Creativity appears as a total unity of consumption, production and, at the same time, their simulacrum reference as identification, the result of directorial and planned artistic, aesthetic realities in the contexts of marketing integrated communications, media culture space-time and forms globalization systems initiatives, projects and counter-proposals.

The specificity of the phenomenon of festivation was *revealed* as a special semiotic system associated with the demonstration of realities and symbols that express the institutionalized event (event), which ensures the full presence of its participants in this field. Festivation as a semiotic system allows to speak not only in the field of new technologies, transgressive situations, figurative means of information presentation, but in the context of changing images of human existence, which is associated with the simulative subject or concept F. Mure "Homo Festivus", which is part of both the producer and the recipient. The modern hyperfestive world has transformed the holiday into a spectacle and show business, with which Homo Festivus is inextricably linked with the umbilical cord of subject-object relations and at the same time acts as a skilled director and an active participant.

It is *generalized* that the ontology of the holiday transgresses to the festivation as a technology of informative-transformative discourse, where the actor, aristocrat, agent of cultural creation becomes the subject of the discourse. Ultimately, all these connotations help to define the anthropological, semiological, culturological, ethical, aesthetic realities of the festivation as globalization and alterglobalization projects.

Keywords: festivation, cultural creativity, Homo festivus, hyperfestivity, globalism, alterglobalism, aristocrat, actor, communication, semiotics, construction, performativity.