

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ПІДСТАВИ ПОДІЄВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Лаврентьєв І. С., *ivanlan7380@gmail.com*
*Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

У наш час досить поширеною є практика створення спеціальних подій для просування товарів, компаній, ідей, цінностей. Вона є цілком виправданою, оскільки правильно організовані такі заходи допомагають досягти поставленої мети й реалізувати при цьому інформаційні, іміджеві, репутаційні та інші цілі. Така ситуація актуалізує необхідність дослідження нового різновиду соціокультурних комунікацій – подієвих, в основі яких лежить цілеспрямована символічна дія [4, с. 419].

Поява подієвих комунікацій обумовлена соціокультурними трансформаціями, якими позначилося минуле століття: змінилися процеси виробництва і споживання товарів (на перший план вийшли символічні характеристики), відбулися зміни в сфері збереження і передачі інформації (що дозволило розширити цільову аудиторію спеціальних подій та урізноманітнити технології в організацію самих подій), значно розвинулись інструменти реклами і PR-технологій, а тому виникла необхідність пошуку нових більш результативних способів взаємодії з цільовою аудиторією, щоб повідомлення, яке транслюється, могло бути зрозумілим без значних втрат і спотворень інформації.

Зрозуміти сутність подієвих комунікацій допоможе звернення до їх витоків, які знаходяться в святковій культурі та такому феномені культури, як гра. Свято – одна з найдавніших форм людської культури, яка виконує ряд важливих соціокультурних функцій:

- ідеологічну, яка полягає в передачі ціннісно-світоглядних установок учасникам свята;
- інтегративну, яка полягає в демонстрації соціальної єдності і солідарності соціальної групи, яка бере участь у святі;
- компенсаторну, свято дозволяє реалізувати бажання, недоступні для реалізації в повсякденному житті;
- рекреативну, що пов'язана зі створенням атмосфери відпочинку, веселощів і радості, які супроводжують кожне свято;
- проектної розрядки, яка полягає в можливості програвання символічної перемоги над злом, втіленим в певному образі [5].

Окреслені функції виражають сутність свята як особливої символічної дії. Передовсім, свято має цільову спрямованість – це подія, яка завжди присвячена комусь або чомусь, «кожне свято пов'язане з певною цінністю, яка є важливою для святкуючої групи» [6, с. 330]. Окрім того, «свято завжди має істотне і глибоке смислове, світоглядне навантаження... воно містить в собі щось з духовно-ідеологічної сфери» [1, с. 14].

Другою суттєвою рисою свята є атмосфера, яку воно створює. Святу притаманні почуття радості, позитивна емоційна спрямованість і піднесений настрій учасників.

«Інакшість» того, що відбувається підкреслюється і особливістю святкового простору і часу. Свято створює особливий ігровий простір, який, як визначенням Р. Кайуа, «здається індивіду якимось іншим світом, де його несуть і перетворюють сили, які його перевершують, ... свято постає як час інтенсивних переживань і перетворення всього його істоти» [2, с. 220]. Як пише М. Бахтін, «в основі свята завжди лежить певна і конкретна концепція природного, біологічного та історичного часу» [1, с. 13]. Його думку підтримує В. Топоров, який виділяє у святі тимчасове відокремлення і включеність в подію всіх його учасників: «... в архаїчній міфопоетичній та релігійній традиції – проміжок часу, що володіє особливим зв'язком зі сферою сакрального, що передбачає максимальну причетність до цієї сфери всіх учасників свята і сприймається як певне інституціалізоване дійство» [3, с. 217].

Гра як феномен культури – це передовсім особливий «тип поведінки, що розгортається в межах певного місця, часу, сенсу, зримо упорядкований, що протікає за добровільно прийнятими правилами» [4, с. 420]. Виходячи з цього, можемо виділити такі важливі для нас характеристики:

- гра – це передовсім вільна діяльність, вона не залежить від волі інших людей і не обумовлена інстинктами;

- гра відбувається у двох вимірах, вона протікає і в реальному світі і, водночас, у світі уявному, ілюзорному;

- для гри властива просторово-часова замкнутість, вона протікає в певних межах простору і часу, в яких існує «ігровий світ». У неї є початок і кінець, її простір попередньо окреслено. Це ніби тимчасовий світ всередині звичайного, створений для здійснення замкнутої в собі дії. Гра – це заняття по суті своїй відокремлене від решти життя і зазвичай протікає в суворо визначених часових і просторових межах.

- гра створює замкнуті спільноти «посвячених», які вважають за краще оточувати себе таємницею або підкреслювати свою відмінність від іншого світу маскуванням. Гра поглинає все, що потрапило в поле її дії.

Ще однією особливістю гри є те, що вона запускає механізми навчання. Як особлива модель дійсності, вона відтворює певні її сторони, переводячи їх на мову своїх правил. З цим пов'язане навчальне й тренувальне значення гри. В сучасних подієвих комунікаціях це проявляється в такому її різновиді, як тімісгу. Цей вид був виділений Р. Кайуа і передбачає тимчасове прийняття якщо не ілюзії, то хоча б якогось замкнутого, умовного і до певної міри фіктивного ігрового світу. Гра може полягати не в розгортанні якоїсь діяльності, а в тому, щоб стати вигаданим персонажем і вести себе відповідним чином [2, с. 60].

Отже, ігрова природа свята визначає його відокремленість у часі і просторі, водночас вона створює особливий «нереальний» ігровий простір усередині, який об'єднує в собі всі структурні елементи події і людей, які беруть у ній участь,

відокремлюючи їх від зовнішнього світу. У межах такого простору учасники події програють соціальні ролі не типові їм у повсякденному житті, адже новий простір диктує нові правила взаємодії. У такій ситуації запускаються пізнавальні механізми людини, що для сучасних подієвих комунікацій є першочерговим завданням, оскільки дозволяє донести нову інформацію до людини саме в той момент, коли вона готова її сприймати.

Підсумовуючи, можемо зробити певні висновки. Сучасні подієві комунікації беруть свій початок у святковій культурі і мають ігровий характер, а тому вони мають характеристики цих форм культури, а саме: відокремленість у часі і просторі, що дозволяє створювати особливий ігровий світ, і спрямованість на трансляцію певних ціннісних повідомлень. Успішне засвоєння таких повідомлень в подієвих комунікаціях обумовлене ігровою природою взаємодій, які відбуваються всередині події. Гра спонукає учасників до пізнавальної діяльності, що полегшує передачу і засвоєння ціннісних повідомлень.

Список використаних джерел:

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М., 1965. 546 с.
2. Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры. М., 2007. 304 с.
3. Лотман Ю. М. Тезисы к проблеме «Искусство в ряду моделирующих систем». *Статьи по семиотике культуры и искусства*. СПб., 2002. 544 с.
4. Поправко О. В. Івент-менеджмент: сутність і перспективи розвитку в Україні. *Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку* : Матеріали ІІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Херсон, 21 травня 2018 р.). Херсон, 2018. С. 418–421.
5. Поправко О. В. Свято як соціально-культурний феномен: функціональний аналіз. *Гілея: науковий вісник* : зб. наук. праць. К. : «Видавництво «Гілея», 2019. Вип. 142 (№ 3). Ч. 2. Філософські науки. С. 121–125.
6. Топоров В. Н. Праздник. *Мифы народов мира* [у 2 т.]. М., 1991. Т. 2. С. 329–331.

Науковий керівник: *Поправко О. В., кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного*