

Фадеев Денис Андреевич

аспирант Владивостокского государственного университета экономики и сервиса

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ СОБЫТИЙНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация:

Статья посвящена определению социокультурных оснований событийных коммуникаций, в качестве которых предлагается рассматривать праздничную и карнавальную культуру, а также игру как феномен культуры. Представлены основные характеристики праздника и карнавала, выявлены их сходства и различия и проанализирована их игровая природа. В результате проведенного анализа установлены исторически присущие событийным коммуникациям особенности: обособленность во времени и пространстве, особое внутреннее игровое пространство и направленность на трансляцию определенных ценностных сообщений.

Ключевые слова:

событийные коммуникации, специальные события, карнавал, праздник, игра.

Fadeev Denis Andreyevich

PhD student, Vladivostok State University of Economics and Service

SOCIOCULTURAL FOUNDATIONS OF EVENT COMMUNICATIONS

Summary:

The article is concerned with the definition of sociocultural bases of event communications. As such bases the author suggests to consider festive and carnival culture, as well as game as a cultural phenomenon. The paper discusses the main features of the festival and carnival, reveals their similarities and differences, and analyses their game nature. The undertaken research has shown typical historical features of the event communications: isolation in time and space, special internal game space, and focus on the transmission of messages of specific value.

Keywords:

event communications, special events, carnival, festival, game.

В современном обществе создание специальных событий для продвижения товаров, людей, компаний, идей и ценностей становится повседневной практикой. Именно при помощи специальных событий достигаются различные информационные, имиджевые, репутационные и другие цели. Это позволяет говорить о появлении новой разновидности социокультурных коммуникаций – событийных, которые основываются на целенаправленно выстроенном символическом действии [1].

Возникновение событийных коммуникаций во многом связано с трансформациями, произошедшими в социокультурном пространстве XX в.

Во-первых, изменились процессы производства и потребления товаров, в которых на первый план вышли символические характеристики. Эти изменения были отражены в концепциях «демонстративного потребления» (Т. Веблен), «символического капитала» (П. Бурдьё), «экономики впечатлений» (Д. Гилмор), «общества спектакля» (Э. Ги Дебор), «символического обмена» (Ж. Бодрийяр).

Во-вторых, изменения произошли в сфере сохранения и передачи информации (изобретение радио и телевидения, интернета, видеомэппинга и др.). Это позволило расширить целевую аудиторию специальных событий за счет радиослушателей и телезрителей и привнесло новые технологии в организацию самих событий. В результате в значительной мере повысилась результативность событийных коммуникаций.

В-третьих, появились новые художественные практики: «спектакли-митинги» (В.Э. Мейерхольд), «эпический театр» (Б. Брехт), «театр жестокости» (А. Арто), «бедный театр» (Е. Гротовский), «живой театр» (П. Брук), акционизм, хеппенинг и перформанс.

В-четвертых, произошло колоссальное развитие инструментов рекламы и PR: появилась необходимость в разработке новых результативных способов взаимодействия с целевой аудиторией, при которых транслируемое сообщение может быть понято без значительных потерь и искажений в информации.

Несмотря на то что событийные коммуникации нашли наибольшее практическое применение в культуре XX–XXI вв., они имеют богатое историческое прошлое. Для их более детального понимания необходимо обратиться к истокам, которые, по нашему мнению, находятся в праздничной и карнавальной культуре, а также в таком феномене культуры, как игра. Рассмотрение истоков событийных коммуникаций позволит выделить их характерные исторические черты, которые оставались неизменными с течением времени.

Роль праздника в культуре трудно переоценить. Как писал М.М. Бахтин, «празднество (всякое) – это очень важная первичная форма человеческой культуры» [2, с. 13]. Как форма культуры праздник выполняет ряд важных функций:

- идеологическую, заключается в передаче ценностно-мировоззренческих установок участникам праздника;
- интегративную, состоит в демонстрации социального единства и солидарности участвующей в празднике социальной группы;
- компенсаторную, позволяет реализовать желания, недоступные к осуществлению в повседневности;
- рекреативную, связана с созданием атмосферы отдыха, веселья и радости, которые сопровождают каждый праздник;
- проектной разрядки, заключается в возможности проигрывания символической победы над злом, воплощенным в определенном образе [3].

Рассматривая функции, которые праздник реализует в культуре, можно выделить те черты, которые отличают его от других символических действий.

Прежде всего праздник имеет целевую направленность. Как пишет К. Жигульский, это действие всегда посвящено кому-то или чему-то, «каждый праздник связан с определенной ценностью, которая является важной для празднующей группы» [4]. Это подтверждается и тем фактом, что «праздник всегда имеет существенное и глубокое смысловое, мирозерцательное содержание... он содержит в себе что-то из духовно-идеологической сферы» [5, с. 14].

Второй отличительной чертой праздника является атмосфера, которую он создает. Празднику присущи чувство радости, позитивная эмоциональная направленность и приподнятое настроение участников.

Инаковость происходящего подчеркивается и особенностью праздничного пространства и времени. Праздник создает особое игровое пространство, которое, как отмечает Р. Кайуа, «кажется индивиду каким-то иным миром, где его несут и преображают превосходящие его силы, ...праздник предстает как время интенсивных переживаний и преображение всего его существа» [6, с. 220]. Как пишет М.М. Бахтин, «в основе праздника всегда лежит определенная и конкретная концепция природного, биологического и исторического времени» [7, с. 13]. Его мнение согласуется с позицией В.Н. Топорова, который выделял в празднике временное обособление и включенность в событие всех его участников: «...в архаичной мифопоэтической и религиозной традиции – временной отрезок, обладающий особой связью со сферой сакрального, предполагающий максимальную причастность к этой сфере всех участвующих в празднике и отмечаемый как некое институционализированное действие» [8].

Другого мнения по поводу вовлеченности аудитории в праздник придерживается В.М. Пивоев, который выделяет карнавальные и зрелищные праздники. Если участники второго типа праздника делятся на активных исполнителей обрядов и относительно пассивных зрителей, то в карнавальных праздниках такого разделения нет [9, с. 163].

Разделение праздников на зрелищные и карнавные основывается на том факте, что зрелищные праздники в своей основе несут такие формы культуры, как ритуал и обряд, которые предполагают жесткую социальную иерархию, в то время как карнавал «отменяет всякую дистанцию между людьми, они вступают в вольный фамильярный контакт» [10, с. 72].

Такое разделение праздников и аудитории можно обнаружить и в современных событийных коммуникациях. Презентации и другие имиджевые события основываются на зрелищных праздниках, в то время как массовые события – на карнавале.

Среди отличительных особенностей карнавала М.М. Бахтин выделял:

- Двойственность и перевернутость карнавального мира (верх – низ, духовное – телесное, серьезное – смеховое). Карнавал – это мир наоборот, «жизнь вверх ногами», в нем все низменное приобретает сакральный статус.

- Двойственность хронотопа. Карнавал имел жесткие внешние пространственно-временные рамки, но внутри этих рамок каждый человек естественным образом включался в карнавальную жизнь.

- Карнавальную свободу. Во-первых, это свобода от жестких норм религиозных правил; во-вторых, освобождение от корпоративности и социальных норм. Важную роль во время карнавала играет маска, которая скрывает лицо и делает все поступки человека анонимными. Однако при этом маска выполняет еще одну функцию – она позволяет стать другим, примерить новую социальную роль.

- Карнавальный смех, который всенароден, универсален и одновременно веселый, ликующий и высмеивающий.

- Карнавал не знает деления на зрителей и актеров, карнавал – это жизнь [11].

Анализируя приведенные характеристики праздника и карнавала, можно выделить ряд отличительных особенностей: праздник в своем основании несет определенную традиционную социокультурную ценность, в то время как карнавал подменяет их и берет в основу низменное;

праздник предполагает деление на пассивного зрителя и активного участника, а в карнавале все участники активны. Праздник создает атмосферу радости и счастья, карнавал же в своей основе несет смех, в том числе и жестокий, высмеивающий.

Несмотря на приведенные различия, праздник и карнавал обладают существенным сходством: они создают особое время и пространство для взаимодействующих в них людей. Это сходство связано с их игровой природой.

Игра как явление культуры – это прежде всего «некое поведение, осуществляемое в определенных границах места, времени, смысла, зримо упорядоченное, протекающее согласно добровольно принятым правилам. Настроение игры – это настроение отрешенности и восторга, священное или праздничное, в зависимости от того, является ли игра священнодействием или забавой» [12, с. 131]. Близкое по смыслу определение дает К.Б. Сигов, но в его интерпретации мы видим иные смысловые акценты: «Игра – форма свободного самовыявления человека, которая предполагает реальную открытость миру возможного и разворачивается либо в виде состязания, либо в виде представления каких-либо ситуаций, смыслов, состояний» [13, с. 110].

Исходя из данных определений, можно выделить следующие важные для нас характеристики:

– Игра – это прежде всего свободная деятельность. Она не зависит от воли других людей и не обусловлена инстинктами.

– Игра выводит человека за рамки обыденности. Игра – это всегда «как будто». В этом ее двойственность: она выступает как деятельность в реальном мире и одновременно – в мире воображаемом, иллюзорном.

– Игра обладает пространственно-временной замкнутостью. Игра проходит в определенных границах пространства и времени, в которых существует «игровой мир». У нее есть начало и конец, ее пространство предварительно очерчено. Это будто временные миры внутри обыденного, созданные для осуществления, замкнутого в себе действия. В самом деле, игра – это занятие по сути своей обособленное, тщательно изолированное от остальной жизни и обычно осуществляемое в строго определенных временных и пространственных рамках.

– Игра создает замкнутые сообщества «посвященных», которые «предпочитают окружать себя тайной либо подчеркивать свое отличие от прочего мира всевозможной маскировкой». Игра тотально поглощает все, попавшее в поле ее действия.

Еще одной особенностью игры является то, что она запускает механизмы обучения. Как пишет Ю.М. Лотман, «игра – особого типа модель действительности. Она воспроизводит те или иные ее стороны, переводя их на язык своих правил. С этим связано обучающее и тренировочное значение игры» [14, с. 278]. В современных событийных коммуникациях это находит отражение в таком виде игры, как *microworld*. Данный вид был выделен Р. Кайуа и предполагает временное принятие если не иллюзии, то хотя бы некоего замкнутого, условного и в некоторых отношениях фиктивного игрового мира. Игра может заключаться не в разрывании какой-то деятельности, а в том, чтобы стать вымышленным персонажем и вести себя соответствующим образом [15, с. 60].

Так, игровая природа праздника и карнавала определяет их обособленность во времени и пространстве, при этом создавая особое «нереальное» игровое пространство внутри, которое объединяет в себе все структурные элементы события и участвующих в нем людей, отделяя их от внешнего мира. В рамках данного пространства участники события проигрывают не свои повседневные социальные роли, а новые, ранее не используемые или редко используемые роли, так как новое пространство диктует новые правила взаимодействия. Тем самым запускаются познавательные механизмы человека, что для современных событийных коммуникаций является первостепенной задачей, так как позволяет донести новую информацию до человека в тот момент, когда он готов ее воспринимать.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

1. Современные событийные коммуникации укоренены в праздничной и карнавальной культуре и имеют игровой характер.

2. Вследствие такой укорененности они обладают характеристиками данных форм культуры, а именно обособленностью во времени и пространстве, что позволяет создать особый игровой мир, и направленностью на трансляцию определенных ценностных сообщений.

3. Успешное усвоение данных сообщений в событийных коммуникациях связано с игровой природой взаимодействий, происходящих внутри события. Игра располагает участников к познавательной деятельности, что облегчает передачу и усвоение ценностных сообщений.

4. Различия праздника и карнавала позволяют говорить о различиях в современных формах массовых и локальных событий, которые выражаются не только в количестве аудитории, но и в степени ее вовлеченности и ценностях, которые лежат в основе события.

Ссылки:

1. Каверина Е.А. Событийные коммуникации в пространстве культуры XX века // Общество. Среда. Развитие. 2014. № 2. С. 151–155.
2. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М., 1965. 546 с.
3. Карпова Г.Г. Праздник в контексте социальных изменений : дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2001. 157 с.
4. Жигульский К. Праздник и культура. М., 1985. 336 с.
5. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле ... С. 14.
6. Кайуа Р. Миф и человек. Человек и сакральное. М., 2003. 296 с.
7. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле ... С. 13.
8. Топоров В.Н. Праздник // Мифы народов мира : в 2 т. М., 1991. Т. 2. С. 329–331.
9. Пивоев В.М. Философия культуры. М., 2013. 429 с.
10. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского // Бахтин М.М. Собрание сочинений : в 7 т. М., 2002. Т. 6. С. 6–300.
11. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле ...
12. Хейзинга Й. Homo Ludens. Статьи по истории культуры. М., 1997. 416 с.
13. Сигов К.Б. Игра // Современная западная философия : словарь. М., 1991. С. 110.
14. Лотман Ю.М. Тезисы к проблеме «Искусство в ряду моделирующих систем» // Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб., 2002. 544 с.
15. Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры. М., 2007. 304 с.

References:

1. Kaverina, EA 2014, 'Eventful communications in the space of culture of XX century', *Society. Wednesday. Development*, no. 2, pp. 151-155.
2. Bakhtin, MM 1965, *Creativity Francois Rabelais and popular culture of the Middle Ages and the Renaissance*, Moscow, p. 546.
3. Karpova, GG 2001, *Holiday in the context of social change*: PhD thesis, Saratov, p. 157.
4. Zhigulsky, K 1985, *Holiday and culture*, Moscow, p. 336.
5. Bakhtin, MM 1965, *Creativity Francois Rabelais and popular culture of the Middle Ages and the Renaissance*, Moscow, p. 14.
6. Cayua, R 2003, *Myth and person. The man and the sacred*, Moscow, p. 296.
7. Bakhtin, MM 1965, *Creativity Francois Rabelais and popular culture of the Middle Ages and the Renaissance*, Moscow, p. 13.
8. Toporov VN 1991, 'Holiday', *Myths of nations of the world*: in 2 vols., vol. 2, Moscow, pp. 329-331.
9. Pivoev, VM 2013, *Philosophy of Culture*, Moscow, p. 429.
10. Bakhtin, MM 2002, 'Dostoevsky Problems of Poetics', *Bakhtin MM Collected Works*: in 7 vols., vol. 6, Moscow, pp. 6-300.
11. Bakhtin, MM 1965, *Creativity Francois Rabelais and popular culture of the Middle Ages and the Renaissance*, Moscow, p. 13.
12. Huizinga, J 1997, *Homo Ludens. Articles on the history of culture*, Moscow, p. 416.
13. Sigov, KB 1991, 'Game', *Modern Western Philosophy: Dictionary*, Moscow, p. 110.
14. Lotman, YM 2002, 'Theses to the problem of "Art in the series modeling systems"', *Articles on semiotics of culture and art*, St. Petersburg, p. 544.
15. Cayua, R 2007, *Games and people. Articles and essays on the sociology of culture*, Moscow, p. 304.