

Дитячий фестиваль як перформативний феномен Children's Festival As A Performative Phenomenon

ОКСАНА САПІГА

Аспірантка факультету теорії та історії культури
Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського
ksusha.s.art@ukr.net

OKSANA SAPIHA

Postgraduated student of the theory and history culture faculty
Petro Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine
orcid.org/0000-0001-6715-5670

Анотація. Досліджено дитячий фестиваль як перформативне явище, що актуалізує проблему присутності (Г. У. Гумбрехт) як найвищої людиномірної цінності, де між учасниками встановлюються непомітні зв'язки, відмінні від звичної фізичної наявності. Проаналізовано дитячий фестиваль у проекції тілесно-матеріального модусу, дотиків, обмін якими уже закладений в природі перформансу, що дозволяє дитині віднайти себе в модусі чуттєвих, естетичних переживань. З'ясовано, що дитячий фестиваль постає експериментальною площадкою для здійснення творчих інтеракцій між учасниками, живої взаємодії одного з одним. Цінність таких взаємодій, інтеракцій полягає в тому, що під час перформансу безпосередній вплив учасників дитячого фестивалю виявляється набагато продуктивнішим, аніж можливі значення, смисли, та орієнтований на ефект присутності.

Ключові слова: перформанс, дитячий фестиваль, культура дитинства, присутність, інтеракція, ритуал, експеримент.

Постановка проблеми. Взаємозв'язок сьогочасних явищ культури з динамічно виникаючими процесами соціальних дій є очевидним. Продуктивність такого зв'язку постає не лише допоміжним чи інструментальним актом, а конститутивною складовою соціального досвіду. Сьогодні соціальне переконструюється не за зразками звичного суспільства, а постає як «рухлива форма асоціацій», які «виявляються набагато кориснішими для людей, аніж довгострокові зв'язки» [17, р. 57]. Дедалі зростаюча чисельність соціально-орієнтованих, культурно-мистецьких проєктів та артактивістських ініціатив разом із медійною самопрезентацією зумовлюють перегляд звичного відношення між художньою й нехудожньою культурою, мистецтвом й повсякденним життям та зміщення фокусу в бік рухливих гібридних моделей культури.

Проблема фестивальної культури та фестивальних рухів утримує багатовекторну спрямованість дослідницьких запитів, однак центром нашої

уваги постає саме дитячий фестиваль — із акцентами на дитячій творчості, культурі дитинства, їх актуальності, аксіологічній потенційності крізь призму фестивальної культури. Окреслені проблеми спрямовують дослідницьку логіку до лона культурологічного міждисциплінарного підходу. Оскільки й сама культурологія, є «найуспішним прикладом постнекласичної науки: її епістемологічні характеристики формують такий тип відношення, коли мета та цінності дослідника визначають сенс та результати дослідження» [6, с. 17].

Залучення культурологічного підходу до проблеми аналізу дитячого фестивалю як перформативного явища є продуктивним у кількох аспектах: по-перше, можливості розгляду його в проекції концепту присутності, де між учасниками встановлюються непомітні зв'язки, які відрізняються від просто фізичної наявності; по-друге, актуалізації тілесно-матеріального ракурсу, тіла, дотиків, обмін якими вже закладено в самій природі перформансу, що дозволяє дитині віднайти

себе в модусі чуттєвих, естетичних переживань. По-третє, дитячий фестиваль передбачає розгляд виконавської культури, де тісно переплітаються гра, свято, перформанс. Відповідно, дитяче виконавство поряд із фаховою спеціалізованою підготовкою не виключає ігрової комунікації, за допомогою якої постає як своєрідний «театр для самого себе» й сприяє авторському творенню себе.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Окреслена проблематика дитячого фестивалю крізь призму культури дитинства та проєкції перформативності є достатньою мірою новаторською в дослідницькому полі, яка артикулює науковий інтерес найрізноманітніших представників, шкіл у міждисциплінарній оптиці. Значимою джерельною базою дослідження поставали праці наступних авторів: а) звернення до концепту «присутності» Ганса Ульріха Гумбрехта, а саме її нерозривного зв'язку з продукуванням, тобто виявом, дією, висуванням, тими рисами, якими володіє перформативність (відома його праця «Продукування присутності. Що значення не може передати» є ілюстрацією перформативності, оскільки присутність, наділена процесуальністю в контексті динаміки вияву та енергії, пов'язаної з просторово-тілесним виміром людського буття, й характеризує царину взаємовідносин та взаємодії людей); б) концепту перформансу як зміни «твору подією» Еріки Фішер-Ліхте щодо маркерів події перформансу — експериментальності, лімінальності, перманентної невизначеності, інтеракції, автопозису, взаємовпливу тощо; в) дитячого фестивалю як святкової події Михайла Бахтіна, що актуалізує його як можливість співбуття з Іншим, ставленням до Іншого; г) ідея «суспільства перформансу» Бояни Цвеїч у «Нотатках про суспільство перформансу» на відміну «суспільства спектаклю» Гі Дебора в контексті дитячої фестивальної культури шляхом навмисної самодемонстрації та перевтілення; д) концепції популярної культури як продукування підліткового смаку Стюарда Голла та Педді Ваннела; е) теорія маркетинга культури Джона Сібрука «Nobrow. The Culture of Marketing. The Marketing of Culture», що передбачає врахування економічного

аспекту в сприянні мотивації молодих учасників фестивалів, у тому числі й отриманні гідних гонорарів за їхні виступи; є) дитячого фестивалю в контексті культури дитинства, згідно концепції М. Мід, із акцентацією на префігуративній культурі, коли дорослі навчаються в дітей; та розвідки інших авторів дослідницьких проєктів та практик.

Мета статті — дослідити природу дитячих фестивалів крізь призму перформативності в постнекласичній оптиці, що уможливає кроскультурні порівняння, оцінки існуючих аналітичних концепцій і розширення культурологічного інструментарію щодо контекстного бачення проблеми. Зокрема, звернення до теми дитячих фестивалів зумовило потребу в розширенні типології та історичних візій перформативного жанру.

Виклад основного матеріалу. Показовий, демонстраційний настрій сьогочасної культури розглядається як культурний процес, а самі культурологічні повороти виявляють себе, згідно теорії інтелектуального поля П'єра Бурдьє, як «ігровий простір, поле об'єктивних відносин між індивідуумами та інституціями, конкуруючими з іншими за одні й ті самі речі» [11, р. 146]. Мабуть, не випадково П. Бурдьє вжив поняття саме ігрового простору, акцентуючи увагу на значимості гри, яка майже нікого з її дослідників не залишала байдужою. Свідченням є факт розмови А. Ейнштейна з швейцарським філософом, психологом Ж. Піаже та надання високої оцінки грі відомим фізиком, який дійшов висновку, що «таємниця атомного ядра — це дитяча гра, в порівнянні з таємницею дитячої гри». Справді, спостереження дитячих забавлянь, ігор є почасти таємницею, справжнім творчим актом «...на межі розгнужданості, жарту, розваги», або «священним актом, який реалізує себе завдяки поетичній формі й переживається як диво, як святкове сп'яніння, екстаз» [3, с. 39]. Так, вочевидь, відбувається творення «світу себе», конструювання власної особистості шляхом забавлянь (гри), результатом чого є розширення світоглядних меж власного досвіду, набуття емоційної зрілості, емпатії. Адже й саме життя, на думку Л. Вітгенштейна, складається з безлічі конкретних

ситуацій — мовних ігор, у кожній з яких є свої правила, рольовий розподіл. Цінність перформансу при цьому полягає зовсім не в тому, щоб побачити щось нове, а в тому, щоб пережити/прожити його, тобто він націлений не стільки на споглядання, скільки на набуття нового досвіду.

Плідним аспектом дослідження є цінність дитячих фестивалів як набуття нового досвіду себе, вияву автентичності, що найяскравіше активувалась на арені сучасної фестивальної культури своєю природною присутністю в дитячому світі, оскільки дитина здатна ділитися цілим набором спільних почуттів зі своєю аудиторією. Зазвичай дитинство позначене природною правдивістю, емоційним реалізмом, щирістю, драматичністю справжніх почуттів, почасти гостро вираженими підлітковими емоційними суперечностями. Це час, коли дитина найбільше покладається на саму себе, власну культуру, вловлюючи сигнали з покоління попереду, «ототожнює свої почуття з цими колективними уявленнями та використовує їх як фантазії-орієнтири» [14, р. 281].

Подібні фантазії продукують, викликають до життя творчість, «власний фольклор», розширюючи межі своїх можливостей до бажаної (вимірної) версії самих себе (ідеалізованої або глумної, чи, навпаки, вульгарної — «bad version of yourself»). Позиціонування себе за допомогою специфічної манери спілкування, відвідування особливих місць, стилю одягання, специфічної виконавської моделі подання себе поставало виявом особистісних позицій, почасти «соціального нонконформізму і бунтарського духу» (С. Голл та П. Ваннел), волюнтаризму. Відтак дитячі фестивалі, фестивальні рухи дедалі частіше постають ареною множинних кроскультурних практик, де виступають у ролі перформансу як синкретичної форми дитячої колективної самопрезентації та комунікації з експериментальною апробацією власного творчого потенціалу.

Сучасний теоретик перформансу Бояна Цвеїч у своїх «Нотатках про суспільство перформансу», звертаючись до відомої праці Гі Дебора «Суспільство спектаклю», пропонує замінити поняття

«образу» та «репрезентації» поняттям «перформансу». На думку Б. Цвеїч, суспільство перформансу на відміну від суспільства спектаклю передбачає навмисну самодемонстрацію та перевтілення, оскільки мова йде про «ритуалізовані дії, засновані на психосоціальній владі уособлення, афективному фундаменті переконливого вираження, в якому суб'єкт знаходить більш реальне відчуття власної самості» [10]. Загалом, перевтілення постає чинником формування соціокультурної ідентичності людини, однак проєктуючи його на світ дитини, — є «поверненням до самого себе» (М. Бахтін). Незважаючи на те, що перевтілення володіє потужним образним потенціалом художньої комунікації, воно виступає маркером образної цілісності як синтезу надбання досвіду Іншого. Так, семантика образів, сформована в дитини під впливом казок, міфів, пісень, танців, утримує як загальнолюдські, так і національні та регіональні специфікації картин світу. Сьогодні інтенсивність медіалізації сприяє актам перевтілення та самодемонстрації, вони стають доступні майже кожному. «Номо Performans» є суб'єктом або презентатором/репрезентатором перформансу.

Німецька дослідниця Еріка Фішер-Ліхте, аналізуючи перформативний поворот у царині естетики, констатувала факт появи перформансу як зміни «твору подією» [13, s. 39]. Характерні ознаки події перформансу, за Е. Фішер-Ліхте, це експериментальність, лімінальність, невизначеність до кінця, інтеракція, автопоезис, тривалість, взаємовплив, відповідальність за те, що відбувається у кожного з учасників тощо. На перший погляд, це звичайні маркери повсякденного життя, певної життєвої ситуації з чутливим ставленням до того, що відбувається. Унікальна подія прирівнюється до типової події, з якої складається наше життя. Так, подієвість актуалізується як соціально значимий феномен, оскільки нею пронизані усі царини людського суспільства. Дитячий фестиваль як святкова подія характеризує його як можливість співбуття з Іншим, де «найважливіші акти, що конструюють особистість, визначаються ставленням до іншого» [2, с. 98].

Дитячий фестиваль постає такою культурною подією не лише у форматах розважальності, фестивалістичності, а, передовсім, у творчих координатах власної ідентичності, альтернативному самовизначенні/перевизначенні себе в координатах гармонійного розширення життєвого досвіду та емоційного простору. Зазвичай явище перформансу спрямоване на саму подію як відтворення, а не на творення артефакту тощо. За своєю природою він не націлений на продукування повторення, подія може відбутися всього один раз. Напевно, відсутність інтенції на повторення пов'язана з реакцією мистецтва на гіпермедійність людського буття в соціальній реальності, а також цифровізацію та технологізацію щодо відтворення витворів мистецтва. Таким чином, з одного боку, виникає певне інформаційне перенавантаження, що дозволяє аргументувати його як достатньою мірою негативний тренд, однак, з іншого, утримує позитивні наслідки: екскурс світовими музеями, галереями, концертними залами за допомогою домашнього ПК; доступність зображень творів мистецтва, з якими можна ознайомитись, не виходячи з дому, не вистояючи черг; демонстрування наближеної оптики, яка зазвичай неможлива при реальному розгляді, до прикладу картин, коли не вдається підійти ближче. Водночас, наявність фізичних об'єктів та об'єктів, опосередкованих цифровими технологіями, дозволяє підготувати дитину до багатопланового майбутнього, в якому сьогодні є місце як offline-, так і online-реальностям. Безперечно, продукування об'єктів діджиталізації з ігровою взаємодією в дітей не вимагає особливих зусиль думки, напруження уяви, оскільки дитину оточує вже значна кількість предметів, які володіють підвищеною візуальністю та інтерактивністю, що дозволяє їм не повною мірою стимулювати уяву, вигадування тощо.

Однак перформативний підхід якраз і дозволяє модифікувати розуміння дитячого фестивалю, свята, розширюючи його в бік залучення рольових моделей для аналізу соціальних дій, у ході яких конструюються власні вибори та комунікації з іншими. Благодатним полем розгортання дитячого

фестивалю в його перформативній проєкції постає музична популярна культура, яка сприяє гармонійному самовідчуттю дитини та молодих людей. До речі, дослідники Стюард Голл та Педді Ваннел, констатуючи соціальну вагомість популярної культури в формуванні підліткового смаку, аргументували той факт, що «культура, яку постачає ринок комерційних розваг, відіграє надважливу роль. Вона віддзеркалює думки та настрої, що вже існують, водночас надає простір для вираження себе та набір символів, за допомогою яких можна спроектувати подібні відносини. Підліткова культура є суперечливою сумішшю автентичного (справжнього) та синтетичного: вона є сферою самовираження для молодих та рясним полем підживлення для комерсантів» [14, р. 276].

Маркетизація культури вже давно стала звичним та очевидним явищем, підтвердженням чого слугує сама назва відомої праці Джона Сібрука «Nobrow. The Culture of Marketing. The Marketing of Culture», ключовою ідеєю якої є те, що майже всі продукти культури, як й інші товари, підпорядковуються маркетинговим критеріям: в тренді / не в тренді, модно / не модно, продається / не продається. Таким чином, виникає єдине поле культури «ноубрау», яке знаходиться поза оцінюванням будь-яких явищ, однак передбачає врахування економічного аспекту, зокрема в нашому дослідницькому полі — ефективності фестивалю, що є природним фактором, оскільки сприяє мотивації молодих учасників, у тому числі й отриманню гідних гонорарів за їхні виступи, поряд з презентацією таланту та перформансів для ширшої аудиторії, поширенню інформаційної мапи щодо нових талантів.

Дитяче відношення до грошей як цілком природного явища поза оцінковими проєкціями добре демонструється у дитячих спогадах іспанського філософа, політолога, журналіста Раміро де Маесту-і-Уїтні (Ramiro de Maeztu-y-Whitney): «У мене був друг, маленький хлопчик; коли йому давали 5 сентимо (тодішня дрібна іспанська монетка, на зразок копійки), він подумки переводив їх у 10 лимонних льодяників; коли давали 1 песету, переводив

у 200 льодяників; 1 дуру (велика монета) — в 1000 льодяників, а далі уяви хлопчика не вистачало. Таке саме матеріальне ставлення до грошей у того, хто десять тисяч песет прирівнює автомобілю, сто тисяч — замиському котеджу, мільйон — ще чомусь відповідно більшому, що здатне задовольнити його матеріальні устремління. Таке ставлення до грошей не варто шукати у вияві чи протиставленні до духовності чи католицизму, це відношення “природної людини”, яка укладена в кожному з нас» [15, р. 13]. Такий природний, практичний вимір є притаманним для перформативного підходу, а саме продукування культурних смислів і досвіду на підставі подій, практик, матеріальних утілень і медійних форм. До прикладу, практичний та комерційний аспект симптоматично присутній у виконанні різдвяних пісень, які продаувалися шанувальниками та збирачами фольклору. Так, «через вуличних співаків, захриплих хлопчаків, що співають на порозі у вічному сподіванні винагород», пісні поширилися в новому міському народному оточенні [4, с. 21].

Варто зазначити, що дитячий фестиваль як актуальна форма культурної взаємодії належить до ареалу як фестивалю, так і популярної культури загалом. Остання контекстно розуміється нами як «неофіційна культура, що близька і до фольклорної культури, тобто народної, її традицій та ритуалів та, водночас, не виключає комерційного та позаоцінкового характеру. <...> ...популярна тяжіє більше в бік суб'єктивного вибору щодо подання себе, почасти в радикальних досвідних позиціях, спрямуванні до певних моделей презентації та репрезентації власної самості (як творця, а не лише носія), продукування творчого волюнтаризму тощо» [1, с. 37–38].

Вибір форм культурної взаємодії, однією з яких є дитячі фестивалі, зокрема в міжнародній проекції, є результатом продукування процесів сьогочасної культурної інтеграції. Примітно, що український дослідник мистецьких фестивалів Олександр Литовка в розвідці «Фестивальний рух України в період незалежності» також констатував факт економічної цінності фестивалю як об'єкту

«подієвого туризму» (event tourism) щодо залучення численної кількості гостей, оживлення туристичного ринку: «Розвиток в'їзного туризму стимулює економічний розвиток міста, регіону, країни. Можна стверджувати, що фестиваль є катализатором туристичного ринку» [7, с. 112]. Звісно, найпотужніше обмінна міжнародна та вітчизняна фестивальна мапа України представлена у межах виїзного «подієвого туризму», що сприяє популяризації багатогранного автентичного образу нашої культури. Зокрема, авторські культурно-мистецькі проекти, кураторами яких були представники, викладачі Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського Оксана Сапіга та Катерина Полянська, реалізовувались на міжнародних платформах у формі дитячих музичних фестивалів, фестивальних конкурсів для дітей «New Star Rudaga 2019» (18–26 червня 2019 року, Латвія, м. Юрмала), X Міжнародного фестивалю-конкурсу «Перлини мистецтва» (4–5 травня, 2019 року, м. Львів), «Різдвяні вечори в Лапландії» (2–14 січня 2020 року, Санта Парк) в м. Леві в Фінляндії тощо. Таким чином, успішна організація міжнародних дитячих фестивалів синтезує художню й туристичну сфери, продукуючи концепцію організації міжнародного туризму в фестивальній проекції.

Водночас дитячий фестиваль у даному контексті є показовою культурною практикою, де відбувається усвідомлення себе як самоцінного, з власною суб'єктністю, зокрема дитячою суб'єктністю, що дозволяє ідентифікувати нашу культуру як дитиноцентричну не лише у форматі загальнокультурному, а й індивідуальному задля можливості проникнення до світу дитини, поглянути її очима на те, що відбувається в ній самій, побачити дитячі оцінки. Адже кожна людина володіє своїм, власним дитинством, яке тією чи іншою мірою архівується, зберігається у спогадах, навіть у тих, хто з певних причин не може пригадати чи витіснить з пам'яті деякі риси свого дитинства. Однак пам'ять онтологічно присутня і приховано впливає на все подальше наше життя. З цього приводу Жан-Поль Сартр фіксував із власних спогадів

наступні переживання: «В п'ятдесят років я зберіг свої дитячі риси, нехай зношені, стерті, зневажені, загнані до глибини, позбавлені права голосу. Зазвичай, вони ховаються в тіні, підстерігають; ледь послабиш увагу — вони підіймають голову і, замаскувавшись, вириваються до світу білого. <...> У кожної людини свої природні координати: рівень висоти не визначається ані її домаганнями, ані достоїнствами — все вирішує дитинство» [16, р. 72]. Відтак, зважаючи на сартрівську сентенцію, подальший вектор та сценарій нашого подальшого буття визначає саме дитинство. Іншими словами, розпізнання, розшифрування особливостей власного дитинства визначає подальше сприйняття й розуміння соціального світу й того, на що діти в ньому здатні, і чого, на жаль, можуть бути позбавлені.

Популярна музична культура утримує високу вітальну активність, комерційний аспект і маркетингову інтенцію, про яку ми зауважували вище. Тому дитина, яка досягла успіху, дуже швидко перетворюється та маркується артистом попмузики і виступає рекламним образом. Однак, цей образ необхідно постійно підтримувати не лише шляхом презентації себе як виконавця, а й відповідністю репертуарного аспекту, своєю причетністю до підліткового світу, інакше втрачатиметься популярність. Для звукозаписних компаній «цінність» дитини-творця продукується в функції засобу маркетингу власної продукції, тобто живого, комерційного образу. Звісно, при цьому не позбавлений власної цінності сам виконавець, продукуючи себе як успішну модель, ідеалізований образ, зрештою гламурну версію самого себе. Недивно, що, починаючи з 70-х років ХХ століття, відбувається комерціалізація потреб дитини, відповідно дитина виявляється цінною для тих чи інших індустрій, культурних та артпрактик, проєктів як об'єкт впливу ринків, як споживач. Звісно, тут криється амбівалентність оцінок: по-перше, щодо «цінності» дитини в контексті оптики споживання; по-друге, цінності дитячої суб'єктності як творця; по-третє, можливості проникнути до дитячого

світу та подивитися очима дитини на те, що відбувається в ньому, побачити, так би мовити, шкалу дитячих оцінок. Тому останній ракурс спрямований на весь комплекс, який утримує фестивна, популярна культура, як-от концертна, культурно-проєктна діяльність, фестивалі, комікси, журнали, інтерв'ювання з популярними зірками, та сприяє творчому становленню молодих людей.

Популярна музична культура, будучи вмістилищем найрізноманітніших мистецьких, культурних практик, постійно знаходиться в процесах обміну творчого досвіду (за різною специфікою — видовою, жанровою, тематичною тощо), де виникає безліч трансмедійних проєктів, що теж певною мірою готує дитину до сприйняття багатомірності картин світу, оскільки дитина, будучи включеною до такого масштабного трансмедійного наративу, й сама навчається захищатися від інформаційного перенавантаження. Так, продукування урізноманітнення смаків викликає водночас і вибірковість щодо чутливості та розширення емоційного діапазону, сприяє творчій активності. Остання, в свою чергу, за допомогою творчої взаємодії стимулює набуття емпатії, безконфліктної інтерактивності, стратегічного мислення. Недивно, що американська етнограф Маргарет Мід, автор класифікації дитячої культури, акцентує увагу саме на префігуративній культурі, тобто коли старші навчаються у дітей, і узагальнює це наступним висновком: «Старше покоління ніколи не побачить у житті молодих людей свого безпрецедентного досвіду... Цей розрив між поколіннями абсолютно новий, він є глобальним і очевидним», оскільки дорослі ніколи не були молодими і юними в той час, у тому світі, в якому зростали їхні діти [8, с. 360–361].

Особливість дитинства обумовлена наявністю у ньому творчої активізації, продиктованої станом внутрішнього загостреного відчуття свободи, емоційної рефлексії «без гальм». Популярна культура якраз і постає тим багатим підґрунтям для дитячої реалізації творчості, де розгортаються та відображаються численні бажання/проблеми, які криються у царині дитячого емоційного

світу. Передовсім, це бажання брати й отримувати від життя все, що виражають прагнення до впевненості у непевному, мінливому світі. Адже дитинство є одним із сакральних «бродів», першим, що, за метафоричним висловлюванням і назвою філософського роману Михайла Стельмаха «Чотири броди», в антропологічній традиції окреслює життя: «блакитне, як досвіт, — дитинство, потім, наче сон, — хмільний брід кохання, далі — безмірної роботи і турботи, а зрештою — онуків і прощання» [9, с. 17].

Водночас корпус проблем, пов'язаний з дитячою творчістю, виявом якої в контекстному зрізі постає дитячий фестиваль, актуалізує дослідницьке спрямування до перформативного розширення «культури як інсценування», здійснюючи його як важливу складову культурологічної дискусії, що симптоматично прочитується в таких форматах представлення, як свято, карнавал, ритуали та інші форми дій. Безперечно, перформативність як маркер інсценування життя існував споконвічно, однак саме на долю фестивалних практик як найбільш чутливих до лімінальних періодів, таких як фестивалі, карнавали, випадали трансформації, ритуалізації та інституалізації для нових форматів цілепокладань (національних, ідеологічних, політичних тощо). Так, Ерік Гобсбаум зауважував, що «довкола цих заходів склався потужний ритуальний комплекс: фестивалні зали, регіональні павільйони, театральний поміст, паради, передзвони, живі картини, салюти, урядові делегації з нагоди фестивалю, прийняття, тости і промови» [4, с. 19]. Зокрема, щорічні фольклорні фестивалі в Уельсі — айстедводи¹ — музичні,

театральні та літературні конкурси. Сучасний айстедвод є відродженням традиційних середньовічних турнірів бардів, що поступово занепали в епоху Тюдорів.

Делл Хетевей Хаймс, американський антрополог, фольклорист, соціолінгвіст, звернув увагу на складну історію перформативного підходу та ввів смисловий конструкт-поняття «прорив до продуктивності», щоб описати перехід людських агентів до відмінного «способу існування та реалізації». Поняття «прорив до продуктивності» слугувало об'єднавчим трампліном початкових незалежних інтелектуальних розробок 1950-х, які були базисом щодо теперішнього динамічного розширення та злиття інтересів у дослідженні культурних форм В. Тернера, у запропонованій ним концепції «соціальної драми» як корисного описового та аналітичного інструменту в поєднанні з більш ортодоксальними техніками соціальної антропології. Авторська позиція В. Тернера цінна якраз тим, що відходить від структурно-функціоналістського тлумачення ритуалу та спрямовує увагу на культурну рефлексію щодо перетворення. Ритуали, на думку В. Тернера, є активними і наділені потенціалом щодо продукування змін у культурі: «церемонія вказує, ритуал трансформує» [18, р. 80]. Так, приклад інноваційності та зміни ритуалів демонструє англійський композитор, органіст сер Генрі Волфорд Девіс: «У 1924 р. після смерті Перретта Майстром музики короля став сам Елгар, перший за ціле століття відомий композитор, який обійняв цю посаду, і це було яскраве визнання важливості його музики для королівських ритуалів. Від того часу посаду займали достойні композитори, які й далі порядкували музичним оформленням королівських церемоній. <...> ... кожна велика королівська церемонія мала бути також фестивалем сучасної британської музики. Бекс, Блісс, Голст, Бенток, Волтон і Воган Вільямс писали музику для коронації Георга VI і Єлизавети II. Два коронаційні марші Волтона «Корона імперії» (1937) та «Держава і скіпетр» (1953) змагалися з Елгаровими не лише за багатством мелодії і щедрістю оркестровки, а й тим,

¹ Айстедвод — валлійський фестиваль літератури, музики та поезії. Традиція його започаткування й проведення сягає XII століття. Тоді фестиваль поезії та музики відбувався у замку Кардіган у 1176 році та проводився правителем валлійського королівства Дехейбарт (Рис ап Гріфід). Там вперше й відбулася грандіозна зустріч, на яку були запрошені поети та музиканти з усіх куточків країни. Найкращому поетові та музикантові присуджувалося Почесне місце на бенкеті. Ця традиція збережена й досі.

що стали постійними визнаними концертними творами» [12, р. 127].

Висновки. Доведено, що дитячий фестиваль у проекції перформативності акцентує та загострює увагу на проблемі людської присутності. Адже арена дитячого фестивалю — це завжди комунікаційний простір, де діти взаємодіють один із одним, час від часу з'являчись та зникаючи з поля зору один одного, безумовно впливаючи собою на матеріально-тілесному контактному рівні. Однак проблема присутності підкреслюється з особливою гостротою саме у лакунах дитячої комунікації, де проблематизується тема «справжнього» і «несправжнього» буття. Адже нам дано, швидше за все, деякі формальні ознаки присутності: наявність іншого, спільне проживання певних моментів життів, взаємодія. Саме це й виводить на арену

перформанс, додатково висвітлюючи подієвість життя та невід'ємність присутності. Учасники дитячого фестивалю, опиняючись в святковій події, перебувають у певному тактильному, тілесно-дотиковому форматі з іншими та проходять крізь інші атрибути перформансу, спричиняючи тим самим інтригу людської присутності.

З'ясовано, що розгляд дитячого фестивалю як перформативного феномену уможливорює здійснення експерименту та творчих інтеракцій між учасниками, живої взаємодії одного з одним. Цінність таких взаємодій, інтеракцій полягає в тому, що у перформансі безпосередній взаємовплив учасників дитячого фестивалю виявляється набагато продуктивнішим, ніж можливі значення, смисли, та орієнтований на ефект присутності як людиномірної цінності.

Література

1. Бабушка Л. Д. Фестивалі як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі : монографія. Київ : Видавець ПП Лисенко М. М., 2020. 272 с.
2. Бахтин М. М. К философии поступка // Философия и социология науки и техники : ежегодник. Москва: 1986. С. 80–138.
3. Гейзінга Й. Homo Ludens. Досвід визначення ігрового елемента культури / пер. з англ. О. Мокровольського. Київ: Основи, 1994. 250 с.
4. Гобсбаум Е., Рейнджер Т. Винайдення традиції / пер. з англ. М. Климчука. Київ: Ніка-Центр, 2005. 448 с.
5. Гумбрехт Г. У. Продукування присутності. Що значення не може передати / пер. з англ. І. Іващенко. Харків: IST Publishing, 2020. 192 с.
6. Кривошея Т. О. Естетичне виховання в сучасному культуротворчому процесі: монографія. Київ: КВПП «Тясмин», 2013. 272 с.
7. Литовка О. Фестивальний рух України періоду її незалежності // Вісник КНУКіМ. Серія: Соціальні комунікації. 2013. Вип. 2. С. 111–115.
8. Мид М. Культура и мир детства. Москва: Наука, 1988. 430 с.
9. Стельмах М. П. Чотири броди. Київ: Дніпро, 1995. 592 с.
10. Цвеич Б. Заметки об обществе перформанса. URL: <https://www.album-gallery.ru/lekciya-boyany-cveich-zametki-ob-obshhestve-performansa.html> (дата обращения: 20.10.2022).
11. Bourdieu P. Haute Couture und Haute Culture // Fashion Theory. London. 2020. 846 p.
12. Davies W. A Biography by H. Colles. London, 1942. P. 61–157.
13. Fischer-Lichte E. Ästhetik des Performativen. Frankfurt, 2004. S. 22.

14. Hall S., Whannel P. The popular arts. Durham: Duke University Press, 2018.
15. Ramiro de Maeztu. El sentido reverencial del dinero. Madrid, 2013. 194 p.
16. Sartre J. P. Les Mots. Nancy: Presses Universitaires de Nancy, Belin Education. 2001. 128 p.
17. Sennett R. The Corrosion of Character: the personal consequences of work in the new capitalism. New York: W. W. Norton & Company, 2000. 176 p.
18. Turner V. Social Dramas and Stories About Them // From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play. New York, 1982. P. 61–88.

References

1. Babushka L. D. Festy` vaciya yak komunikaty` vny`j apropiator globalizacijny`x interesiv u kul` turotvorchomu prostori: monografiya. Ky` yiv: Vy`davec` PP Ly`senko M. M., 2020. 272 s.
2. Bahtin M. M. K filosofii postupka // Filosofiya i sotsiologiya nauki i tehniki: ezhegodnik. Moskva, 1986. S. 80–138.
3. Gejzinga J. Homo Ludens. Dosvid vy` znachennya igrovogo elementa kul` tury` / per. z angl. O. Mokrovol`s`kogo. Ky` yiv: Osnovy`, 1994. 250 s.
4. Gobsbaum E., Rejndzher T. Vy`najdennya trady` per. z angl. M. Kly`mchuka. Ky` yiv: Nika-Centr, 2005. 448 s.
5. Gumbrecht G. U. Produktivnaya pry`sutnosti. Shho znachennya ne mozhe peredaty` / per. z angl. I. Ivashhenko. Xarkiv: IST Publishing, 2020. 192 c.
6. Kry`vosheya T. O. Estety` chne vy`xovannya v suchasnomu kul`turotvorchomu procesi: monografiya. Ky` yiv: KVPP «Tyasmy`n», 2013. 272 s.
7. Ly`tovka O. Festy` val`ny`j rux Ukrainy` periodu yiyi nezalezhnosti // Visny`k KNUKiM. Seriya: Social`ni komunikaciyi. 2013. Vy`p. 2. S. 111–115.
8. Mid M. Kultura i mir detstva. Moskva: Nauka, 1988. 430 s.
9. Stel`max M. P. Choty`ry` brody`. Ky` yiv: Dnipro, 1995. 592 s.
10. Tsveich B. Zametki ob obschestve performans. URL: <https://www.album-gallery.ru/lekciya-boyany-cveich-zametki-ob-obshchestve-performansa.html> (last accessed: 20.10.2022).
11. Bourdieu P. Haute Couture und Haute Culture // Fashion Theory. London. 2020. 846 p.
12. Davies W. A Biography by H. Colles. London, 1942. P. 61–157.
13. Fischer-Lichte E. Ästhetik des Performativen. Frankfurt, 2004. S. 22.
14. Hall S., Whannel P. The popular arts. Durham: Duke University Press, 2018.
15. Ramiro de Maeztu. El sentido reverencial del dinero. Madrid, 2013. 194 p.
16. Sartre J. P. Les Mots. Nancy: Presses Universitaires de Nancy; Belin Education. 2001. 128 p.
17. Sennett R. The Corrosion of Character: the personal consequences of work in the new capitalism. New York: W. W. Norton & Company, 2000. 176 p.
18. Turner V. Social Dramas and Stories About Them // From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play. New York, 1982. P. 61–88.

Oksana Sapiha. Children's Festival As A Performative Phenomenon

Abstract. The children's festival has been studied as a performative phenomenon that actualizes the problem of presence (H. U. Humbrecht) as the highest anthropomorphic value, where imperceptible connections, different from the usual physical presence, are established between the participants. The children's festival is analyzed in the projection of the bodily-material mode, touches, the exchange of which is already embedded in the nature of the performance, which allow the child to find himself in the mode of sensual, aesthetic experiences.

The research methodology was based on post-non-classical, cultural, interdisciplinary approaches. The involvement of a cultural approach to the problem of analyzing a children's festival as a performative phenomenon is productive in several aspects: first, the possibility of considering it in the projection of the concept of presence, where imperceptible connections are established between participants that differ from mere physical presence; secondly, the actualization of the corporeal-material perspective, the body, touches, the exchange of which is already embedded in the very nature of the performance, which allow the child to find himself in the mode of sensual, aesthetic experiences. Thirdly, the children's festival involves consideration of performance culture, where play, celebration, and performance are closely intertwined. Accordingly, children's performance, along with professional specialized training, does not exclude game communication, with the help of which it appears as a kind of "theatre for oneself" and contributes to the author's creation of oneself.

It was found that the children's festival becomes an experimental platform for creative interactions between participants, live interaction with each other. The value of such interactions is that during the performance, the direct interaction of the participants of the children's festival turns out to be much more productive than the possible meanings, meanings and presence-oriented effects.

Keywords: performance, children's festival, childhood culture, presence, interaction, ritual, experiment.