

УДК 008

DOI: 10.18413/2408-932X-2017-3-4-54-58

Кибалко В. В.

**ПРАЗДНИК И ПРАЗДНИЧНОСТЬ:  
ДЕГРАДАЦИЯ СМЫСЛОВ?**

Белгородский государственный институт искусств и культуры, ул. Королёва, д. 7,  
г. Белгород, 308034, Россия, *fiokla-07@mail.ru*

**Аннотация.** В работе рассматривается проблема трансформации современной праздничной культуры на ценностно-содержательном уровне под влиянием всеобщей утверждающей праздничности; обосновываются отличия между понятиями «праздник» и «праздничность». Также дается предположительный путь выхода из сложившейся ситуации через возрождение традиций, актуализацию имеющихся празднеств и создание новых, сакрально наполненных.

**Ключевые слова:** праздник; праздничность; трансформация; общество потребления; десакрализация; возрождение традиций.

V. V. Kibalko

**FESTIVITY AND FESTIVENESS:  
DEGRADATION OF IMPLICATIONS?**

Belgorod State Institute of Arts and Culture, 7 Korolev St., Belgorod, 308034, Russia;  
*fiokla-07@mail.ru*

**Abstract.** The paper considers the problem of transformation of the modern festive culture at the value-content level under the influence of universal uplifting festivity; the differences between the concepts "festivity" and "festiveness" are substantiated. Besides, the author provides a tentative way out of the current situation through the revival of traditions, the actualization of existing festivities and the creation of new, sacredly filled ones.

**Keywords:** festivity; festiveness; transformation; consumer society; desacralization; revival of traditions.

С 80-х годов XX века начинается современная стадия развития цивилизации с переходом к новой культурной эпохе – эпохе постмодерна. Человечество большинства индустриальных государств мира попадает под воздействие определенных специфических мировоззренческих концепций, влияющих на все сферы и процессы жизнедеятельности общества, включая сферу искусства, науки и политики. Эти изменения находят отражение в глобальном развитии массовой («поп») культуры, распространившейся в современном социуме и преобладающей во всех сферах действительности.

Утверждающая праздничность (которая понимается как внешние проявления праздника – веселость, пышность, красочность, радостность и т.д.), заполняет повседневность, становится будничной нормой. Меняется система духовных ценностей, нарушается праздничная реальность – она теперь обыденна и привычна, ведь «в обществах, достигших современного уровня развития производства, вся жизнь проявляется как огромное нагромождение спектаклей» [2, с. 3]. Преобразование исторически сложившегося мировоззрения влияет на трансформацию культуры в целом, что влечет за собой перестройку эстетических восприятий, стереотипов,

стандартов. Смена ценностной парадигмы, урбанизация и технизация, потребность в новых героях и образах приводит к деконструкции праздничной культуры. Праздник как «временной отрезок, обладающий особой связью со сферой сакрального, предполагающий максимальную причастность к этой сфере всех участвующих в празднике и отмечаемый как некое институционализированное (даже если оно носит импровизационный характер) действие» [5, с. 823], – в любых формах – лишается идейной и традиционной самоценности: сказывается утрата причинно-следственных и традиционных связей, смена религиозных и сексуальных норм, ценностных ориентиров, культ беспроблемности, оптимизма, благополучия и независимости, отсутствие предпраздничной аскезы, перемены в отношении гендерных ролей, увеличение уровня потребления и многое другое.

В современную эпоху пренебрегают не только теоретическим осмыслением формирования праздника, но и разрушают общий комплекс установок и представлений о нем. Упускается из вида сама суть праздника, забывается о том, что праздник мифопоэтичен, сакрален, что это феномен культуры [1, 3], а не просто увеселение масс. Порождаются новые виды праздников, которые кардинально отличаются от ритуально-традиционных не только по формам, методам и выразительно-образительным средствам, но и по смысловому содержанию.

В свою очередь празднику, как отражению эпохи, свойственно трансформироваться под влиянием актуальных механизмов социума, исторических преобразований, политических течений и социальных проблем. Происходит модификация всех социально-культурных систем эпохи, ввиду их тесного взаимодействия и взаимовлияния. Современное общество отсекает прошлые стандарты. Такая позиция находит отражение в окультуренно-организованной активности масс с необычным, не

свойственным празднику, содержанием и с упором на личностное самовыражение. Совершенно новые функции, замыслы и задачи проникают в структурные элементы праздничной культуры благодаря специфичности общества потребления со свойственным постмодерну эпатажным дилетантизмом, парадоксальностью и абсурдом, с повсеместной «праздничностью» и пограничными с праздником событийными мероприятиями. Праздник современной эпохи выступает «продуктом», а элементы праздника активно используются в сфере маркетинга и торговли. Надуманные мероприятия, лишённые глубокого жизненного смысла, фундаментальной культурной базы, требуемого энергетического ритма и коммуникаций социального характера, заполняют будничное пространство: в основном это мероприятия для «галочки», которые преследуют цель показать количество, а не качество, создать видимость работы. Потребность общества в празднике теряет свой смысл, подменяется сиюминутной фальсификацией и заменой вовлечения в процесс технически поставленной (или художественно-оформленной) зрелищностью. Т.В. Чередниченко в своей работе «Праздничность» акцентирует внимание на имеющейся проблеме: «Праздничность – дело рыночное... Праздничность искушает: кажется, легко соорудить праздник из чего угодно... Но праздничность сама по себе в праздник не концентрируется... В итоге праздник, густо облепленный праздничностью, ... стал успешным товаром и многократно всучен по самым разным поводам... Праздничность повседневна и потому глушит традиционные ежегодные праздники» [6, с. 155-156] Распространившиеся тенденции повсеместной праздничности занижают значимость феномена праздника, делает вывод М.В. Литвинова, «приводят к выхолащиванию духовной сущности праздника, низводят массовый праздник до уровня потребительского развлечения» [4, с. 11].

Праздничность повсеместно довлечет над праздником. Открытия новых «сезонов», телевизионных программ, торговых центров, магазинов, выпуски «новинок» товаров, презентации проектов – всё сопровождается помпезными рекламными кампаниями при участии СМИ, к ним приурочивают акции в кинотеатрах и масс-маркетах, выпускают специальную продукцию, устраивают концерты в попытке привлечь как можно больше участников к лицемерию некоего «пустого фантика». Различные учреждения культурно-досуговой деятельности участвуют в гонках по количеству проводимых мероприятий, где качество самих мероприятий отходит на задний план. Участники так называемого «праздника» приходят на него по велению служебных записок в обязательном порядке.

Обилие корпоративных праздников превратилось в фантазмагоричный парад достижений, в котором вынуждены принимать участие и простые обыватели, к данным празднествам не относящиеся: каждая компания, просуществовавшая больше года, начинает неистово отмечать свои «дни рождения» и «дни рождения» отделов, привлекая к этому действу десятки всевозможных служб, арендуя кафе, рестораны, парки (наиболее платежеспособные снимают ролики, которые транслируются СМИ в рекламных целях). Не очень приятно себя показывают растиражированные фестивали-однодневки, целью которых становится получение прибыли. Несколько особняком в этом списке стоят сравнительно молодые праздники (День России, День народного единства, День православной молодежи и т.д.). На данном этапе, пока еще не сформирована новая традиционность и обрядность, в силу сохранившейся памяти старшего поколения о другом времени (СССР) и при отсутствии передачи праздничных традиций поколению среднего возраста – только новая генерация социума, рожденная в молодом государстве, способна поднять, развить и передать эти праздники

своим потомкам. Пока же новым праздникам не остается ничего, кроме как апеллировать к праздничности, растворяясь в потоке каждодневного «конфетти».

Праздник, со свойственной ему семантической наполненностью, трансляцией смыслов и содержания культурной памяти народа, призван вовлекать подсознание участников в творчество, проникать в неосознаваемые структуры личности, будить первостепенность связей и отношений традиционных ценностей культуры, на которой воспитываются сразу несколько поколений. В основе каждого праздника лежит значимое событие; само празднование ориентировано на изменения к лучшему в ближайшем будущем, на периодичность повторений в жизни социума с характерными обычаями, обрядами и ритуалами. Празднику свойственно соединять профанное с сакральным, разрывать трудовое повседневное время, выступать в качестве социального института, способного привлечь празднующих в коллективную сопричастность действию, через социально-психологическую потребность личности – стремление к разгрузке от повседневности. Соответственно, при полном пресыщении праздничностью, товарном изобилии, отсутствии строгого деления времени на будни и праздники, современный человек утрачивает необходимость в праздниках. Ведь особый праздничный сказочный мир подается социуму ежедневно в неограниченных дозах: посредством телевидения, гляцевых журналов, брендовых рекламных роликов, различных развлечений и тому подобного.

Однако, несмотря на негативные тенденции праздничности, частично (или полностью) утраченные социально-бытовые реалии, народный фольклор, обычаи и приметы, многие современные народные праздники с их разнообразием видов и форм всё же сумели сохранить культурные традиции, восходящие к древним ритуалам. Такие праздники, основывающиеся на принципах единства, сохраняют полифункциональность и в полной мере

реализуют возложенные на них обязательные задачи. В качестве примера можно привести христианский праздник религиозной направленности – Пасху. Великий пост перед Пасхой сейчас соблюдают не только убежденные теисты и вероятно верующие, но и многие атеисты. И хоть у последних просматривается явно несвойственное для праздника отношение к происходящему (дань моде, повод ограничить себя в пище), воздержание, тем не менее, присутствует. Даже в эпоху постмодерна современное общество потребителей способно на аскезу во имя веры, традиций, самоидентификации личности, культурного бытия. Пасхальное богослужение с обязательным освящением куличей и крашенок посещают люди разных возрастов, социальных слоев, деятели сферы искусств, культуры, административные руководители различных уровней. Праздничный стол и забавы, народные гуляния, концерты, увеселения и прочие, уже ставшие традиционными формы мероприятий сопровождают Пасху. Параллельно с христианским праздником во многих регионах России уже стало традицией отмечать студенческую Пасху в высших и средних учебных заведениях при поддержке местных администраций.

Ярким примером возрождения народных традиций может также служить другой традиционный восточнославянский праздник – Масленица, сохранившая в себе элементы мифологии, древние обряды и ритуалы. По своей колоритности, веселью, вовлечению масс в недельное празднование с радостным ожиданием весны и всеобщим прощением, Масленица по праву является истинно народным праздником.

Новогодние и рождественские праздники также могут выступать примером массового добровольного празднования – от момента подготовки к празднику (украшение жилища, выбор костюма, заготовки для праздничного стола с некоторым ограничением в период ожидания праздника) до самого празднования – многоуровневого, изобильного, с неперенным ожиданием перемен к

лучшему в приходящем году. Набирающие популярность фестивали культур и исторических реконструкций тоже служат хорошим примером ренессанса культурно-исторического наследия.

Народную мудрость, основанную на социальном и духовном опыте, богатстве знаний, невозможно чем-то заменить и трудно воссоздать без стихийной репрезентации традиций в поколениях. Восстанавливая по крупицам потерянные исторические связи, бережно храня, возвращая традиции и обычаи своего народа, возможно возродить настоящие традиционно-обрядовые праздники в век высокоразвитой современной культуры. Праздничность ни в коей мере не способна заменить праздник: она пуста, не имеет смыслового основания, не способна к производству и трансляции духовного опыта, когда социальная интеграция выражается в реализации всё увеличивающегося стремления к потреблению. Общество, несмотря на повсеместное распространение праздничности, продолжает испытывать потребность в истинных праздниках с их особой атмосферой, колоритом, непередаваемой индивидуальностью и самобытностью. Праздник всегда актуален и является неотъемлемой частью национальной культуры и социокультурной практики. Дошедшие до наших дней обычаи, сохранившиеся традиции и наследие, а также некоторые довольно новые, но принятые народом праздники отмечаются «на широкую ногу» и совершенствуются с каждым годом. Возрождение и создание идейно наполненных праздников, с их неподдельной ценностью, без усиливающих, но пустых эффектов, является подспорьем в укреплении духовной силы и единства народа.

*Информация о конфликте интересов:  
автор не имеет конфликта интересов для  
декларации.*

*Conflict of Interests: author has no conflict  
of interests to declare.*

### Литература

1. Бахтин, М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и ренессанса. М.: Эксмо, 2015. 640 с.
2. Дебор, Г. Общество спектакля. М.: Логос, 1999. 224 с.
3. Кайуа, Р. Миф и человек. Человек и сакральное. М.: ОГИ, 2003. 296 с.
4. Литвинова, М.В. Массовый праздник как полифункциональное явление // Наука. Искусство. Культура. 2013. № 2. С. 5-13.
5. Топоров, В.Н. Праздник // Мифы народов мира. М.: Советская энциклопедия, 1980. Т. 2. С. 823-825.
6. Чередниченко, Т.В. Праздничность // Новый мир. 2002. № 11. С. 155-167.

### References

1. Bakhtin, M. M. (2015), *Tvorchestvo Francua Rable i narodnaya kul'tura srednevekov'ya i renessansa* [François Rabelais and folk culture of the Middle Ages and Renaissance], Eksmo, Moscow, Russia. (in Russ.)
2. Debor, G. (1999), *Obshhestvo spektaklya* [La Société du spectacle], Logos, Moscow, Russia. (in Russ.)

3. Kaiua, R. (2003), *Mifi i chelovek. Chelovek i sakral'noe* [Myth and Man. Man and the Sacred], OGI, Moscow, Russia. (in Russ.)

4. Litvinova, M.V. (2013), Mass holiday as a functional phenomenon (in Russ.), *Belgorod State Institute of Arts and Culture*, 2, 5-13.

5. Toporov, V.N. (1980) "Festivity". In "Myths of the World" (in Russ.), *Sovetskaya entsiklopediya*, 2, 823-825.

6. Cherednichenko, T.V. (2002), "Festiveness" (in Russ.), *Novyj mir*, 11, 155-167.

### ОБ АВТОРЕ:

**Кибалко Василиса Владимировна**, аспирант по направлению подготовки «Теория и история культуры», Белгородский государственный институт искусств и культуры, ул. Королева, д. 7, г. Белгород, 308034, Россия; [fiokla-07@mail.ru](mailto:fiokla-07@mail.ru)

### ABOUT THE AUTHOR:

**Vasilisa V. Kibalko**, Postgraduate Student of Theory and History of Culture, Belgorod State Institute of Arts and Culture, 7 Korolev St., Belgorod, 308034, Russia; [fiokla-07@mail.ru](mailto:fiokla-07@mail.ru)