



Исследовательская статья

УДК 130.2

<https://doi.org/10.24833/2541-8831-2023-2-26-138-150>

КУЛЬТУРА ПРАЗДНИКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ОСНОВНЫЕ ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ

Дмитрий Константинович Стожко¹, Константин Петрович Стожко²

¹ Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия
d.k.stozhko@mail.ru <https://orcid.org/0000-0003-3186-877X>

² Уральский государственный аграрный университет, Екатеринбург, Россия
kostskp@mail.ru <https://orcid.org/0000-0001-6139-8030>



Аннотация. В условиях формирующейся новой геополитической и социально-экономической реальности происходит серьёзная трансформация культуры и её ценностей. Одной из таких ценностей является феномен праздника, являющегося, во-первых, важным рекреативным фактором жизнедеятельности людей и, во-вторых, выполняющего роль транслятора традиции от одних поколений к другим. В статье рассматриваются вопросы сущности и роли праздника в жизни личности и общества. Феномен

праздника как объект философско-культурного анализа характеризуется достаточно широкой морфологией. В статье предложена авторская классификация праздников на основе сопоставления частного и публичного праздничного пространства и соотношения сакрального и секулярного содержания в структуре праздника. На основе имеющихся публикаций и проведённых авторами практических исследований раскрыты система, иерархия и особенности мотивации субъектов праздничной культуры. С помощью программно-целевого, структурно-функционального, герменевтического и социологического методов исследованы основные признаки праздника, его особенности и функции. Это позволило провести теоретико-методологическую реконструкцию феномена праздника, выявить в его структуре сценарий, алгоритм, последовательность и влияние на состояние людей. Феномен праздника представлен сквозь призму диалектического противоречия между *трудовым* и *праздным* в человеческом существовании. На основе использования метода номотетической диагностики обобщена и конкретизирована система мотивации разных возрастных групп населения, участвующих в праздниках. Анализ данных, полученных в ходе экспериментальных исследований, показывает определённую нетранспарентность ключевых мотивов праздничного действия (участия в празднике) для разных возрастных категорий населения. Выдвинута гипотеза о сущностной

трансформации и формальной метаморфозе феномена праздника, происходящей в условиях растущей социально-экономической, геополитической и культурной нестабильности и неопределённости в современном мире.

Ключевые слова: культура праздника, мифология, мотивация, обычай, обряд, ритуал, фольклор

Для цитирования: Стожко Д.К., Стожко К.П. Культура праздника в современных условиях: основные векторы развития // Концепт: философия, религия, культура. — 2023. — Т. 7, № 2. — С. 138–150. <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2023-2-26-138-150>

Research article

HOLIDAY CULTURE IN MODERN CONDITIONS: MAIN VECTORS OF DEVELOPMENT

Dmitrii K. Stozhko¹, Konstantin P. Stozhko²

¹ Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia

d.k.stozhko@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-3186-877X>

² Ural State Agrarian University, Ekaterinburg, Russia

kostskp@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0001-6139-8030>

Abstract. In the context of the emerging new geopolitical and socio-economic reality, a serious transformation of culture and its values is taking place. One of these values is the phenomenon of the holiday. Firstly, the holiday is an important recreational factor in people's lives and, secondly, it acts as a translator of tradition from one generation to another. The article is devoted to investigating the issues of the essence and role of the holiday in the life of an individual and society. The holiday phenomenon as an object of philosophical and cultural analysis is characterized by a rich morphology. The article proposes the authors' original classification of holidays based on the comparison of private and public festive spaces and the ratio of sacred and secular content in the structure of the holiday. On the basis of available publications and practical research conducted by the authors, the system, hierarchy, and features of the motivation of festive culture subjects are revealed. With the help of program-targeted, structural-functional, hermeneutic, and sociological methods, the main features of the holiday, its features and functions have been studied. This framework made it possible to carry out a theoretical and methodological reconstruction of the phenomenon of the holiday, analyze its scenario and identify its structure, algorithm, order, and influence on people. The holiday phenomenon is considered in the context of the dialectical contradiction between the labor and leisure contexts of human existence. By utilizing the method of nomothetic diagnostics, the system of motivation of different age groups of the population participating in the holidays is generalized and specified. The authors suggest a hypothesis about the essential transformation and formal metamorphosis of the holiday phenomenon, taking place in the context of growing socio-economic, geopolitical, and cultural instability and uncertainty in the modern world.

Keywords: holiday culture, mythology, motivation, custom, rite, ritual, folklore

For citation: Stozhko, D. K., Stozhko, K. P. (2023) 'Holiday Culture in Modern Conditions: Main Vectors of Development', *Concept: Philosophy, Religion, Culture*, 7(2), pp. 138–150. (In Russian). <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2023-2-26-138-150>

Введение

Современное значение праздника многопланово и многозначно. Важно отметить, что, как историко-культурный феномен, праздник способствует формированию мировоззрения и исторической памяти народа. Он является важным средством духовной социализации человека, укрепления гражданского мира и согласия. В условиях современного «общества риска» (У. Бек) наблюдается экзистенциальный кризис личности, обусловленный формированием новой социальной реальности, во многом чуждой привычной социокультурной среде обитания человека. На этом фоне растёт и социальное одиночество, происходит кризис семьи, девальвируется ценность труда и его социальный ранг. Трансформация феномена праздника под натиском новых вызовов также привлекает исследовательское внимание, ведь праздник — важный элемент социальной культуры с древнейших времён.

В нашем исследовании мы руководствуемся пониманием феномена праздника как «проявления культуры» и «хранилища культурных традиций», а также пониманием «культуры праздника» как «системы ценностей, которым он служит» и тем, что «ценность самого праздника является вторичной по отношению к духовному источнику» [Слюсаренко, 2000: 25–26]. К существенным чертам праздника относятся: наличие особого игрового (праздничного) пространства, противоположность обыденности (не будничность), наличие определённого эмоционального настроения и т.д. [Каверина, 2009: 119].

Целью данного исследования является компаративный анализ и оценка трансформации феномена праздника и праздничной культуры в современных условиях, выявленные на примере проведённого авторами опроса. Выдвинута гипотеза о десакрализации и демистификации праздника как фактора утраты им традиционного смысла и превращения в атрибут повседневности.

Феномен праздника имеет многоаспектный характер и отражает духовную, социальную, хозяйственную сферы чело-

веческой жизнедеятельности. С философской точки зрения феномен праздника предполагает понимание темпоральных и онтологических его характеристик. В этой связи особый интерес представляют работы Г. Зиммеля, В. Вахштейна, И.А. Клишина, Н.О. Мизова, В.Я. Проппа, С.Т. Токарева, В.И. Чичерова, посвящённые временным характеристикам феномена праздника. Для прояснения роли праздника в культуре необходимо было обратиться к сочинениям А. ван Геннена, Э. Дюркгейма, К. Леви-Строса, Э. Тайлора, В. Тернера, Дж. Фрэзера а также В. Еремина, И. Суханова, В. Топорова, Д. Угриновича и др., затрагивающим пласты социальной онтологии и аксиологии, присущие этому феномену.

Сопоставляя темпоральный и онтологический аспекты феномена праздника, с одной стороны, и его ценностные свойства, с другой стороны, можно предложить нестандартную теоретико-методологическую матрицу, пригодную для дальнейшей конкретизации исследования.

Поликодовая специфика праздника

В рамках юридической кодификации термин «праздник» служит синонимом понятию «праздничный день», которое используется в Конституции Российской Федерации (ч. 5, ст. 37) и в Трудовом Кодексе Российской Федерации (ст. 2, 21, ч. 1, ст. 112). Однако смысл праздника не сводится только к отдыху; в истории праздник обычно имел онтологический и сакральный смысл. С глубокой древности праздники были связаны с природными циклами и нередко имели форму культа природы (растений, животных, природных явлений и стихий и т.д.) [Пономарева, 2007: 163]. Соответственно, важным элементом культуры праздника служили обычаи, обряды, традиции, ритуалы.

Например, в глубокой древности существовал обряд поклонения деревьям, точнее — духам деревьев. Многочисленные факты обожествления такого рода приводит Фрэзер [Фрэзер, 1980: 129–141]. Культ деревьев сохранялся до конца XIX в. [Тайлор, 1989: 375]. Одним из актуальных «пережитков» этого обряда остаётся ново-

годняя ёлка, которая пережила вторичную сакрализацию уже в рамках христианской обрядности и по сей день остаётся для многих верующих и неверующих людей обязательным праздничным атрибутом проводов старого и встречи наступающего года: молодая ель символизирует собой обновление и новую жизнь.

Другим примером сакральной природы праздника служило поклонение огню. Христианский праздник нисхождения Благодатного огня в Великую Субботу накануне Пасхи; храмовый огонь в храмовом свадебном обряде современной Индии; прыжки через костёр в языческий праздник Ивана Купалы, — все эти сакральные действия связаны с идеей очищения души и тела. В то же время, «огненные» ритуалы наглядно демонстрируют наличие в празднике «материалистического» контекста и даже хозяйственного расчёта. Например, в Западной Европе люди считали, что трёхкратное перепрыгивание через костры сулило ещё и богатый урожай [Фрэнк, 1980: 689].

Со временем число праздников множилось. Появились календарные, тематические, исторические, социальные, государственные, общественные и т.д. праздники и соответствующие им обряды. Современная морфология праздников очень разнообразна. Соответственно изменился и перечень функций праздников: в число таких функций вошли гносеологическая, психологическая, релаксирующая, адаптивная, социализирующая, коммуникативная, воспроизводственная и т.д. Например, День народного единства, который россияне отмечают с 2005 г., является государственным праздником; в соответствии с Федеральным законом № 201 от 4 ноября 2004 г. он объявлен выходным днем. Из этого следует, что данный праздник выполняет не только когнитивно-историческую функцию, сохраняя в памяти народа факты далёкой истории, но также выполняет социализирующую и рекреационно-релаксирующую роль. Аналогичная ситуация наблюдается и в связи с некоторыми другими праздниками.

Конечно, в наши дни существуют и получают своё дальнейшее развитие не только государственные, но и частные (частные) праздники: индивидуальные (персональные), семейные, групповые, супружеские и др., — например, празднование годовщины свадьбы или дней рождения. Приватные праздники выполняют в первую очередь социализирующую и адаптивную функции (в частности, «работают» на укрепление института семьи и брака).

Кроме того, в относительно недавнем историческом прошлом появилось множество профессиональных праздников: День учителя, День строителя, День химика, День геолога и т.д. Сегодня в российском календаре насчитывается 72 профессиональных праздника, и этот список продолжает пополняться. Исторически профессиональным праздникам предшествовали трудовые праздники, например, цеховые (праздники кузнецов, оружейников, плотников и т.д.) [Алексеева, 2006: 200] и народные (коляда, масленица) праздники. В далёком прошлом такие профессиональные праздники также имели сакральную форму: каждой профессии покровительствовал свой святой. Так, ещё в языческую эпоху (до 988 г.) на Руси многие языческие божества считались покровителями тех или иных занятий: скотоводов — Велес, мореходов — Переплут, хлеборобов — Ярило, кузнецов — Сварог и т.д. Соответственно, были праздники, связанные с этими богами. С принятием христианства появились новые праздники, нередко наложившиеся на периоды уже существовавших в дохристианскую эпоху, но — с кардинальным переосмыслением смысла и содержания праздника в христианском ключе. Фактически каждая историческая эпоха привносила в праздничную культуру новые праздники. Неудивительно, что до сих пор праздничная культура продолжает развиваться и видоизменяться. Можно предложить следующую типологию праздника (таблица 1):

Таблица 1. Общая классификация праздников
Table 1. General classification of holidays

Критерии	Международные/Национальные	
	Религиозные (сакральные) праздники	Светские (секулярные) праздники
Частное пространство (индивидуальное, семейное, групповое, корпоративное и т.д.)	Церковные праздники и обряды (крещение, венчание и др.) Языческие праздники (инициация, мистерии и др.)	Личностные праздники (дни рождения, свадебные обряды и др.)
Публичное пространство (местное, региональное, общегосударственное, международное)	Церковные праздники (Рождество Христово, Пасха и др.) Языческие праздники (святки — коляда, масленица и др.)	Государственные праздники (День Победы, День Независимости и др.). Общественные праздники (Встреча Нового года, День смеха и др.)

Праздник: миф и реальность

Важный акцент в понимании феномена праздника вносит призма, учитывающая соотношение мифа и реальности. Неслучайно сегодня всё чаще повторяют идеи структурализма о том, что «мифологическое мышление — это не что иное, как допонятийное мышление образами» [Найдыш, 2017: 30], а ведь праздничные действия в основе своей тесно связаны именно с мифом. Об этом писали многие «классики» и современные исследователи, такие как А.Н. Афанасьев, Ф.И. Буслаев, А.Н. Веселовский, А.Ф. Лосев, Е.М. Мелетинский, А.А. Потебня, М. Элиаде и др. Мифологизм в понимании праздника неразрывно связан с идеализацией, приукрашиванием, героизацией и иными процедурами, акцентирующими преимущественно эмоциональную, а не рациональную составляющую восприятия процесса. Эти мысленные процедуры порой уводят нас в такие области представлений о празднике, что в пору говорить о редукционизме, дизъюнктивном и релятивистском его восприятии. Такое случается, когда рассуждают о «празднике живота» (13 декабря), «Международном празднике защиты мужской нервной системы от действий со стороны женщин» (22 октября), «Всемирном дне печени» (19 апреля) и праздновании других органов тела. Тем не менее, не следует преуменьшать значение мифологизации, которая играла и играет важную роль в практике праздни-

ка, — в том числе, как способ объяснения необъяснимого, репрезентации предмета праздника, проникновения в глубины прошлого и будущего.

Многие исследователи полагают, что роль мифологии в формировании современной социокультурной среды неуклонно растёт. Но если прежде люди пытались с помощью мифов объяснить непонятные им природные силы и явления, то сегодня с помощью мифов пытаются объяснить непонятные закономерности развития политического и культурного универсума современные медиа, реклама, ток-шоу; мифологию также активно используют различные технологии социальной инженерии. На этом фантазийном и по сути иллюзорном фундаменте конструируются сугубо искусственные праздники, создаваемые PR-технологиями. Таковы, например, сезонные распродажи уценённых товаров или разного рода флэш-мобы, призванные объединить последователей той или иной социальной повестки.

Тренду мифологизации праздника противостоит демифологизация культуры праздника. Эта контраверза отражает единство и борьбу двух основных тенденций в истории праздника: с одной стороны, тенденцию к его сакрализации и мифологизации; с другой стороны, тенденцию его секуляризации. Последняя связана с интеллектуальным «разоблачением» иллюзии, которая сопутствует истории праздника.

Причём, как известно, для усиления эффекта праздничной иллюзорности чело-

век научился применять специальные приёмы, — например, мистифицировать, героизировать или демонизировать ситуацию, принимать разного рода галлюциногенные, наркотические и алкогольные препараты и т.д. Люди, оказавшиеся в условиях «общества риска» (У. Бек), в массе своей постепенно теряют способность праздновать без какого-либо допинга, а естественная радость, которая является неременным условием праздника, стала считаться «беспричинной» и неестественной. В то же время, восприятие праздника всё чаще смещается от переживания радостного подъёма в сторону обыденной релаксации: люди стремятся уйти (расслабиться, отвлечься) от той «рисковой реальности» (стрессы, шоки, мании, фобии и др.), с которыми связана их повседневная жизнь.

К. Хюбнер, разводя понятия «религия» и «миф», в своё время отмечал: религия монотеистична, тогда как мифология политеистична [Хюбнер, 1996: 320–321]. После отхода от советской идеологии и развёртывания идеологического плюрализма в российском обществе отмечался всплеск интереса к мифологии, магии, суевериям и т. д. Это не могло не сказаться и на праздничной культуре. Появились новые «демонические» с точки зрения последователей традиционных вероисповеданий праздники (вальпургиева ночь, хеллоуин, ламес и др.). Параллельно по мере распространения и утверждения в современном российском обществе ценностей официальных религий (православие, ислам, иудаизм, буддизм и др.) произошла определённая трансформация связанных с ними праздников: как минимум, некоторые из них поначалу стали общегосударственными. При этом нельзя не отметить, что праздники стали сегодня более светскими: возможно, здесь всё ещё сказывается влияние массового атеистического прошлого, в котором наш народ жил в советский период своей истории. Кроме того, информационный век и современная цифровая революция также способствуют секуляризации общественного сознания.

Новые значения праздников: «официоз» и «жизненность традиции»

Новые тенденции в развитии праздников носят порой разнонаправленный, а иногда и противоречивый характер; историческая идентичность праздников часто оказывается уже утраченной, её место занимают иные значения. Например, Международный День солидарности трудящихся женщин превратился в праздник для всех женщин без исключения, вне зависимости от места каждой из них в общественной жизни. Во многом аналогичной является ситуация с Первомаем, который значительной частью современных наших сограждан воспринимается не как праздник солидарности всех трудящихся, а как очередной выходной день. Ушли или уходят в прошлое и некоторые торжественные праздничные процедуры (демонстрации, митинги, посвящения, награждения и др.). Даже социальная солидарность и духовная социализация людей, столь характерные для праздника в прошлом, оказались в современных условиях под ударами растущего социального одиночества, социального отчуждения, социального неравенства в обществе, разного рода страхов и фобий и т.д. В таких условиях праздник как форма личностной и общественной коммуникации всё чаще подвергается коррозии, заменяется суррогатами [Зарубина, 2019: 30].

Эти явления можно объяснять по-разному, — например, «оскудением традиции» или неумением социальных организаторов осмыслить и грамотно использовать культурное наследие. Как гласит народная пословица, «что имеем — не храним, потерявши — плачем». Известно, что «солидарность поколений возможна на основе жизненности самих традиций» [Шацкий, 1990: 277]. Но кто и как определяет эту самую жизненность традиций и, соответственно, жизненность тех или иных праздников — вопрос, требующий серьёзного обоснования. Конечно, нельзя забывать и о том, что «раздвоение праздничной стихии на праздник официоза и праздник неформальный свидетельствует всегда о глубоком расхождении между ... правящей

элитой и массами ... между разными, даже противоположными, системами ценностей, сосуществующими одновременно и с трудом вступающими в диалог друг с другом» [Кондаков, 2009: 87].

Вероятнее всего, нынешняя утрата некоторых свойств праздника и элементов праздничной культуры обусловлена не только социальной, но и психологической трансформацией современного человека, которая, с одной стороны, детерминирована самим характером современного «общества потребления» с его культом прагматизма, гедонизма, рационализма, а с другой стороны, определяется обратным влиянием этого характера на психику людей. Многие люди постепенно разучились радоваться, чаще относятся к празднику эгоистично, даже цинично, видят в нём возможность «отдохнуть ото всех». А ведь достаточно посмотреть на детей, которые в празднике ищут непосредственного общения и через него открывают для себя нечто новое в мире [Бубер, 1995: 30]. Понятно, что приближение человека к старости не делает его ни здоровее, ни веселее. Но и уныние — смертный грех, от чего и прежде, и теперь нас предостерегает христианская заповедь.

Таким образом, можно сделать вывод о постепенной десакрализации праздника через выхолащивание его онтологического смысла. Причём если в советский период нашей истории такая десакрализация была обусловлена политикой массовой атеизации населения, то в конце XX в. «включился» другой фактор — распространение в постсоветском обществе идеалов либерализма.

Очевидно, что процесс десакрализации праздника как явления духовной и социальной жизни людей трансформирует и ритуальную часть культуры праздника. Наряду с трансформацией так называемого «верха» культуры праздника меняется и его «низовая» культура, что также может рассматриваться как разрушение исход-

ных смыслов праздника (например, когда считается, что праздники должны быть «престижными»¹). Известно, что «верх и низ — одна из главных мифологических противопоставлений», «мифология и религия весь мир делят по вертикали» на «верх» и «низ» [Мирошников, 1998: 35]. Именно таким путём идёт развитие «элитарной практики» праздника и его культуры как (очень) «дорогого удовольствия». С другой стороны, происходит превращение праздника в нечто обыденное, сближение праздника и повседневности: не успевает человек отпраздновать один праздник, наступают другие. Хорошо это или плохо — вопрос особый. Но потребность человека в празднике тем сильнее, чем сильнее чувство его одиночества, социального и эмоционального отчуждения. А бесконечная череда праздников, превращающая праздник в обыденность, постепенно нивелирует его терапевтическое значение для тех, кто не может посещать эксклюзивный ежегодный бал, а в праздничные дни просто ест, пьёт и спит.

Праздник и культура дарения

История доводит до нас немало сведений о том, что обычно праздник начинался с хвалы, устного морального воздаяния «герою» праздника. Но именно преподнесение даров (в обыденном представлении — подарков) является кульминацией многих праздников. У этого обычая есть свои политические, экономические и, конечно, культурные причины. Во-первых, традиционно по праздникам в дар преподносились редкие и потому драгоценные предметы. Сегодня, к сожалению, часто дарят предметы ненужные («на тебе Боже, что мне не гоже») или просто деньги. Такова массовая психология в «обществе потребления», где царит культ денег. Во-вторых, дары подчёркивали уважение к тому, кого ими одаривали, его социальный статус, репутацию. В-третьих, сама культура преподнесения

¹ Лазарева Л.Н. История и теория праздников: учебное пособие. — Челябинск: Изд-во ЧГАКИ, 2010. — С. 232.

даров служила способом коммуникации между людьми, позволяла им надолго скреплять свои дружеские отношения, — например, с помощью преподнесения разного рода талисманов, оберегов и т.д.

Кроме того, дарение порой имело и политический подтекст, о чём можно судить хотя бы по известной фразе Вергилия «*Quidquid id est, timeo Danaos et dona ferentes*» — «Бойтесь данайцев, дары приносящих». Правда, согласно мифу, это выражение принадлежит троянскому жрецу Лаокоону и лишь воспроизведено автором «Илиады»². В современных условиях процедура дарения в праздники также порой приобретает дополнительный политический подтекст; а сами праздники усилиями некоторых администраторов становятся «искусственными новоделами», данью местному фольклору. Но известно, что «превращение праздника лишь в фольклорное зрелище может быть связано с утратой его смысла в общественном сознании» [Воловикова, Тихомирова, Борисова, 2003: 67]. А это, в свою очередь, меняет «всю психологию праздника» [Хант, 2009].

Даже без детального исследования очевидно, что сегодня мало кто из горожан знает не только детали, обрядовую сторону, но даже самый общий смысл многих праздников, которые были распространены в обществе ещё сравнительно недавно. Постепенно уходит и связанная с праздниками культура бескорыстного взаимного одаривания друг друга, которая в традиционных обществах определяла праздник как таковой: «Содержание любой родовой культуры ... исходно является *собиранием даров...*» [Ячин, 2017: 59]. Тем не менее, можно обоснованно утверждать, что в наши дни эта связь ещё не разорвана полностью.

Игра и организация — основа современного праздника

Ещё одним аспектом феномена праздника является игровой его компонент. Известно, что праздники часто связаны с

определёнными играми, особенно когда это касается детских праздников. Некоторые исследователи считают, что «игровые формы могут возникать у ребёнка «сами собой» [Трифонова, 2022: 7]. Этот тезис представляется нам спорным: если отталкиваться от идеи детерминации социального поведения, беспричинные игры и праздники — нонсенс. Однако предпринятый нами анализ существующих теоретико-методологических концепций свидетельствует о том, что, несмотря на достаточно высокий уровень разработки проблемы, в большинстве случаев «организация игровой деятельности сводится к формальной организации процесса игры» [Токарчук, 2022: 18]. Тем самым и праздники, построенные организаторами по сухой «схеме» игры, оказываются чисто формальными, эмоционально слабо окрашенными, лишёнными развивающего нарратива.

Понятно, что для преодоления формализации в организации праздника необходимы действенные средства. К их числу можно отнести символизацию (символику) и метафоризацию (аппроксимацию) праздника. Смысл использования этих средств состоит, во-первых, в том, что «происходит выход за пределы существующей установки или «функциональной фиксированности» и «соотнесение скрытого содержания с явленной моделью на основании какого-то тривиального признака» [Белорусец, 2020: 82]. Трудно представить себе удачно организованный праздник без символики (плакатов, флагов, транспарантов, реликвий и др.) и метафорики (номитативные, образные, когнитивные метафоры).

В современных условиях особое внимание привлекает также проблема мотивационных различий между людьми, участвующих в праздниках. В связи с этим в 2022 г. в Уральском государственном аграрном университете было проведено исследование проблемы психологического восприятия праздника, направленное на выявление главных мотиваторов участия разных возрастных категорий населения (учащихся, их родителей, преподавателей, работни-

² Энциклопедический словарь: в 3 т. Т. 3. — Москва: Большая Советская Энциклопедия, 1955. — С. 740.

ков администрации, жителей села и др.) в праздничных мероприятиях. Выборка составила 122 человек, по численности состав каждой возрастной группы был примерно одинаковым.

Во-первых, респондентам было предложено сначала сообща составить список мотивов, которыми они руководствуются в принятии решения о своём участии в праздничных мероприятиях. Во-вторых, были отобраны мотивы, получившие наи-

большее число голосов респондентов. Затем был осуществлён анализ отобранных мотивов (их значения для участников тестирования) по шестибальной шкале (в соответствии с числом групп) — для того, чтобы определить предпочтения каждой конкретной группы.

Выявленные мотивы и их удельные значения в восприятии представителей конкретных возрастных групп приведены ниже:

Таблица 2. Мотивация участия в праздниках
Table 2. Motivation to participate in the holidays

Мотиваторы праздника	Этапы жизни человека (возрастные группы)					
	Подростковая (до 18 лет)	Юношеская (19–25 лет)	Молодежная (26–35 лет) я	Зрелость (36–50 лет)	Пожилый возраст (51–65)	Пенсионный возраст (старость) (старше 65 лет)
1. зрелищность	6	5	4	3	2	1
2. массовость	6	5	4	3	2	1
3. развлекательность	6	5	4	3	2	1
4. доступность (местонахождение, проезд)	1	2	3	4	5	6
5. релаксация (отдых)	1	2	3	4	5	6
6. безопасность	1	2	3	4	5	6
7. коммуникация (общение)	3	2	1	6	5	4
8. информативность (познавательность)	1	2	3	5	6	4
9. экономические мотиваторы (подарки, затраты)	6	4	3	2	1	5
10. экстрим (получение острых ощущений)	6	5	4	3	2	1
11. комфортность	1	4	3	2	5	6
12. престижность мероприятия	1	3	4	5	4	2
13. тип (вид) праздника	3	2	1	4	5	6
14. время и продолжительность праздника	1	2	3	4	5	6
15. сценарий и организаторы праздника	1	2	3	4	5	6
16. возможности для самореализации	4	5	6	1	2	3

Полученные результаты, по нашему мнению, свидетельствуют, однако, не столько о специфике трансформации праздничной культуры, сколько о динамике когнитивного развития человека. Снижение этой динамики в старости объясняется «нормальным ухудшением памя-

ти у пожилых людей», что связывается с разными факторами (последствия стрессов, самооценки, отказ от социальных контактов и др.) [Хант, 2009: 793]. Вместе с тем полученные результаты полностью вписываются в контекст социо-геронтологической концепции «успешного старения»

или «теории активности». Показательно, что из общего числа наиболее возрастной группы респондентов (24 чел.) никто не выразил желания отказаться от участия в праздниках, хотя мотивация к такому участию у них оказалась заметно иной, чем у других групп респондентов.

Для более детального и дифференцированного анализа мотивации участия в праздниках представителей разных контактных аудиторий нами была использована специальная трёхмерная теоретико-методологическая матрица. С учётом влияния культурных (ценностных), временных

(темпоральных) и социально-онтологических (пространственных) факторов участия респондентов в праздниках, получены результаты, которые представлены в граф-модели (рисунок 1), где зелёным цветом обозначены общие (совокупные) предпочтения респондентов, детерминированные временными признаками; синим — предпочтения, детерминированные пространственными критериями; чёрным — предпочтения, обусловленные исходными индивидуальными ценностными ориентациями респондентов.

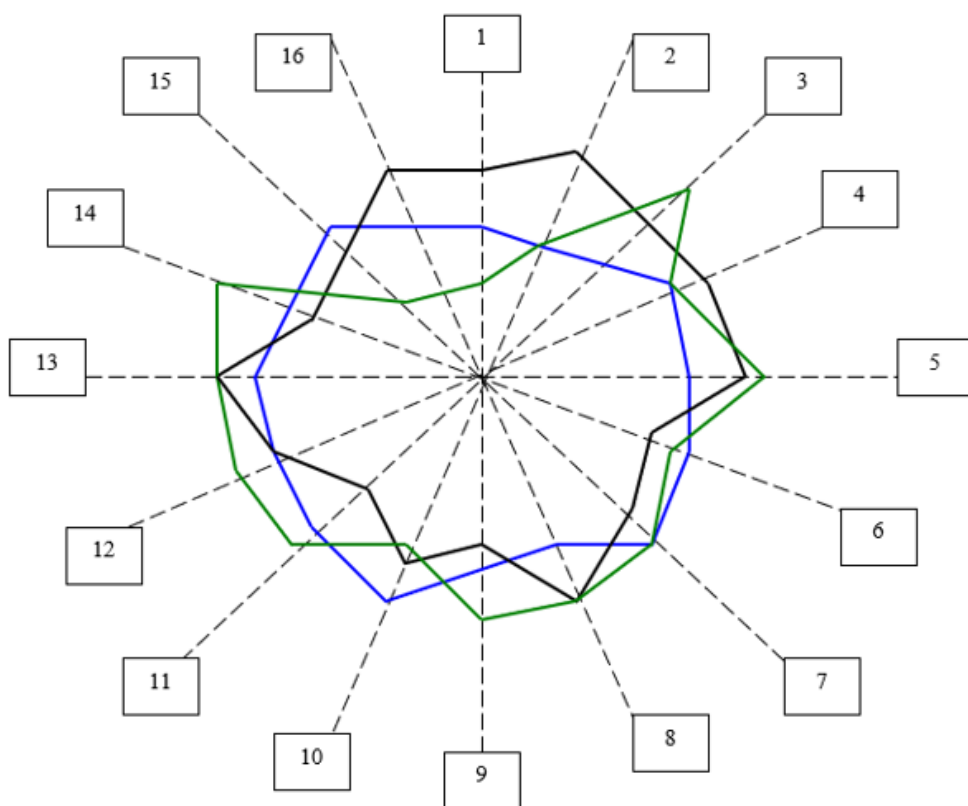


Рисунок 1. Графовая вероятностная модель.
Figure 1. Graphical model.

Выводы

Результаты исследования мотивации участия людей в праздниках позволяет сделать ряд выводов.

Во-первых, выявлена существенная трансформация мотивации участия людей в праздниках, которая носит во многом разнонаправленный (многовекторный) и нерелевантный характер. Это отражается таким показателем, как удовлетворён-

ность/неудовлетворённость участников праздника праздничными мероприятиями. Основной причиной снижения удовлетворенности можно считать трансформацию всей системы ценностных ориентаций наших сограждан, происходящую в условиях растущей социокультурной, геополитической и макроэкономической турбулентности.

Во-вторых, исследование позволило обнаружить внутренние противоречия и неконгруэнтность ожиданий и представлений у самих участников праздника. В частности, наличие завышенных или заниженных ожиданий в отношении к конкретным праздникам и несоответствие собственных представлений об их сущности, характере и целевом назначении. Это можно рассматривать как кризисные явления в самой культуре праздника, что предполагает необходимость активизации в области дальнейшего научного исследования и предметно-практического формирования такой культуры.

В-третьих, явным трендом в развитии феномена праздника является его формализация, выхолащивание из его содержания традиционных смыслов и ценностей, утрата им своей подлинной культурно-исторической идентичности. В граф-модели это обозначено значением критерия информативности праздника. Проведённые исследования показали, что значительная часть молодёжи и даже лиц зрелого возраста не знают истории праздника или испытывают затруднения в определении его изначального смысла. Это можно расценивать как результат общего кризиса современного российского образования, особенно гуманитарного. Данный показатель выявляет запрос общества на пересмотр теоретико-методологических подходов в вопросах воспитания и образования подрастающих поколений.

В-четвёртых, в ходе проведённого исследования обнаружена некоторая размытость в понимании участниками праздника сущности самого феномена праздника как феномена праздности, превращение праздника в тривиальность, повседневность, обыденность. Этот тренд обусловлен, с одной стороны, игровой состав-

ляющей праздника, а, с другой стороны, растущими социальными рисками. Праздник воспринимается частью респондентов (особенно представителями трёх первых возрастных групп) как постоянное явление, определяемое необходимостью рисковать (играть с риском), а это формирует у человека азарт, лёгкость поведения, снижает социальную ответственность, а в некоторых случаях может способствовать девальвации ценности труда.

В-пятых, необходимо отметить такие наиболее актуальные аспекты в развитии феномена праздника и праздничной культуры, как историческая подлинность (идентичность) праздника, соотношение праздника и радости, праздника и традиции, индивидуального и социального в праздничной культуре, трансформацию функций праздника в условиях новой реальности и др. Актуализация этих аспектов обусловлена новой социальной и духовной реальностью, где возникла необходимость культурной самоидентификации россиян в контексте формирования новой системы ценностей, адекватной вызовам времени.

В-шестых, как свидетельствует граф-модель, наблюдается относительное несоответствие пространственных, временных и культурных мотиваторов у представителей разных возрастных групп. Поскольку феномен праздника служит генератором и транслятором традиций и опыта, передаваемых от прежних поколений, отсутствие совпадений в мотивации (консенсуса мотивированности) свидетельствует о наличии разрыва связи между поколениями, ослаблении духовного и социального континуума.

В-седьмых, в условиях, когда необходимо укрепление народного единства и согласия, роль праздника несомненно возрастает. Праздник служит своеобразной формой культурного и даже межкультурного диалога. Очевидно, что утрата человеком многих жизненных смыслов в условиях современного общества во многом меняет его психологию и культуру. Поэтому необходим междисциплинарный подход к более глубокому изучению феномена праздника и сохранению культуры праздника в жизненной практике человека.

Список литературы:

Алексеева Е.В. Профессиональные праздники в контексте праздничной культуры // Омский научный вестник. — 2006. — № 10. — С. 199–202.

Белорусец А.С. Символ как средство ориентировки в личностных задачах: персонологическая перспектива // Культурно-историческая психология. — 2020. — Т. 16, № 1. — С. 78–87. <https://doi.org/10.17759/chp.2020160108>

Бубер М. Два образа веры. — Москва: Республика, 1995. — 464 с.

Воловикова М.И., Тихомирова С.В., Борисова А.М. Психология и праздник. Праздник в жизни человека. — Москва: Пер Сэ, 2003. — 144 с.

Зарубина Ю.Н. Социальное одиночество в цифровую эпоху и инновационные методы его преодоления // Возможности и угрозы цифрового общества. — Ярославль: Изд-во Цифровая типография, 2019. — С. 29–33.

Каверина Е.А. Праздник как эстетический и социальный феномен // Вестник Томского государственного университета. — 2009. — № 324. — С. 119–122.

Кондаков И.В. «Победа над страхом» (Концепция праздничной культуры М. Бахтина и ее иносказательный смысл) / Эстетико-культурологические смыслы праздника. — Москва: ГИИ, 2009. — С. 78–115.

Мирошников Ю.И. Аксиологическая структура социокультурной коммуникации. — Екатеринбург: Банк культурной инициативы, 1998. — 160 с.

Найдыш В.М. Мифотворчество в деятельности сознания // Вопросы философии. — 2017. — № 5. — С. 26–34.

Пономарева О.А. История праздника как феномена культуры // Аналитика культурологии. — 2007. — № 1. — С. 162–168.

Слюсаренко М.А. Праздник в культуре и культура праздника в контексте современности // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2000. — № 3. — С. 25–30.

Тайлор Э.Б. Первобытная культура. — Москва: Политиздат, 1989. — 573 с.

Токачук Ю.А. Сюжетно-ролевая игра в фокусе Культурно-исторической научной школы: развивая идеи Выготского // Культурно-историческая психология. — 2022. — Т. 18, № 3. — С. 13–21. <https://doi.org/10.17759/chp.2022180302>

Трифонов Е.В. Детская игра с позиций культурно-исторической психологии: подмена, утрата и воссоздание идеальной формы деятельности в образовательном пространстве // Культурно-историческая психология. — 2022. — Т. 18, № 3. — С. 5–12. <https://doi.org/10.17759/chp.2022180301>

Фрээр Дж. Золотая ветвь. — Москва: Политиздат, 1980. — 831 с.

Хант М. История психологии. — Москва: АСТ, 2009. — 863 с.

Хюбнер К. Истина мифа. — Москва: Республика, 1996. — 448 с.

Шацкий Е. Утопия и традиция. — Москва: Прогресс, 1990. — 456 с.

Ячин С.Е. Критика аксиологического разума // Вопросы философии. — 2017. — № 8. — С. 54–68.

References:

Alexeeva, E. V. (2006) 'Trade holydays in the context of holiday culture', *Omsk scientific bulletin*, (10), pp. 199–202. (In Russian).

Belorusets, A. S. (2020) 'Symbol as an Orienting Means for Solving Developmental Tasks: A Personological Perspective', *Cultural-Historical Psychology*, 16(1), pp. 78–87. (In Russian). <https://doi.org/10.17759/chp.2020160108>

Buber, M. (1950) *Zwei Glaubensweisen*. Zürich: Manesse Verlag. (Russ. ed.: (1995) *Dva obraza very*. Moscow: Respublika Publ.).

Frazer, J. G. (1900) *The Golden bough: A Study in Magic and Religion*. In 3 Vol. London: Macmillan. (Russ. ed.: (1980) *Zolotaya vetv*. Moscow: Politizdat Publ.).

Hübner, K. (1985) *Die Wahrheit des Mythos*. München: Beck (Alber Philosophie). (Russ. ed.: (1996) *Istina mifa*. Moscow: Respublika Publ.).

- Hunt, M. M. (2007) *The Story of Psychology*. New York: Anchor Books. (Russ. ed.: (2009) *Istoriya psikhologii*. Moscow: AST Publ.).
- Kaverina, E. A. (2009) 'A celebration as an aesthetic and social phenomenon', *Tomsk State University journal*, (324), pp. 119–122. (In Russian).
- Kondakov, I. V. (2009) 'Pobeda nad strakhom (Kontseptsiya prazdnichnoy kul'tury M. Bakhtina i yeye inoskazatel'nyy smysl) [Victory over fear (M. Bakhtin's concept of festive culture and its allegorical meaning)]', in *Estetiko-kul'turologicheskiye smysly prazdnika [Aesthetic and cultural meanings of the holiday]*. Moscow: GII Publ., pp. 78–115. (In Russian).
- Miroshnikov, Y. I. (1998) *Aksiologicheskaya struktura sotsiokul'turnoy kommunikatsii [Axiological structure of sociocultural communication]*. Ekaterinburg: Bank kul'turnoy initsiativy Publ. (In Russian).
- Naidysh, V. M. (2017) 'Mythmaking in the activities of consciousness', *Voprosy Filosofii*, (5), pp. 26–34. (In Russian).
- Ponomareva, O. A. (2007) 'Istoriya prazdnika kak fenomena kul'tury [The history of the holiday as a cultural phenomenon]', *Analitika kul'turologii*, (1), pp. 162–168. (In Russian).
- Shatsky, E. (1990) *Utopiya i traditsiya [Utopia and tradition]*. Moscow: Progress Publ. (In Russian).
- Slyusarenko, M. A. (2000) 'A holiday in culture & a culture of holiday in the context of contemporaneity', *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, (3), pp. 25–30. (In Russian).
- Tokarchuk, Y. A. (2022) 'Role Play in the Focus of the Cultural-Historical Scientific School: Developing the Ideas of L.S. Vygotsky', *Cultural-Historical Psychology*, 18(3), pp. 13–21. <https://doi.org/10.17759/chp.2022180302>
- Trifonova, E. V. (2022) 'Children's Play in Cultural-Historical Psychology: Substitution, Loss and Recreation of the Ideal Form of Activity in the Educational Space', *Cultural-Historical Psychology*, 18(3), pp. 5–12. <https://doi.org/10.17759/chp.2022180301>
- Tylor, E. B. (1871) *Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. London: J. Murray. (Russ. ed.: (1989) *Pervobytnaya kul'tura*. Moscow: Politizdat Publ.).
- Volovikova, M. I., Tikhomirova, S. V. and Borisova, A. M. (2003) *Psikhologiya i prazdnik. Prazdnik v zhizni cheloveka [Psychology and holiday. A holiday in a person's life]*. Moscow: Per Se Publ. (In Russian).
- Yanchin, S. E. (2017) 'Critique of axiological reason', *Voprosy Filosofii*, (8), pp. 54–68. (In Russian).
- Zarubina, J. N. (2019) 'Social loneliness in the digital age and innovative methods of its overcoming', in *Vozmozhnosti i угрозы tsifrovogo obshchestva [Opportunities and threats of the digital society]*. Yaroslavl: Iz-vo Tsifrovaia tipografiia Publ., pp. 29–33. (In Russian).

Информация об авторах

Дмитрий Константинович Стожко — кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры креативного управления и гуманитарных наук, Уральский государственный экономический университет, 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 62 (Россия)

Константин Петрович Стожко — доктор исторических наук, профессор, главный научный сотрудник Института аграрно-экологических проблем и управления сельским хозяйством, Уральский государственный аграрный университет, 620075, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, д. 42 (Россия)

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors

Dmitrii K. Stozhko — PhD in Philosophy, Associate Professor, Department of Creative Management and Humanities, Ural State University of Economics, 62, 8 March st., Ekaterinburg, Russia, 620144 (Russia)

Konstantin P. Stozhko — Doctor of History, Professor, Chief Researcher of the Institute of Agrarian and Environmental Problems and Agricultural Management, Ural State Agrarian University, 42, Karl Liebknecht st., Ekaterinburg, Russia, 620075 (Russia)

Conflicts of interest. The authors declare absence of conflicts of interest.

Статья поступила в редакцию 21.04.2023; одобрена после рецензирования 01.06.2023; принята к публикации 08.06.2023.

The article was submitted 21.04.2023; approved after reviewing 01.06.2023; accepted for publication 08.06.2023.