



УДК 394.2

КЛАССИФИКАЦИЯ И ТИПОЛОГИЯ МАССОВЫХ ПРАЗДНИКОВ И ЗРЕЛИЩ

М.В. ЛИТВИНОВА*Белгородский государственный институт искусств и культуры**e-mail: margarita-litvinova@yandex.ru*

В статье раскрывается смысловое содержание праздника как философско-культурологической категории; исследуются теоретико-методологические подходы в изучении феномена праздника и культурологические модели объяснения праздничной культуры; анализируются основные концепции культурной типологии феномена праздника, определяется место массовых праздников и зрелищ в системе праздничной культуры.

Ключевые слова: праздник, праздничная культура, природа праздника, классификация праздника.

Праздничная культура – достаточно самостоятельная сфера жизнедеятельности человека, представляющая ценность не только в плане изучения народного искусства, общественного быта, этногенеза, но и в целом для исследования материальной и духовной культуры народа. Всеобщность праздников позволяет считать их постоянным элементом человеческой культуры, а их соблюдение является одной из основных форм коллективного поведения людей. Анализ социально-культурных факторов раскрывает сущность праздника как коллективного действия и коллективного переживания, как особой, противостоящей будням фазе общественной жизнедеятельности, источнике и факторе творчества, особенно художественного. Сложность и многообразие феномена праздника обуславливает невозможность понимания его истоков только через какую-то одну сторону (определений понятия, функций, характерных черт, типологии, механизмов, семиосферы, хронотопа и т. п.). Многие исследователи в рамках различных наук пытались проследить сущностное наполнение понятия «праздник», предлагая те или иные модели праздничной культуры. На сегодняшний день определен ряд концептуальных направлений в вопросах рассмотрения феноменологии праздника. При достаточном многообразии подходов к определению природы праздника просматриваются основные концепции:

- *эмпирико-описательное направление* (И.М. Снегирев, А.В. Терещенко);
- *мифологическая* (по некоторым определениям *религиозно-обрядовая*) (А.Н. Афанасьев, Ф.И. Буслаев, А.А. Потебня);
- *трудовая* (В.И. Чичеров, В.Я. Пропп);
- *рекреативная* (Н.О. Мизов, С.Т. Токарев);
- *школа заимствования*, как разновидность мифологической концепции (Е.В. Аничков, А.Н. Веселовский, В.Ф. Миллер);
- *игровая теория праздника* (И.Хейзинга);
- *философско-культурная* (миросозерцательная) (М.М. Бахтин, А.А. Белкин, Д.С. Лихачев, А.М. Панченко, Л.С. Лаптева, А.И. Мазаев и др.).

Основателем *эмпирико-описательного направления* можно считать И.М. Снегирева, достаточно подробно описавшего все многообразие русских народных праздников, изложившего их эстетическое и социологическое наполнение. Несмотря на определенную идеализацию русской патриархальной старины, работы И.М. Снегирева не потеряли своей научной значимости и по сию пору. Это особенно относится к его труду «Русские простонародные обряды», где впервые были сформулированы не только определения праздника и обряда, но и подчеркнута их принципиальное различие. «Само слово «праздник», – писал Снегирев, – выражает упразднение, свободу от будничных трудов, соединенную с весельем и радостью. Праздник есть свободное время, обряд – знаменательное действие, принятый способ совершения торжественных действий;



последний содержится в первом»¹. Работу в этом направлении продолжили А.П. Сахаров, А.В. Терещенко и другие исследователи, создавшие работы с богатым, подробным содержанием фактического материала, наглядным, тщательным описанием отдельных праздников. А.В. Терещенко стремится подчеркнуть состояние праздничности, вызываемое соучастием народа во многочисленных праздниках и развлекательных действиях. Важно заметить и то, что эта праздничность, как отмечает автор, «рождена не только непосредственным соучастием русского народа в том или ином действии, но и рождающимся в его среде глубоким пониманием своей органической сопричастности к истокам русской культуры и ее истории»². И.М. Снегирев и его последователи обратили внимание на временную зависимость праздников, что впоследствии легло в основу цикловой концепции праздника.

Сторонники *мифологического направления* в фольклористике впервые предприняли попытку создания общей теории праздника. Основываясь на «соляной» теории А.Н. Афанасьев, Ф.И. Буслаев, А.А. Потебня типологизировали празднества в соответствии с теоретическим предположением о взгляде на природу как борьбу лета и зимы. Таким образом, дни солнцеворота становились опорными пунктами двуциклового праздничного календаря. Сторонники мифологического направления указывали на привязанность праздничных дней к переломным, кризисным моментам природы; выявляли миросозерцательную самостоятельность праздника как явления духовной культуры.

Представители *школы заимствования*, еще одного направления в фольклористике Е.В. Аничков, А.Н. Веселовский, В.Ф. Миллер акцентируют внимание на самых общих особенностях традиционного праздника, выводят изучение русских народных праздников из пространства национальной изоляции.

Наиболее распространенной среди этнографов является *трудовая концепция* праздника, где природа праздника и связанных с ним обрядов объясняются сельскохозяйственным календарем, трудовыми заботами и радостями человека. Данная теория родилась в полемике с разного рода мифологическими концепциями и была характерна для советской этнографической науки. Трудовая и общественная жизнь человека рассматривается как основной и единственный источник праздника, влияющий на формирование праздничного календаря и обрядово-ритуальных форм. В.И. Чичеров, являющийся приверженцем данной теории, считал, что связь праздника с трудом является определяющей. Анализируя многие содержательные аспекты русского аграрного праздника, автор оставляет без внимания все остальные виды празднеств³. Ритм многих праздников действительно совпадает с ритмом трудовой деятельности; труд и его результаты жизненно важная сторона человеческого бытия, это мощный пласт миропонимания, сознания, всей духовной жизни народа. Однако уязвимость данной концепции в том, что сквозь призму прагматизма, привязки к трудовым заботам и операциям невозможно истолковать весь спектр праздников и связанных с ними обрядов и ритуалов.

Разновидностью трудовой концепции можно считать теорию В.Я. Проппа, который попытался соединить основные положения мифологической и трудовой концепции, отдавая приоритет последней. Согласно теории В.Я. Проппа: в основе всех народных праздников лежит мифологическое начало; обрядово-зрелищным формам праздника свойственно магическое содержание; праздничные обряды, развлечения и игры – это своего рода модель повседневного крестьянского труда, праздник есть вольное повторение сложившихся в труде навыков, обычаев, отношений⁴.

С виду противоположной трудовой концепции, однако тесно к ней привязанной, является *рекреативная концепция*, которая объясняет происхождение, содержание и

¹ Снегирев И.М. Русские простонародные праздники и суеверные обряды – М.: Сов. Россия, 1990. – Ч.1. – С.58

² Терещенко А.В. Быт русского народа. – М., 1997. – С.8.

³ Чичеров В.И. Зимний период русского земледельческого календаря XVI-XIX вв. – М.: Изд. Академии наук СССР, 1957. – 235 с.

⁴ Пропп В.Я. Русские аграрные праздники – Л.: ЛГУ, 1986. – С. 31-33.



календарь праздников как чередование ритмов труда и отдыха, как ответ на потребность в отдыхе. В этом смысле праздник можно рассматривать как противоположность будням (это положение выдвигалось неоднократно), ослабление бремени забот; известная мера изобилия порождает иллюзию сытой, беспечной жизни, способствуя возникновению праздничной ситуации. Однако с позиций рекреативной концепции не поддается объяснению, например, то обстоятельство, что поздняя осень на Руси, богатая урожаем и располагающая к отдыху, тем не менее, не богата праздниками, в то время как самый разгульный, богатый яствами праздник Масленица приходится на конец зимы – начало весны, когда запасы у бедноты практически заканчиваются. И все же «даже самые бедные, отложив на «потом» тяжелые раздумья о куске хлеба, изо всех сил стараются выложиться, но обеспечить обильную еду и пиршество»⁵. Н.О. Мизов, рассматривая праздник как отражение трудовой деятельности человека, тем не менее отмечает, что «нет чисто хозяйственных праздников, которые отражают само то или иное хозяйственное действие. В принципе, большинство старых праздников народа смешанные, комплексные»⁶.

Довольно популярна в отечественной науке *игровая концепция* праздника. Автор концепции Й. Хейзинга рассматривает праздник в связи с игрой. Согласно данной теории исторический процесс в плане эволюции культуры может быть представлен постепенным, но неуклонным вытеснением игрового элемента. Поскольку игровое начало в празднике является весьма существенным, утрата игрового элемента или превращение его в «фальшивую» игру отражается на содержании праздника самым пагубным образом⁷.

Рассматривая *миросозерцательную, философско-культурную* концепцию праздника необходимо обратиться к идее смысловой и функциональной трансформации обрядов в празднике с учетом синкретичности первобытной культуры и недифференцированности в обыденном сознании разных пластов идеологии. Наиболее концептуально полно представлена теория М.М. Бахтина, по определению которого «празднество (всякое) – это очень важная первичная форма человеческой культуры. Ее нельзя вывести и объяснить из практических условий и целей общественного труда или, еще более вульгарная форма объяснения, – из биологической (физиологической) потребности в периодическом отдыхе. Празднество всегда имело существенное и глубокое смысловое миросозерцательное содержание. Никакое «упражнение» в организации и усовершенствовании общественного процесса, никакая «игра в труд» и никакой отдых или передышка в труде сами по себе никогда не могут стать праздничными, к ним должно присоединиться что-то из иной сферы бытия, из сферы духовно-идеологической. Они должны получить санкцию не из мира средств и необходимых условий, а из мира высших целей человеческого существования, т.е. из мира идеалов. При этом празднества на всех этапах своего исторического развития были связаны с кризисными, переломными моментами в жизни природы, общества, человека. Моменты смерти, возрождения, смены и обновления всегда были ведущими в праздничном мироощущении. Именно эти моменты в конкретных формах определенных праздников и создали специфическую праздничность праздника»⁸. Таким образом, праздник не просто дублирует труд, подводя итоги трудового цикла и подготавливая участников к новой фазе трудовой жизни, но постоянно провозглашает народный идеал жизни, с которым изначально связан. Не отрицая связь праздника ни с трудовой деятельностью, ни с искусством М.М. Бахтин обращает внимание на особую социально-художественную специфику этого феномена, трактуя его находящимся на грани искусства и реальной действительности. М.М. Бахтин закладывает основу для рассмотрения праздника как культурологического явления, выделяя наиболее устойчивые признаки и категории этого многоаспектного феномена («праздничное

⁵ Миллер В. Русская масленица и западноевропейский карнавал – М.: Наука, 1984. – С.35.

⁶ Мизов Н. Праздник как общественное явление – София, 1966. – С. 24.

⁷ Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня – М.: Прогресс, 1992. – 462 с.

⁸ Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса – М.: Худ. литература, 1990. – С.13-14.



время», «праздничное мироощущение», «праздничное пространство», «праздничная свобода», «праздничный смех»).

Чрезвычайно разнообразна типология праздников. Практически ни один автор, рассматривающий праздник в том или ином аспекте не обходился вниманием вопрос классификации. Наиболее распространенная система классификации исходит из принципа распределения праздника по временам года, сезонам (так называемый сезонный календарь). Этот принцип чрезвычайно ограничен, так как оставляет за пределами классификационной системы многие праздники. Широкое распространение получило деление праздников на религиозные и нерелигиозные. В этом случае за принцип классификации принимается отношение праздника и религии, подчеркивается его первоначально религиозное, мистическое происхождение.

Одним из первых предложил свою классификацию И.М. Снегирев, который выделял праздники на подвижные и неподвижные (т.е. имеющие и не имеющие точной даты), а также исключительные (связанные с особым событием), сельские и городские, отечественные и заимствованные.

Н.О. Мизов обосновывает принцип двух линий классификации праздника. По его мнению, первая линия, исходящая из основных сфер общественной жизни, включает в себя политические, культурные, бытовые, религиозные праздники; вторая линия, идущая от личности и общественных групп, включает личные, семейные, племенные, народно-национальные, классово-партийные, международные праздники.

К. Жигульский представляет «среду обитания» праздника как явления человеческой культуры в виде карты. На пространственной карте существуют местные, локальные, региональные, национальные, государственные, международные праздники. Историческая карта знакомит с праздниками той или иной эпохи. Для раскрытия характера связей феноменов праздника представляется важной выдвинутая К. Жигульским классификация празднеств по признакам: временному, пространственному, целостному, психологическому, социологическому и др.⁹

В культурологии советского периода широко распространенной была классификация, в которой вся совокупность праздников, бытующих в «нашем обществе, состоит из общегосударственных, трудовых, военно-патриотических, семейно-бытовых и календарных (то есть связанных со сменой времен года)». Как правило, полностью игнорировались религиозные праздники или же искажались их роль и значение в жизни отдельного человека и общества в целом¹⁰.

Д.М. Генкин, отмечая, что «праздник вообще – такое сложное, многостороннее явление, что, очевидно, единой, всесторонней классификации его для всех времен и народов создать невозможно», тем не менее, предлагает свою классификацию, основанную на принципах общественной значимости и масштабности события и выделяет три основные группы праздников:

1. *Всеобщие*, отвечающие наиболее масштабным, большим событиям. Это, прежде всего, великие праздничные даты страны, имеющие всемирно-историческое значение; эпохальные события истории и наших дней, переломные моменты в природе. Социальная общность, празднующая такое событие, по существу безгранична.

2. *Локальные*, вызываемые событием, имеющим значение для определенной празднующей общности. Это профессиональные праздники, праздники отдельных коллективов, учреждений, городов и т.д., в каждом случае масштаб события определяет масштаб празднующей общности.

3. *Личностные*, вызываемые событием, имеющим значение для отдельной личности, семьи, группы людей¹¹.

В исследованиях последних лет, затрагивающих различные аспекты праздничной культуры, предпринимаются попытки разработки всеобъемлющей классификации праздника. Так, в частности Г.Г. Карпова в своей работе классифицирует праздник с

⁹ Жигульский К. Праздник и культура / К. Жигульский. – М.: Прогресс, 1985. – 336 с.

¹⁰ Кудайбергенов Б.К. Культура современных праздников и обрядов – Элиста: Калмыц. кн. изд-во, 1986. – 72 с.

¹¹ Генкин Д.М. Массовые праздники – М.: Просвещение, 1975. – С.56-58.



точки зрения социологического анализа, при этом наиболее существенным становится определение места того или иного праздника в социальном пространстве. «Нас больше всего интересует вопрос, кто празднует, среди какой человеческой общности отмечается праздник и каким образом праздник связан со своим происхождением, структурой, функционированием, изменениями». Далее Г.Г. Карпова эксплицирует три основания классификации праздников:

1) *по сферам деятельности человека* (политические, экономические, религиозные, культурные, культура при этом понимается в ведомственном смысле, как сфера деятельности человека, бытовые);

2) *по диапазону праздника, по охвату территории и по объему включенной в праздник массы людей* (личностные, семейные, праздники села и трудового коллектива, праздники местные, региональные, праздники этноса, нации, праздники общегосударственные, общенародные, праздники всемирные;

3) *по демографическим признакам, прежде всего по половозрастным* (женские, мужские, юношеские, детские, ветеранские и т.д.).

4) Осознавая несовершенство подобных оснований классификации, автор замечает «что одни и те же праздники могут быть представлены в разных группах». Однако, свою точку зрения Г.Г. Карпова объясняет тем, что «праздник многозначен, мы лишь с разных сторон смотрим на него в соответствии с аспектом классификации»¹².

Весьма своеобразную типологию предлагает В.Н. Гагин. Всю совокупность развлечений, увеселений, зрелищ, праздников, игр и т.п., автор относит к сфере «досуговой культуры», объединяя общим понятием «праздничность» и разграничивая при этом:

– праздничную культуру (*официальные праздники* – коронование, тезоименины, праздники во славу побед и др.; *православные праздники* – Пасха, двенадцатые праздники, приходские праздники; *народные праздники* – Ивана Купалы, Масленица, Семик и др.);

– обрядовую культуру (*православные обряды* – крещение, свадьба и др.; *народные обряды* – Радуница, завивание берез, закликание весны и др.);

– развлекательную культуру (дворянство – балы, маскарады, спектакли, концерты и др.; прочие сословия – гуляния, зрелища, кулачные бои, театр Петрушки и др.);

– игровую культуру (дворянство – шахматы, живые картины, скачки и др.; прочие сословия – качели, катания, колядки, взятие снежного городка и др.)¹³.

Можно заметить, что при данном принципе классификации оказываются нелогично разрозненными виды и формы праздника, столетиями сосуществующие в синкретичном единстве (например, Масленица немислима без закликанья весны, равно как и народные гуляния без качелей и катаний). Кроме того, многие исследователи (с чем полностью соглашается автор) весьма негативно относятся к определению «праздничности» в таком широком аспекте. В частности, Т.Чередниченко отмечает: «...приходится различать между праздниками и праздничностью. Праздники не слишком удаются, в то время как праздничность заполонила повседневность. Но праздничность сама по себе в праздник не концентрируется. В лучшем случае может эксплуатировать его»¹⁴.

В смысле построения концептуальной модели, как теоретической типологизации праздника заслуживает внимания работа И.Н. Прониной¹⁵. Определяющим основанием в данной достаточно оригинальной модели является взаимозависимость праздника и жизни (т.е. реальной действительности). Автор определяет четыре типа праздника:

1. «*Жизнь – не праздник, праздник – не жизнь*», где праздник предстает как модельная инаковость реальной действительности, как компенсаторная форма разрешения существующих противоречий.

¹² Карпова Г.Г. Праздник в контексте социальных изменений: Дис. ...канд.социол.наук. – Саратов, 2001. – С.54-55.

¹³ Гагин В.Н. Национальные праздники и обряды, или Праздничность как феномен русской культуры: теоретический и исторический аспект. – М.: Профиздат, 2005 – С.21-23.

¹⁴ Чередниченко Т. Праздничность / Т. Чередниченко // Новый мир. – 2002, – №11. – С. 155.

¹⁵ Пронина, И.Н. Феномен праздника в контексте отечественной культуры: Дис. ...канд.философ.наук. – Саранск, 2001. – С.67-69.



2. «Жизнь как праздник, праздник как жизнь», где праздник – форма самой жизни, пронизывающая и общественную жизнь, и быт, и моду, и архитектуру, и общественное поведение.

3. «Жизнь – в празднике, праздник – в жизни», где праздник выступает как сфера непредсказуемого реально-практического поведения, заключающего в себе угрозу конфликта.

4. «Жизнь есть праздник, праздник есть жизнь», где праздник отражение жизни, которая конструирует праздник по собственному образу и подобию.

Нельзя не согласиться с оригинальностью модели И.Н. Прониной, однако, за филигранными литературными оборотами определений теряется сама сущность данной модели.

Проблему разработки классификации праздника поднимает О.Л. Орлов в монографии «Праздничная культура России», отвергая чистую систематизацию и акцентируя внимание на необходимости научного подхода к данной проблеме. «Классификация по существенным, а не по формальным признакам праздников является на самом деле научно обоснованной типологией. Она основывается на понятии типа как единицы расчленения изучаемой реальности. Эмпирическая типологизация связана с систематизацией и обобщением культурно-исторического опыта формирования праздников, с выявлением устойчивых признаков или групп свойств, собственных тем или иным праздникам. Теоретическая типологизация предполагает построение концептуальной модели, понимание объекта как системы со специфическими структурными уровнями организации и системообразующими факторами»¹⁶.

Массовые праздники и зрелища, в силу своей масштабности, интегративности, общедоступности занимают особое место в иерархии праздничной культуры – аккумулируя различные виды праздничного действия, массовые праздники и зрелища заведомо содержат конфликт в сущностном наполнении и формах выражения смыслового содержания. Ведущие специалисты в области эстетики и культурологи сходятся во мнении, что массовые праздники и зрелища находятся на стыке жизненных реалий и искусства. Массовые праздники можно отнести к двойственным явлениям, сохраняющим исходный синкретизм художественного и утилитарного начал. Современные авторы отмечают широкую жанровую систему массовых праздников и зрелищ и выделяют, прежде всего, характеристики трех основных типологических групп: *культурного генезиса* (мистерия, шествие, апофеоз), *театрального действия* (театрализованное представление, карнавал, маскарад, концертное представление (концерт-митинг, театрализованный концерт)). А также – отдельной группы сложных или составных жанров *массовых театрализованных действий* (фестивали, олимпиады, дни, декады, постановки на юбилейную или историческую тему)¹⁷. Однако, независимо от формы проведения и жанровой окраски, можно выделить специфические качества, присущие массовым праздникам и зрелищам в целом. Во-первых, можно утверждать, что феномен массовых праздников и зрелищ обладает собственной морфологией, позволяющей рассматривать данное явление генетически и исторически, то есть в процессе становления и развития. Во-вторых, массовые праздники всегда ориентированы на активное соучастие аудитории в предлагаемом организаторами действии (представлениях, конкурсах, танцах, играх, забавах и др.). В-третьих, механизм организации массового действия обусловлен сменой разнообразных впечатлений, получаемых участником действия в процессе соучастия в этих действиях. Смена впечатлений, в свою очередь, обусловлена чередованием разнообразных художественно-выразительных средств (слова, музыки, танца и т.п.), оказывающих на человека максимально насыщенное художественное воздействие, рождающее у него состояние праздничности.

Несмотря на то, что отдельные виды праздничного действия (ритуал, обряд, развлечения, игра и пр.) не обладают «единообразным строением художественной

¹⁶ Орлов, О.Л. Праздничная культура России. – СПб.: КультИнформПресс, 2001. – С.104-105.

¹⁷ Меньшиков А.М. Фестиваль как социокультурный феномен современного театрального процесса: Дис. ...канд.искусствоведения. – Москва, 2004. – С. 20.



ткани»¹⁸, свойственной любому виду искусства (музыке, театру и др.) и, стало быть, не могут являться видами искусства, в структуре массовых праздников и зрелищ повсеместно используются те или иные виды искусств либо в полном, либо во фрагментарном виде. Режиссерская разработка единой действенной линии обеспечивает ансамблевое сочетание различных видов искусств, организуемом с помощью принципа «эпизодичности», т.е. последовательной сменой эпизодов, каждый из которых существует на основании закона «трех единств». Художественная ценность массовых праздников и зрелищ обусловлена не только высоким художественно-эстетическим качеством каждого элемента в том или ином эпизоде, но и единым художественным замыслом всего действия.

Таким образом, феномен массовых праздников и зрелищ расположен на границе реальной жизни, игры и искусства, при этом, творческим методом, синтезирующим в органическом единстве различные виды искусства, документальный и художественный материал, зрелище, игру, моменты спонтанной импровизации, ритуал, обряд, карнавальное шествие и народное гуляние выступает театрализация, дающая возможность, строить праздник, организуя художественно, по законам театра как его содержание, так и деятельность его участников.

Можно констатировать, что, для возникновения массового праздника необходимы три основных слагаемых:

1. *Традиционные основы* (традиции, обычаи, привычные формы и нормативы проведения, определенное сущностное наполнение и т.д.);
2. *Реальное событие* (смена времен года, историческая дата, религиозное, светское, политическое событие и т.д.);
3. *Организационное начало* (творческое осмысление праздника, разработка сценария и режиссерской экспликации, создание пространства праздника, административные работы и т.д.).

Первые два слагаемых – традиционные основы и реальное событие – образуют так называемую *праздничную ситуацию, порыв масс*. Организующее начало, *замысел руководителей* претворяет массовый праздник в жизнь, реализует его. Это возможно, как писал еще А.В. Луначарский, при выполнении, по меньшей мере, трех условий. Это искреннее желание аудитории «откликнуться всем сердцем на событие, которое празднуется», определенный «минимум праздничного настроения», талантливые организаторы, способные организовать действие и руководить им так, «чтобы естественный порыв масс, с одной стороны, и полный энтузиазма, насквозь искренний замысел руководителей, с другой, сливались между собой»¹⁹.

Со времен античности известна двойственная природа праздника: он принадлежит и миру человека и миру социальной системы, в отношении которых ему приходится играть, как правило, прямо противоположные роли. Находясь в «мире идеалов», поддерживаемых массовым зрелищем, зритель активнее и легче воспринимает доносимую организаторами необходимую им информацию. «Хлеба и зрелищ» требовали древние римляне, на многие столетия вперед утвердив равновесие между материально-физиологическими и духовно-социальными потребностями толпы.

Праздник в представлении древних народов был реализацией мечты об идеальной жизни. Привлекательные, яркие фрагменты обыденной жизни, отраженные в празднике обретали иной смысл, трансформировались функционально. В праздник привносились элементы будней посредством магических обрядов призванных умиловить сверхъестественные силы, вызвать удачу в охоте, добрый урожай, хороший приплод скота, отвести зло. Во время праздника происходило переосмысление этих действий. Благодаря праздничному мироощущению, отключению в праздничное время негативных в психологическом плане элементов, всеобщему осмеянию, всенародному характеру, полному освобождению от жизненной серьезности, публичному веселью, то, что в обыденной жизни казалось серьезным, во время праздника превращалось в

¹⁸ Каган М. Морфология искусств. – М., 1972. – С.235.

¹⁹ Луначарский А.В. О массовых празднествах, эстраде и цирке. – М., 1981. – С.68 -85.



активное действие в виде игр, шуток, забав, розыгрышей. Праздник помимо прагматического наполнения приобретал идеальную, духовную ценность. Приближение всякого значительного события, обещающего перерыв в повседневности, несущее какую-либо надежду порождает приятные ожидания, формировало «праздничную ситуацию. Массовый праздник, таким образом, связывается не с одной из сторон духовного мира людей, и не с каким-либо одним из видов их деятельности, а с народным миропониманием и жизнью в целом.

Другой аспект сущности праздника связан с чисто служебной, технической ролью, навязанной социальной системой, сутью которой становится управление жизнью индивидуума, коллектива, общества. Власть с этой целью постоянно прибегала к воздействию с помощью культурных социально-психологических механизмов. Массовые праздники и зрелища со времен античности активно использовались структурами власти. Достаточно вспомнить праздники французской революции, или праздничную культуру тоталитарных режимов, чтобы прийти к выводу: смена государственного строя влечет за собой смену праздничного календаря. Видные политические деятели, а также деятели культуры и искусства опираясь на традиционно-народные праздники, придавая им новые смысловые оттенки, создавая новые массовые праздники и зрелища с опорой на идеологически приемлемый для данного государственного строя событийный ряд формировали свою систему праздников.

Принципиальное отличие при рассмотрении современной социокультурной ситуации состоит в том, что следует учитывать специфику действия закономерностей культуры в новых сложившихся социальных условиях. Возникшая новая социальная структура породила и новую дифференцированную реальность: меняются масштабы жизни и деятельности, претерпевают трансформацию ценностные ориентиры, радикально реконструируются существующие социокультурные институты и технологии управления. Перестройка всей жизни, происходящая в последние десятилетия, затрагивает и праздничную культуру. Современное общество диктует новые формы и смыслы празднования, происходит трансформация структуры праздничной культуры, её функций и особенностей воплощения. Кардинальные изменения обусловили формирование нового праздничного календаря, отражающего драматические социальные перевороты современности. Социальные, экономические и политические трансформации приводят к изменениям характера функционирования разных элементов культуры, переосмыслению ее символов, переопределяют способы культурного наследования и коммуникации, отношения власти в рамках культурных институтов. Визуализация современной культуры, ее мозаичный и фрагментарный характер, утрата больших идеологий, цементирующих духовную жизнь общества, т.е. децентрация духовной культуры, обуславливает особое внимание философии культуры к массовым праздникам и зрелищам, так как именно эти формы позволяют объединить массы людей на почве единой культурной традиции, приобщить к вечным ценностям разрозненных индивидов. Рост утилитаризма и прагматизма в обществе, смещение интересов с ценностей добра, истины, красоты, веры на прагматические ценности отдыха и развлечения ставит вопрос о необходимости и возможности существования содержательного, серьезного, символического зрелища или игрового праздничного действия. Разнообразие праздничных форм и нестабильность самой праздничной ситуации свидетельствуют о наступлении нового эволюционного витка в формировании массовых праздников и зрелищ. Таким образом, трансформация праздничной культуры является частью общей динамики социокультурного пространства и вытекает из тех же самых причин и, прежде всего: из изменений социально-экономической структуры и политического строя; из изменений условий жизни; из изменений общественного сознания, выражающихся в изменениях системы ценностей.

При сохранении различий в определении свободного и праздничного времени в современных условиях происходит их постепенное сближение. Развитие социального законодательства, сокращение рабочего времени, распространение системы отпусков уменьшают значение праздника как формы отдыха. В условиях интенсивного промышленного производства формируется и все шире распространяется новый ритм жизни, охватывающий быстро меняющиеся фазы производства и потребления, труда и



свободного времени. Стремительное расширение информационного пространства провоцирует развивающуюся тенденцию открытости общества: моральное, виртуальное и фактическое стирание границ между государствами, «прозрачность» границ в широком смысле, качественно новое восприятие людьми окружающего мира и своего места в мире.

Процесс глобализации с различных методологических позиций затрагивается сегодня многими авторами, причем далеко не всегда в позитивном смысле. В обществе, где рынок становится основной формой всех жизненных установок, праздник вплотную смыкается с экономическим потреблением, т.е. фактором, стимулирующим развитие праздничной культуры, становится не только ее духовная сторона, но ее прагматическая сторона, выражающаяся в коммерческих подходах к проведению праздников. Усиление экономического значения праздника – несмотря на явное ослабление культурных, религиозных, идейных и мировоззренческих потребностей, связанных с ним – одна из характерных особенностей нашего времени. Кроме того, для значительной части современного общества праздник – это возможность не только отдохнуть, повеселиться, пообщаться с приятными людьми, не только возможность сменить обстановку, восстановить силы после трудовых будней. Это еще и возможность зарабатывать капитала, это бизнес, который осуществляется тем успешнее, чем чаще и шире будут праздноваться те или иные события.

Огромное влияние на характер современного праздника оказывают изменения, происходящие в сфере услуг. Распространение ставших обыденными развлечений всякого рода, например танцев, музыки, зрелищ, которые издавна предназначались для праздничных периодов, а теперь стали доступными независимо от праздничного календаря, заметно уменьшило привлекательность самого праздника в этом плане. На потребительском рынке стремительно развивается индустрия «праздничной символики»; средства массовой информации популяризируют картину праздников в масштабе, не имеющем прецедента в истории культуры. Периодические издания пестрят объявлениями разного рода арт-студий, продюсерских центров, концертных объединений предлагающих услуги по организации общегородских, сельских, корпоративных, молодежных, детских праздников с полным PR-сопровождением. Стоит только оплатить счет и к вашим услугам ведущие-шоумены, ди-джеи, цирковые артисты и дрессировщики, пародисты и шоу-балеты, ростовые куклы и надувные аттракционы, фейерверки и сценические конструкции, художественное оформление и многое другое. Популярна литература, включающая тосты, поздравления, праздничные открытки как забавного, так и серьезного содержания.

Происходит утилизация праздничного пространства-времени для решения экономических проблем. Кроме того, само праздничное время (как и праздник в целом) зачастую становится объектом потребления экономической структуры. При этом, независимо от сущностного наполнения праздника (будь то Рождество, Масленица, 8 марта, или День Конституции и др.) форма проведения массового площадного действия остается примерно одинаковой, представляя собой нечто среднее между массовым праздником тоталитаризма и массовым зрелищем западной шоу-культуры. Театральность, фрагментарность, принцип монтажности, стирание приоритетов, стилевой синкретизм, работа на публику, обязательный учет аудитории – все эти слагаемые, вообще характерные для культуры постмодернизма, проявляются в массовых праздниках современной России в полной мере. Праздник можно *купить, заказать, продать, подарить*, то есть манипуляции совершаются на уровне товарооборота. Утилитарно-практическое начало все более превалирует над сакрально-возвышенным. Таким образом, ярко проявляющаяся в традиционной культуре оппозиция «праздник – жизнь», претерпевает качественные изменения. Происходит смещение границ между праздничной и бытовой сферами.

Таким образом, выявляя культурологические параметры массовых праздников и зрелищ в различных социокультурных контекстах, обозначив при этом исходную точку соотношения в оппозиции «народ – власть», можно выделить следующие типологические модели:

1. Массовые праздники и зрелища как способ этнокультурной идентификации;



2. *Массовые праздники и зрелища как социокультурная манифестация власти;*
3. *Массовые праздники и зрелища как объект потребления.*

Массовый праздник как социально-художественный феномен эстетически организует и переоформляет время и пространство человеческой жизни, внося в нее элементы полноты, удовлетворения и гармонии, и, как бы, соизмеряет ее с жизнью элемента в целом, жизнью природы. Пространство массового праздника динамично, оно подобно вектору, устремленному в идеальное, трансформирующему обыденное и перемещающему в мир прекрасного. Но, одновременно, массовый праздник выполняет и чисто техническую, служебную задачу, навязанную социально-классовой системой и ориентированную на реализацию интересов, совпадающих с интересами власти, или господствующего в обществе класса. Теряя свою сакральную сущность и все более трансформируясь в объект массового потребления, праздники и зрелища все чаще рассматриваются как эффективное средство сильнейшего воздействия на формирование политических установок личности.

Еще Эсхил указывал: «большая сила – мнение народное»²⁰. Особо она велика, если народное мнение объединено одной идеей, более того о степени жизненности идеи можно судить по отношению к ней масс. А «мнение народное» или отношение масс может формироваться и трансформироваться всеми доступными средствами в умелых руках идеолога. Необходимо отметить, что современное общественное мнение в России, в силу крайней нестабильности политической и социальной обстановки отличается большей подверженностью манипулированию, готовностью впасть в крайности, низкой способностью к поиску компромиссов, маргинальностью оценок в суждении. В настоящее время, массовые праздники и зрелища как важнейшая составляющая истории и современности культуры, неотъемлемый элемент социокультурной системы, занимают далеко не последнее место в современной иерархической системе СМИ, и потому активно используются в качестве инструмента идеологического управления. Массовое действо, обладая свойствами драматизации и метафоричности, делает доступными самые сложные для понимания политические идеи, и зрители автоматически становятся их сторонниками.

В последние годы можно наблюдать множество такого рода конкретных проявлений, – от различного рода политических акций на региональном уровне, до выборов президента страны. В этих событиях политической жизни наиболее очевидно просматривается использование эмоционально-художественных средств психологического воздействия. И чем сильнее размах политической борьбы и необходимость давления на общественное мнение, тем более яркое, красочное шоу стараются выстроить организаторы. В ход идут проверенные и безотказные приемы и методы активизации зрительской аудитории, основанные на умелом использовании архетипов: традиционные народные праздники, театрализованные представления, зрелища, фестивали, концерты, розыгрыши призов, игровые и конкурсные программы, музыкальные и световые эффекты, средства пиротехники и новейшие достижения мультимедиа. Активно используются символы, лозунги, звучные пароли, учитывается и тот факт, что «самым прекрасным зрелищем для народа всегда будет сам народ».²¹ Массовая готовность к восприятию, к любым действиям в определенных ситуациях, подкрепленных зрелищными элементами, приводит к возможности образной материализации идей и определенной «настройке» коллективных переживаний, для дирижирования эмоциями и представлениями, и, как следствие, продвижения и внедрения различных политических идей. При этом наибольшее идеологическое воздействие на политическое сознание масс осуществляется теми массовыми действиями, в которых политические идеи, на первый взгляд, играют второстепенную роль по сравнению со зрелищными приемами, то есть информация подается не «в лоб», а транслируется через иллюзию праздничности, «карнавальную игру», использование зримых узнаваемых образов и оригинальных подходов оказывая, тем самым, почти гипнотическое воздействие. Чем более велика сила эмоции в момент восприятия объектом, тем глубже последующее осознание действия, вызвавшего ее, и тем более

²⁰ Эсхил. Трагедии. – М.-Л.: «Академия», 1937, – С. 264.

²¹ Ромен Ролан «Народный театр»: Собр. соч. т.14. – М.: Гослитиздат, 1958.-С. 118.



вероятна трансформация зрителя в соучаствующего субъекта. Поэтому, каким бы информативным, организованным по всем технологическим правилам не было бы массовое действие, оно не достигнет необходимых целей, не произведя эмоционального впечатления на зрителя. Учитывая психологический фактор, Л.С. Выготский отмечал: «... ни один элемент в произведении искусства сам по себе не важен. Это только клавиша. Важна та эмоциональная реакция, которую он в нас пробуждает»²². Автоматически выстраивается логическая цепочка от красоты к удовольствию. И, далее, – к постижению «правильности» внедряемой в сознание идеологии и политики.

Список литературы

1. Снегирев, И.М. Русские простонародные праздники и суеверные обряды / И.М. Снегирев. – М.: Сов. Россия, 1990. – Ч.1. – 158 с.; Ч.2. – 78 с.
2. Терещенко, А.В. Быт русского народа. / А.В. Терещенко. – М., 1997. – Ч. 5. – 221 с. – Ч. 7. – 348 с.
3. Чичеров, В.И. Зимний период русского земледельческого календаря XVI-XIX вв. / В.И. Чичеров. – М.: Изд. Академии наук СССР, 1957. – 235 с.
4. Пропп, В.Я. Русские аграрные праздники / В.Я. Пропп. – Л.: ЛГУ, 1986. – 184с.
5. Миллер, В. Русская масленица и западноевропейский карнавал / В. Миллер. – М.: Наука, 1984. – 43с.
6. Мизов, Н. Праздник как общественное явление / Н. Мизов. – София, 1966. – 124 с.
7. Хейзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хейзинга – М.: Прогресс, 1992. – 462 с.
8. Бахтин, М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М.: Художественная литература, 1990. – 544 с.
9. Жигульский, К. Праздник и культура / К. Жигульский. – М.: Прогресс, 1985. – 336 с.
10. Кудайбергенов Б.К. Культура современных праздников и обрядов / Б.К.Кудайбергенов, О.Е.Иванов, П.А.Сапронов. – Элиста: Калмыц. кн. изд-во, 1986. – 72с.
11. Генкин, Д.М. Массовые праздники / Д.М. Генкин. – М.: Просвещение, 1975. – 140 с.
12. Карпова, Г.Г. Праздник в контексте социальных изменений: Дис. ...канд.социол.наук. – Саратов, 2001. – 156 с.
13. Гагин В.Н. Национальные праздники и обряды, или Праздничность как феномен русской культуры: теоретический и исторический аспект / В.Н. Гагин – М.: Профиздат, 2005 – 320 с.
14. Чередниченко, Т. Праздничность / Т. Чередниченко // Новый мир. – 2002, – №11. – С. 155-167.
15. Пронина, И.Н. Феномен праздника в контексте отечественной культуры: Дис. ...канд.философ.наук. – Саранск, 2001. – 143 с.
16. Орлов, О.Л. Праздничная культура России / О.Л. Орлов. – СПб.: КультИнформПресс, 2001. – 160 с.
17. Меньшиков А.М. Фестиваль как социокультурный феномен современного театрального процесса: Дис. ...канд.искусствоведения. – Москва, 2004. – 178 с.
18. Каган М. Морфология искусства / М. Каган – М.: «Искусство», 1972. – 441с.
19. Луначарский, А.В. О массовых празднествах, эстраде и цирке / А.В. Луначарский. – М.: Просвещение, 1981. – 429с.
20. Эсхил. Трагедии / Эсхил – М.: «Художественная литература», 1971. – 441с.
21. Ромен Ролан «Народный театр»: Собр. соч. т.14. – М.: Гослитиздат, 1958. 418с.
22. Выготский Л.С. Психология искусства / – М.: Педагогика, 1987. – 215с.

CLASSIFICATION AND TYPOLOGY OF MASS HOLIDAYS AND SPECTACLES

M.V. LITVINOVA

*Belgorod State Institute of Arts
and Culture*

*e-mail: margarita-
litvinova@yandex.ru*

The semantic content of the holiday as a philosophical culturological category is revealed in the article; the theoretical-methodological approaches in the study of the phenomenon of a holiday and culturological models of an explanation of celebratory culture are investigated; the basic concepts of cultural typology of a phenomenon of a holiday are analyzed, the place of mass holidays and shows in the system of celebratory culture is defined.

Keywords: holiday, celebratory culture, spectacle, phenomenon of holiday, classification of holiday, cultural typology.

²² Выготский Л.С. Психология искусства. – М.: Педагогика, 1987. – С. 195.