

Праздник как социокультурный феномен

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Варнавская Екатерина Николаевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: varnavskayrina94@yandex.ru

Праздник-это явление, с которым человек часто сталкивается в течение своей жизни. Это неотъемлемый феномен сельской и городской жизни общества. Он настолько плотно вошел в повседневную жизнь, что каждый может обозначить определение данного термина и выделить его отличительные черты. При пилотажном интернет-опросе респондентам необходимо было за короткое время дать ответ на вопрос «Что такое праздник?». Выборка составила около 100 человек, ответы получены разнообразные. Но большая часть из опрошенных была едина во мнениях. Таким образом, праздник охарактеризовали как подарки, веселье и хорошее настроение, это объединение людей, сбор семьи, это отдых от серых будней. Как можно отметить из ответов, праздник ассоциируется с возможностью весело отдохнуть и встретиться со знакомыми, друзьями, семьей. На первый план выступает развлекательная функция этого феномена.

В научной литературе сложно найти полное определение данного термина. Праздник рассматривают исследователи из разных областей знаний - философия, этнография, антропология, социология и др. - что определяет специфику подходов. В первой половине XX в. исследования по проблеме праздников носили дескриптивный характер и основной объем информации был собран этнографами. Целенаправленный интерес к феномену праздника с точки зрения социологического знания сформировался в 1970-1980-х гг., когда в рамках бурного развития социологии культуры и преломления ценностных моделей стали анализировать лакмусовые бумажки социальной жизни-праздники.

Как отмечал К.Жигульский, праздник и празднество через транслируемые социально-культурные ценности играет важную роль в формировании личности и духовном развитии человека. Праздник является социальной практикой, демонстрирующей всё синтезированное в мировой и национальной культуре. Праздник-зеркало своей эпохи. По создаваемым народом праздничным формам можно судить о политической, исторической и духовной жизни общественно-экономической формации, определить идеи, интересы и стремления различных ее социальных слоев [1].

Праздник сопровождает человека на протяжении всего его развития. Это один из старых и широко распространенных институтов, возникший на основании динамики общественной жизни. Праздничная культура является весьма автономной областью жизнедеятельности общества, которая раскрывает не только ценности, связанные с искусством народа, домохозяйства, но и направленные на изучение духовной и материальной культуры народы. Всеобщность праздников позволяет считать их постоянным элементом человеческой культуры, а их соблюдение является одной из основных форм коллективного поведения людей [2].

Ниже будет представлен ряд определений, позволяющий увидеть феномен праздника с различных сторон. В словарях русского языка праздника представлен как день торжества в память какого-нибудь выдающегося исторического, гражданского события, отмечаемый

публичными собраниями, парадами, демонстрациями и т.д. [4] и выходной, нерабочий день [3], что совпадает с ответами респондентов. Один из интересных подходов к определению термина «праздник», который был заложен французской социологической школой, и активно используемый сегодня заключается в следующем: праздник создается вокруг особого мифического сюжета и организует если не беспорядок, то по меньшей мере нарушение порядка, чтобы получить или укрепить в общественном сознании согласие на требуемый порядок. В таком случае праздник становится ценным для группы на основании символики и семиотических элементов применяемых при данной коммуникации. Поэтому можно говорить о характерных чертах, встречаемых у феномена праздника в аграрном и современном периоде. Таким образом, праздник как социокультурный феномен в последние десятилетия активно начинает исследоваться как конструкт или социальная технология, позволяющая влиять на общество. Это открывает новые горизонты для исследования праздника социологами.

Источники и литература

- 1) Жигульский К. Праздник и культура: праздники старые и новые. М.: Прогресс, 1985.-278с.
- 2) Литвинова М. В. Классификация и типология массовых праздников и зрелищ // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2012. №14 (133). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-i-tipologiya-massovyh-prazdnikov-i-zrelisch> (дата обращения: 22.02.2018).
- 3) Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка - Издательство: М.: ИТИ Технологии; Издание 4-е, доп. 2006 г.-456 с.
- 4) Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т "Сов. энцикл."; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940. (4 т.)-387с.