

УДК 316.728  
JEL Z19

Т. Д. Алексеев<sup>1</sup>, О. Г. Ечевская<sup>2,3</sup>

<sup>1</sup> Высшая школа экономики  
Кочновский проезд, 3, Москва, 125319, Россия

<sup>2</sup> Новосибирский государственный университет  
ул. Пирогова, 2, Новосибирск, 630090, Россия

<sup>3</sup> Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН  
пр. Акад. Лаврентьева, 17, Новосибирск, 630090, Россия

veretur@gmail.com; echevskaya@gmail.com

## ПРАЗДНИК В ЖИЗНЕННОМ МИРЕ СОВРЕМЕННОГО ГОРОЖАНИНА: НОВЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И ТРАНСФОРМАЦИИ

Целью исследования было изучение способов повседневного конструирования и воспроизводства праздников. Актуальность темы тесно связана с проблематикой рассогласованности поздних современных практик и общества потребления. Она развивается в связи с недостаточностью объяснительных возможностей этих теоретических поворотов для описания культурных изменений, которые, в свою очередь, отражаются в относительно постоянной практике празднования, которая, тем самым, попадает в сферу нашего интереса. В статье описываются способы конструирования праздника и ощущения в праздник в контексте проблематики (пост)современности на примере исследования жизненного мира активно празднующих горожан. Понимание праздника в мире меняющихся и отмирающих культурных практик постепенно приходит к основанному на личном и чувственном, порой даже не успевая за переопределением некоторых традиционных аспектов празднования. Дуализм концепта праздника выливается в проблематичное и неустойчивое его место в жизненном мире жителя большого города, а также в перспективу описания современных культурных практик в терминах «общества переживаний» Г. Шульце.

*Ключевые слова:* праздник, поздний модерн, жизненный мир, город.

### Введение

Такой феномен культурной жизни, как праздник, появился в фокусе нашего исследовательского внимания в связи с изучением проблематики современности, города и культурных практик. Отталкиваясь от антропологических текстов, к которым восходят исследования праздников, мы представляем себе вполне определенную картину праздника как части общественной жизни. Воспроизводство жизненного цикла, обеспечение групповой сопричастности через ритуалы, в которых представляется структура сообщества [1. С. 37–72, 242–246], время непреложного господства сакрального, наивысшее проявление сущности сообщества – все это составляет «функционал» и суть праздника в традиционном обществе. Роже Кайуа в своей работе «Миф и человек» пишет, что праздник – это «пароксизм» традиционного общества, т. е. пик его возбуждения, его квинтэссенция [2. С. 276–278]. Для современного общества, по Кайуа, пароксизмом является война. Проблематика праздника в современных обществах совсем другая. Если теперь мы празднуем не только (или вовсе не) для того, что-

*Алексеев Т. Д., Ечевская О. Г.* Праздник в жизненном мире современного горожанина: новые представления и трансформации // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Социально-экономические науки. 2014. Т. 14, вып. 1. С. 180–191.

бы приобщиться к чему-то божественному и осознать свое место в сообществе, то что сейчас скрывается за словом «праздник»?

В своем исследовании мы не задавались целью поставить функциональный диагноз праздникам как культурной практике. Нас в связи со сказанным выше куда больше интересовало, чем праздник является, есть ли у групп, активно задействованных в новых культурных практиках, новые определения и представления о каких-то событиях как о праздниках. Это привело нас к феноменологической проблематике вопроса, и поэтому в нашей работе куда более важно понятие «праздничность», нежели собственно «праздник». С помощью понимания праздничности как переживания, отношения к событию как к празднику, мы постараемся аккуратно очертить возможные контуры понятия «праздник», но ни в коем случае не сделаем его отправной точкой. Мы принимаем как данность только более или менее однозначное употребление слова «праздник» (в том смысле, что верим, что информанты, говоря «праздник», имеют в виду праздник), вынося за скобки напрашивающиеся как априорные характеристики. Поэтому объектом нашего исследования стал праздник как элемент жизненного мира, а предметом – способы конструирования праздничности и воспроизводства представлений о праздниках.

Отправными точками этого исследования послужили теории поздней современности. Хотя мы стараемся не расширять понятие праздника, мы верим, что он претерпел воздействие обширных общественных процессов, таких, например, как консьюмеризация повседневных дискурсов, принудительные формы досуга [3. С. 113], глобализация, появление «институтов-пустышек» [4. С. 26–27] и рефлексивных практик [5. С. 43–44], урбанизация, атрофия индивидуальной культуры [6]. В современности практики вообще теряют согласованность во времени и пространстве, раз взаимодействия учащаются – человек «мельчает», коль скоро развлечения становятся чем-то довлеющим – должно измениться понимание праздника.

Возможно, данный концепт – понимание праздника – не самый элегантный способ представлять центральный аспект феномена в жизненном мире индивида, но в операциональном смысле он очень хорош, и вот почему: наша задача состоит в значительной части в том, чтобы представить семантический комплекс, концепт с обширным коннотативным грузом, скрывающийся за словом *праздник*, и понять, что в связи с этим празднично, а что нет. Таким образом, начинать исследование с операционализации праздника через его свойства и характеристики, относительно которого мы могли бы решить, например, говорит информант о празднике или о чем-то другом, было бы некорректно, так как из употребления слова *праздник* применительно к каким-либо переживаниям и событиям мы извлечем представления о гипотетически происшедших современных трансформациях.

### **Стратегия формирования информационной базы исследования**

Жизненный мир индивида – это отражение в его сознании и повседневных практиках освоенных им участков внешнего природного и социального мира. Поэтому ключ к пониманию практик лежит в анализе жизненных миров изучаемых людей [7. С. 181]. Этот тезис имеет большой прикладной вес в выборе метода исследования. Дело в том, что и непосредственный, и виртуальный жизненный миры (если грубо делить их, то первый относится к тому, что человек видел и слышал сам, а второй – к тому, что воспринято опосредованно) имеют очень тонкие внешние проявления, и их экспликация возможна лишь в коммуникации. При этом наш выбор падает на качественную стратегию исследования, поскольку количественный инструмент не позволяет эксплицировать субъективные смыслы, так как инструмент роста его качества – репрезентативность в отношении объекта исследования, улучшение которой не приводит к углублению знаний о субъекте, к «пониманию». Другой аргумент состоит в том, что, ведя исследование в направлении постижения ключевых современных аспектов праздника, мы фокусируемся на устройстве смыслов, составляющих ядро праздника, а не просто распространенности тех или иных общих суждений. Здесь наш интерес составляет не репрезентация общности, но характерный для феномена вид смыслообразования. В этой связи в качестве метода сбора нами было выбрано полуформализованное интервью с гайдом.

Критерии отбора информантов имеют два направления, в соответствии с которыми рас­слаивается наша выборка. Первый аргумент касается проблематики модерна, а второй – разностороннего представления предмета исследования. Со стороны первого аргумента наши информанты должны быть погружены в новые трансформирующиеся практики, подвергающиеся рассогласованию во времени и пространстве, новые виды праздников, симуляцию – словом, игру. К этому явно располагает городской образ жизни. Чтобы подходить для описа­ния нашего предмета, они, естественно, должны праздновать. Операционализировать такую возможность можно как минимум большим количеством досугового времени и плавающим графиком обязанностей.

За помощью в формировании образа подходящего информанта мы также обращаемся к классику, проблематизировавшему модерн, – Георгу Зиммелю. Проводя параллель между традиционным пониманием праздника и приключением (немного противореча, конечно, принципу воздержания от предварительного определения праздника), мы находим много общего: нахождение вне непрерывности всей повседневной жизни, сильное переживание, неслучайность и притяжение [8. С. 215–220]. Так вот о приключении Зиммель говорит, что его переживание исконно присуще молодым [8. С. 222]. И даже если мы поймем, что празд­ник в понимании этих молодых не обладает свойствами приключения, это будет индикатором того, что произошли какие-то значительные культурные трансформации в сравнении с классическим обществом модерна, а не того, что они были избраны зря. Здесь мы находим возрастные рамки для информанта. Еще один довод в пользу «омоложения» информанта – то, что постсоветская Россия стала пространством переосмысления (и порой развенчания) многих праздников, традиционных для советского времени [9. С. 59–61]. Люди, выросшие в ходе этих событий, хороши для представления не только абстрактной общей проблема­тики современности, но и конкретных трансформаций российского культурного контекста (для них – уже совершенных и непроблематичных).

Энтони Гидденс, теоретик позднего модерна, диктует нам когнитивные стандарты агента (в настоящем сузим его до информанта), который в полной мере ощущает эффекты современности и модифицирует свое поведение в связи с ними. Так называемая стратификацион­ная модель актора, по сути, отражает рефлексивный потенциал относительно практик, в которых агенты задействованы [5. С. 43–45]. Предполагается, что она представляет также возможные доминирующие типы сознания [5. С. 45–47]. Таким образом, люди, у которых, например, доминирует так называемый рефлексивный мониторинг, которого достаточно лишь для воспроизводства и корректировки привычных практик, не подходят нам как не в полной мере вкусившие последствия модернити. В этом смысле третьим требованием к информанту стали относительно приближающие его к дискурсивному сознанию когнитив­ные способности: критичность, образованность, способность к проблематизации.

Исходя из сформулированных требований, мы нашли, что наиболее близкий референт способных к рефлексии городских молодых жителей, у которых есть плавающее и сравни­тельно большое время для досуга (позволяющее непосредственно праздновать), – это студен­ты старших (3–5) курсов вузов крупного города. При этом мы должны оговориться, что ис­следование тем самым не стало «молодежным». Скорее эта молодежная группа очень выпукло (порой, возможно, даже излишне) иллюстрирует последствия современности.

Второе направление критериев отбора, как мы уже сказали, касается следования качест­венной стратегии, т. е. всестороннего представления предмета изучения. Если одна часть «выборки» представлена «активными празднующими», то другая обращается к тем, для кого праздник занимает место в других зонах жизненного мира. При грубом делении его на зоны необходимого, любопытного и чуждого [7. С. 184–185] мы предполагаем, что для большин­ства людей вообще праздники лежат в зоне любопытного: они касаются каждого, поэтому редкий человек изолирует себя от них (зона чуждого), но и мало у кого, кроме редких исто­риков, этнографов, они вызывают большой интерес. Хотя в некоторых аспектах отбора сту­дентов мы и рассчитывали на то, что они станут в предложенной теме отчасти «компетент­ными экспертами», это не было основным критерием и задачей их отбора.

Люди же, у которых, на наш взгляд, праздник нельзя с приемлемой степенью однознач­ности расположить в какой-либо зоне жизненного мира, – те, для кого праздник стал работой. Тамада, игрок КВН, клубный менеджер и прочие подобные типажи составили наш интерес

как второй слой выборки. Выборка студентов была стихийной, а при отборе профессионалов мы руководствовались принципом «снежного кома».

### **Гайд-интервью и идеи анализа свидетельств**

Мы разделили интервью на лейтмотивную и нарративную части. Среди вопросов, с разных сторон выясняющих, что же считать праздником, что достойно им называться и есть ли у информантов гипотетическое представление о трансформациях праздников и связанных культурных практиках, было включено два блока вопросов, в которых в подробностях выясняется опыт участия в некоем событии, которое информант считает праздником. Один касался недавнего времени, другой – сравнительно удаленного. Мы просили о двух историях в попытке выявить различия между праздником «прошлого» и праздником «настоящего», но скорее на случай удачного совпадения, потому что различия наиболее вероятно кроются в возрастном восприятии события, которое не составляет наш предмет. Также в беседе информанту предлагалось рассказать что-нибудь существенное о себе: историю вех его жизни или то, что, по его мнению, важно о нем знать, что его «сделало». Кроме очевидной возможности познакомиться и настроить информанта на разговор, этот текст в первую очередь позволял нам делать в своем анализе «поправку на интервью», по которой можно было бы судить о том, насколько интервью проблематично для информанта, и в соответствии с этим умерить драматизм интерпретации последующих нарративов.

Эмпирический объект нашего исследования – текст о празднике. Мы рассматриваем его в следующих аспектах: во-первых, как отчет о конкретных событиях и практиках; во-вторых, как симуляция праздника в поле гипертекста; в-третьих, зеркало групповой интерсубъективной природы праздника. Первый аспект – аспект содержательного анализа. По определениям и отзывам о действиях информантов мы конструируем понимание праздника. Второй аспект – аспект дискурс-анализа. Анализируя гиперреальность как самостоятельную принудительную силу, мы смотрим на текст как на поле борьбы дискурсов, стараясь эксплицировать дуальности, ключевые направляющие концепты и, в особенности, совпадения гипотетических проявлений власти дискурса в нарративах разных информантов. Третий аспект – аспект конструирования праздника во взаимодействии. Здесь мы ищем критерий праздника (способ переключения события на фрейм «праздник») и границы праздника на основе выявления деятельности за фреймом (что считается второстепенным по отношению к основному действию во время праздника). Анализ фреймов в этой плоскости понимания текста уместен, так как, подобно самим фрагментам деятельности, артикулированные высказывания подчиняются законам переключений и фабрикаций [10. С. 604].

### **Сущность праздника: первое впечатление**

«Но, в первую очередь, это все-таки состояние тела и души, вот то есть когда ты счастлив и радостен, и вот у тебя как минимум этот маленький праздник, который начинается с тебя самого» (Ираклий, 21 год, организатор клубных проектов).

В той или иной мере радость, счастье и хорошее настроение лейтмотивом проходят через описания, которые дают информанты. Праздник неразрывно связан с внутренним переживанием. Радость и счастье информантом не понимаются отчужденно; праздник – это непосредственно их эмоция, именно свое испытываемое счастье.

«С одной стороны, какие-то праздники... Сливаешься с толпой, гуляешь по городу, чувствуешь себя частью всей вот этой общности. А другой вид праздников – это какой-нибудь Новый год, когда ты дома, с друзьями и с кем-нибудь. <...> А второе – тоже ощущаешь общность с людьми, но ты в центре внимания. <...> и ты наслаждаешься природой, своими друзьями, людьми вокруг, всех любишь, наслаждаешься, и все замечательно» (Ирина, 4 курс, ИМК НГУЭУ).

Также во всей симфонии счастья часто звучит тема групповой природы праздника:

«Праздником я считаю какой-то групповой гештальт, не знаю, когда люди собираются и чувствуют единение и какое-то ощущение завершенности у них совместно, потому что, например, если человек... Потому что без такого вот какого-то социального ощущения завершенности невозможно ни один праздник совершить» (Антонио, 3 курс, ФП НГУ).

Когда мы выделяем наиболее общие характеристики праздника, которые преподносятся нам в первых формулировках, мы можем сформулировать своеобразный смысловой фундамент, на котором понятие праздника, существующее в жизненном мире каждого отдельного информанта, надстраивается и претерпевает все большую дифференциацию от человека к человеку. Итак, эти «естественные» аспекты состоят в следующем: положительные эмоции, непосредственно испытываемое переживание, групповая природа (наименее естественный из всех естественных аспектов, так как некоторые информанты описывают праздник чисто эгоистически).

«Праздник – это такая радостная пьянка, [брань] знает... Вот этот повод должен быть радостным: вот [брань] ты поминки назовешь праздником, хотя, по сути, тоже все пришли и побухали» (Всеволод, 4 курс, ФЕН НГУ).

«Если ты не испытываешь никакой радости по поводу Масленицы, ты ее и не празднуешь» (Всеволод, 4 курс, ФЕН НГУ).

### **Проблематичность праздника: от модерна к традиции**

Как уже говорилось, мы предполагали, что то новое, что мы сможем рассказать о празднике, будет проистекать из некоторых общих последствий характерных современных процессов. Однако в ходе исследования выяснилось, что главные сложности с целостностью понимания праздников из них не проистекают.

Так, предположение о том, что современный человек вовлекает в симулятивные праздники, оказалось неверным, поскольку формы симуляции в масс-медиа и молодежных интернет-ресурсах, которые располагают к интроекции неких символов, при дальнейшем непроблематичном восприятии их коварны тем, что реципиент находится в неведении о том, что предмет его мысли является симулякром.

«...ну есть, короче, какой-то информационный фон, ну, там, в интернете, там, с первого канала, и если там идет о том, что Хэллоуин праздник, там, на найнгаге постоянно хэллоуиношные фоточки, там, с тус, там, то типа да, постепенно он становится для меня праздником» (Всеволод, 4 курс, ФЕН НГУ).

Информанты же отрицают, что считают праздниками подобные упомянутому выше Хэллоуину конструкторы. Вовлеченный в «постсовременные» отношения человек уже распознает симуляцию, и воспринимать ее продукт как объективную культурную данность не может: критериями праздничности для него остаются счастье, свобода и коллективная природа. То же касается и многих традиционных праздников: то, что референты связанных с ними знаков утеряны в гипертексте, – популярное мнение среди информантов, и искать счастья и праздника в них уже не хочется, чем противопоставляется даже отчасти гипертрофированная ориентация на чувство:

«Ну, то, что на праздник должно быть что-то вкусное – это факт, это должно быть на праздник, и иногда даже бывает так, что когда что-то вкусное – праздник сам возникает. Например, например, когда у меня бывает получка и не надо ничего срочно покупать, то я иду со своим мальчиком есть стейк, и День стейка... Я помню почти все дни стейка, это праздник» (Дина, 3 курс, АФ НГАХА).

Консьюмеризация повседневных дискурсов тоже не оказала большого влияния на праздник. Большим влиянием было бы, например, такое отношение к праздникам, в котором бы предлагались некие универсальные сравнимые экономические потребительские характеристики праздников, исчерпывающие их содержание для информанта. Хороший пример того,

что мы имеем в виду под консьюмеризацией, – дискурс о современном жанровом кинематографе (акценты на кассе и бюджете, представление ленты как коммерческого продукта, съемок – как бизнес-проекта, избегание темы «искусства»). Мы полагаем, что это постмодернистское изобилие сейчас возымело уже обратный эффект в сравнении с тем, каким оно обладало на заре своего существования. Пресловутая рефлексивность агента ломает и тотальность общества потребления, из-за чего человек сознательно старается оградить от него себя и свой личный мир. Хотя мы видим ниже, что праздник связывается с потреблением, предметом потребления как есть он не становится.

«Праздник – это когда так сладко на душе и есть чуть-чуть денег, которые хочется потратить на что-нибудь бесполезное, но радостное. Можно устроить себе собственный праздник, пойти купить себе наушники за пятнадцать косарей просто так» (Дина, 3 курс, АФ НГАХА).

«Любимый праздник? Мне нравится мой день рождения. Потому что вкусная еда, и я сама ее выбираю, и зову ребят, которых сама выбираю. День рождения хорошо, да. Раньше мне очень нравилось восьмое марта, потому что мне дарили всякие крутые штуки, а сейчас перестали» (Дина, 3 курс, АФ НГАХА).

Консьюмеризация праздника имеет место в том лишь смысле, что потребление часто становится его неотъемлемым элементом, но ни в коем случае не в том, что сам праздник является предметом потребления.

Все отвлеченные описания праздников исполнены сенсуальности: радость, подъем, восторг и общность с окружающими – хотя бы что-то, по мнению информантов, является неотъемлемой частью праздника, фундаментом для его конструирования.

«Когда я уже попадаю в такое, что куда-то с кем-то иду в этот День города, там, это уже подразумевает, что у меня хорошо, вся замечательно, настроение улучшилось» (Ирина, 4 курс, ИМК НГУЭУ).

Вклад, к примеру, городского образа жизни – характерно современного института – оказывается не таким, как можно было бы предположить. Он не превращает жизнь в постоянный праздник из-за обилия информационных поводов (на каждом шагу можно встретить событие, которое подается и называется как праздник: афиши клубных вечеринок, акции в моллах и кафе, бесконечные открытия, закрытия и визиты артистов) и не выхолащивает понимание праздника до «вечеринки» или «тусовки». Напротив, эта бомбардировка новыми праздниками, которой подвергается горожанин, скорее порождает побег, и поэтому мы видим доминирующее понимание праздника таким личным. Мы говорим «доминирующее», потому как в нашей выборке попался только один контрастный случай. Информант, прошедший детство и школьные годы в небольшом городе (Саяногорск), представляет отличное определение:

«Для меня праздник – это все же в первую очередь идея. Позвонить и поздравить – это тоже общая идея. <...> В данном случае если я, для меня важны семейные ценности, и я их несусь с собой, по жизни <...> А есть праздники, которые не входят в мое мировоззрение как традиция. То есть они есть, но это не традиция» (Диана, 5 курс, ГФ НГУ).

Мы считаем, что такое понимание, которое нам представляет Диана, под влиянием пространства в городской среде событий, позиционируемых как праздники, ведет к скептическому отношению к праздникам вообще. Не в последнюю очередь это связано с тем, что приписывание свойств праздника вечеринкам, встречам, концертам и прочим характерным для большого города событиям происходит за счет связывания их с традиционными атрибутами праздника: названиями или ритуалами. «Пенный Новый год» в ночном клубе; канун рождества со звездой телешоу; «Каждые выходные – праздник в “...”». Подарки – всем гостям» – вот несколько примеров заимствования праздничной символики. Рефлексивное восприятие симулятивности современных городских праздничных практик играет злую шутку с традиционными компонентами праздника, так как они в первую очередь и символизируют обман и фальшь. Таково причудливое слияние постмодерных проявлений общественной жизни и агента модели позднего модерна.

На этом повороте особенно следует сделать акцент, поскольку здесь мы подходим к смысловому расколу понимания праздника, из которого и проистекает конфликт. Течение лейт-

мотива показало два основных вида соотношения себя с праздником. В то время как первый был подробно описан выше как «праздник для себя», основывающийся на чувственном, счастливом и личном, второй, по сути, является «праздником для других».

«Так как я в этом лично не участвую <...> то, соответственно, я прохожу стороной мимо всех этих людей, для которых это праздник <...> скорее стараюсь избежать контакта с этими людьми...» (Ирина, 4 курс, ИМК НГУЭУ, о Дне святого Валентина).

«Для меня этот праздник, ну, ну, ну и чё, как бы, для меня скорее день, когда место в городе, где ты привык выйти погулять, наполняется большим количеством не очень приятных людей...» (Артем, 27 лет, о Дне Победы).

«Есть еще всякие такие вещи, типа семейный праздник, это тоже называется праздником, но это бывает пытка. Ты можешь прийти там, поесть салат из таза своей бабушки. Это называется праздник, но это не всегда радостно. Какие-то обременительные вещи с этим связаны» (Дина, 3 курс, АФ НГАХА).

«Праздник для других» инороден, вызывает отторжение, жестко привязан к четко определенным событиям, описывает восприятие групп, чуждых информанту. Раскол в понимании праздников состоит в том, что праздник является глубоко эмоциональным внутренним переживанием (как видно из первых спонтанных определений), но над понятием праздника довлеют мифы коллектива и традиции. Из-за этого однозначно «чужой» праздник воспринимается столь сухо и с отстраненностью, граничащей с неприязнью и боязнью.

Но даже информант, описывающий праздник в терминах свободы и удовольствия, в той или иной мере признает, что праздник является коллективным событием. В свете того, что мы указываем в качестве существенных и базовых характеристик «праздника для себя» групповую природу, парадоксальным кажется противопоставление «хорошего праздника для себя» и «плохого праздника для других». Это не парадокс, так как реальная группа, вызывающая праздничные переживания, представлена «в действии», в то время как «чужая» – «как воля и представление» (эта шопенгауэровская аналогия кажется удачной потому, что хорошо передает коннотации отчужденности, внешней по отношению наблюдателю природы). Она живет в символической реальности респондента и не является реально мобилизованной группой, которой свойственны черты реальных людей, реальных переживаний и реального существования.

«...определенное настроение и определенные люди, которые ему соответствуют, и когда они находятся в определенной гармонии между собой, с тобой, и так далее, и в этой атмосфере ты находишься, тогда создается этот самый праздник» (Ирина, 4 курс, ИМК НГУЭУ об ощущении праздника).

Родом из этой же символической реальности культурные установки, сформировавшиеся за длительный период традиционного отношения к праздникам. Они и являются источником распада понятия праздника на два столь непохожих, но одинаково (в силу традиции и чувств соответственно) устойчивых. Праздник «для других» – пространство жизни ригидного культурного наследия, ритуалов и жесткого скрепления с тем или иным праздником тех или иных практик.

А что же культурные установки? Традиционность в празднике никогда не выпадает из внимания информантов. В том, как они излагают критерии праздничности, видно смысловое разветвление. Культурная традиция становится коннотативной структурой в целостном восприятии феномена праздника, становясь первым кирпичом на фундаменте праздника как специфического первичного опыта.

«Ну, то есть, праздник... Первыми на ум приходят какие-то календарные такие штуки. Ну, дни, на которые даются выходные, Ну, то есть, да, все-таки впервые приходит в голову такое, календарное событие, то есть красный день календаря. Когда ты сказал слово “праздник”, мне пришло в голову... Новый год, Восьмое марта, и Двадцать третье февраля. Красный день календаря. А потом я подумала: день рождения – это ведь тоже праздник. Причем, наверное, только мой день рождения» (Анастасия, 4 курс, ЭФ НГУ).

Мы говорим здесь о традиции как об общепринятом в соответствии с культурным диктатом поведением и о культуре как источнике некоторых ценностей. Например, ценность авто-

ритета государства, выражающаяся в цветовой структуре календарных листов, находит себя и в ассоциативных значениях.

«Просто когда ты говоришь “Вспомни праздник”, я вспоминаю плюс ко всему, что мне хотелось, то, что мне нравилось, я вспоминаю еще то, что формально декларировалось как праздник» (Антонио, 3 курс, ФП НГУ).

Не только масштаб празднования чего-то влияет на его попадание в первые ассоциации, но просто факт *приписывания*. Сами принципы, согласно которым событие относится к праздникам, являются глубоко культурно укорененными, и эти критерии бывают не согласованы с чистым первичным опытом, однако сохраняют за собой место в устойчивой структуре ассоциаций.

«Праздником... Ну, собственно, любой удачный повод не работать, выпить и погулять с друзьями... Но выходной день – это не совсем то. Праздник должен быть подкреплен чем-то еще кроме выходного дня. Ну, типа, повод. Некий информационный фон типа, ну, там, не знаю, типа Двадцать третье февраля, там, бухают все мужики» (Всеволод, 4 курс, ФЕН НГУ).

### **Борьба праздников «для себя» и «для других» в рассказах о праздниках**

Возвращаясь к сказанному выше, напомним, что в интервью были вопросы о празднике, в котором информанту довелось участвовать. Эти тексты стали предметом критического дискурс-анализа. Мы обращали внимание на эпизоды апелляции к разным сущностным характеристикам праздника. Отражение в тексте этих оппозиций – точек интердискурсивности – позволило нам представить себе, каков неосознанный конфликт в понимании праздника. Критический дискурс-анализ предполагает отношение к тексту как к имеющему самостоятельную принудительную силу. Мы в ходе исследования верим, что направление этой силы отражает точки смысловых напряжений в целостности обсуждаемого феномена жизненного мира, в данном случае праздника. Называя точки интердискурсивности, мы старались держаться конкретных приемов изложения, чтобы продемонстрировать, в контрастах каких именно речевых мотивов и фигур выражаются напряжения. В ходе дискурс-анализа были выявлены следующие точки интердискурсивности: «воспроизведение опыта – формальные маркеры праздника» (1); «чувственные впечатления – указание на элементы традиционной практики» (2); «воспроизведение опыта – расстановка границ праздника» (3). В приложении приведены иллюстрации на каждый пример (жирным выделены вторые элементы пары, т. е. попадающие в проблематику «отвлеченного праздника»). Подозревать некий лейтмотив на участие в борьбе за данную точку интердискурсивности (нужно отметить, что так все частные точки можно обобщить точкой «праздник») мы начинали, если он перемежается с другим в описании одного и того же события. Это могло мягко выражаться, если просто существует цикличность описания (лейтмотив 1 – лейтмотив 2 – лейтмотив 1), более жестко – если основная канва повествования подкрепляется поясняющим или уточняющим синтаксисом (в лейтмотиве 1 расставлены ссылки на лейтмотив 2) или доказательно обосновывается ее согласованность с другим взглядом на то же событие (лейтмотив 1 сопровождается аргументами в пользу идентификации его с лейтмотивом 2).

В оппозиции (1) повествование о ходе событий (что информант делал, что наблюдал, когда это началось и завершилось, словом, необходимый и достаточный объем ответа на просьбу описать, как прошло некое событие) сопровождается расстановкой нормализующих «вешек», таких как дата, название праздника, обоснование повода, неуникальность случая.

В оппозиции (2) описание пережитых эмоций относительно неких событий сопровождается описанием аргументации в пользу соответствия других происшедших, а порой и этих же, событий культурной норме происходящего на таком празднике. Последняя порой представляется даже как легитимирующая эмоции, если они положительные.

В оппозиции (3) повествование о ходе событий сопровождается указанием на то, что где-то *за их пределами* был охарактеризованный конкретными культурными маркерами празд-

ник. В эпизодах в духе этой оппозиции особенно ярка искусственность синтеза чувства и ритуала.

Дискурсивное поле нарратива есть поле боя праздников «для себя» и «для других». Как претенденты на господство в восприятии праздника, эти плоскости восприятия праздника делают изложение противоречивым и фрагментарным. Его можно поделить на конкретные поля в духе праздника членства и в духе отвлеченного праздника.

Посмотрим пристально на приложенные фрагменты (они пронумерованы в соответствии с нумерацией точек интердискурсивности). В первом отрывке выделена часть текста, в которой информант расставляет формальные индикаторы. Без этого обрамления текст вписывается в описание «праздника для себя». Но существует принуждение расставить точки над этим культурно неопределенным аспектом жизненного мира. Информант вмешивает высший классификатор в свой рассказ, чтобы легитимировать праздничность события, которая на словах для него не является проблематичной. Принуждение исходит из гипертекстовой реальности, где вмешательство культуры начинается на первых ассоциациях. В этом случае оно состоит в том, чтобы обрамить ход событий, создавший ощущение праздника, в указание на то, что это действительно был праздник (хотя информант уже ранее определял праздник просто как счастливое переживание): показать, что у него было название и дата, что собравшиеся его *именно отмечали*, а не просто абстрактно развлекались в баре.

Во втором фрагменте подробно описывается *полагающийся* ход действий и дается моральная оценка действиям в контексте этого праздника. Это все – как *должно быть*. Затем – искренние чувства, оазис первичного опыта, который смог вырваться из «когтей» дискурса. В третьем информант просит рассказать о шестилетии его брата, через секунду (что дает нам право допустить, что информант именно и начал подробно излагать, как прошло шестилетие своего брата) он начинает рассказ с начала своей поездки туда и подробно ее излагает, как вдруг выясняется, что только к концу поездки шестилетие начинается. Этот отрывок по виду похож на первый, но его драматичность куда интенсивнее: в сущности изложенное означает, что сами индикаторы праздника (например, его название) не только требуют, чтобы их расставили, но и вызывают такое неприятие, что информант старается защитить от них свой первичный опыт: изложенный как часть этого события, он от него обособляется.

Информанты постоянно одергивают себя, как бы подтверждая: «Это праздник, именно праздник, не что иное, вот поэтому...», и предоставляют серию свидетельств из области традиций, ассоциативных значений и культурной символической нагрузки. Существует рамка отвлеченности от непосредственного опыта и чувств, в которую обрамляются нарративы, а в крайних случаях исключаются из нее. Информанты как бы признают ее онтологический статус, но отвергают ее связь со своими переживаниями, которые являются главным критерием праздника. Дискурсивная практика изложения является источником поддержки жизнеспособности понимания отвлеченного праздника, «праздника для других», среди прочего, так как освежает борьбу консервативного культурного наследия и эмансипированных эмоций.

### **Парадоксы деятельности за фреймом праздника**

Рассказ о празднике может состоять в преобладающей своей части из описания деятельности за фреймом. Это все вполне подтверждает ранее заявленный тезис об известной мере субъективации праздника. Само непосредственное взаимодействие, фрейм с его ресурсами и структурой, не является центральной частью праздника или, по крайней мере, чем-то достойным изложения:

«Я помню, что я смотрела в окно на снег, и потом я помню, что я потом после спектакля, когда там очень яркие краски и, как бы, музыка громкая. Я выхожу на улицу, а там темно, и тоже зима, и тоже снег падает. Это, как-то, не знаю. Ну, то есть как, как будто вот тут что-то меняется, а там ничего не происходит. И так было и на Восьмое марта, и после театра. Там был какой-то спектакль и что-то сверкало. Ну, надеюсь, на Девятое мая уже не будет снег падать».

Этот отрывок, например, иллюстрирует вообще централизацию внимания на природном фрейме, который априори является деятельностью за фреймом, чисто по представлению

о том, что человек стремится к демонстрации торжества социального: само действие, приуроченное к празднику, как бы берется в скобки, и в центре оказывается отвлеченное чувство, даже не особенно увязанное с праздничностью момента. Или деятельность за фреймом может быть даже вовсе чем-то имманентным празднику:

«То есть, как бы... Ну, по сути это была, наверное, семейная встреча, потому что как бы... Потому что брат вообще не участвовал в нашем празднике, потому что праздник был в основном для взрослых. Вообще там предполагалось, что придет один мальчик его возраста...».

Еще в одном примере информант рассказывал о праздновании своего дня рождения, описывая лишь приготовления к нему: в сущности, тоже деятельность за фреймом.

Все это говорит нам о том, что современность не просто рассогласовывает праздник, но даже приводит в контрапунктическую динамику его как элемент жизненного мира с фреймом праздника, как бы отрывая, как и в примере с дискурс-анализом, структурные характеристики взаимодействия от личностных и первичного опыта.

### Заключение

Картина праздника в жизненном мире смещается с ритуально-традиционной к эмоциональной, базовыми ее характеристиками становятся радость, личное переживание и групповая природа. Расслоены две борющиеся субстанции: «праздники членства» и «отвлеченные праздники», иначе говоря, праздники «для себя» и «для других». Последние являются ригидным отвлеченным понятием, которое не согласовано с пониманием праздника, формирующимся под влиянием глобализационных процессов на уровне жизненного мира и первичного опыта. Нельзя однозначно связать праздник в конкретных ассоциациях и праздник как абстрактную идею, так как их референты находятся в разных плоскостях. Это различие коренится и на микроуровне. В своих нарративах информанты представляют ощущение праздничности изолированно от базовых элементов организации события и субъективной вовлеченности в них. Праздничность конструируется на чувственном уровне, и факторы ее детерминации спонтанны.

Чистота и спонтанность ощущения праздника, противопоставленная детерминированности и обязанности самих праздников вкупе с обилием информационных поводов (т. е. «детерминированных и обязанных» праздников тоже становится больше, а не только спонтанных праздников чувств), является, пожалуй, важнейшей проблемой нашего предмета.

Давление культуры и традиции в отношении представления о празднике выражается, в частности, в повседневных дискурсах «о празднике». Любой рассказ является полем боя ригидного наследия и гибкого переживания, проявляясь как принуждающая сила сложения текста, заставляя человека одергивать и убеждать себя в том, что его опыт в действительности является праздником с нормативных традиционных позиций.

### Список литературы

1. *Леви-Стросс К.* Структурная антропология / Пер. с фр. В. В. Иванова. М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. (Психология без границ).
2. *Кайуа Р.* Миф и человек: человек и сакральное. М.: ОГИ, 2003.
3. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его структура и мифы. М.: Республика, 2006.
4. *Гидденс Э.* Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: Весь мир, 2004.
5. *Гидденс Э.* Устроение общества. М.: Академический проект, 2005.
6. *Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3–4.
7. *Ильин В. И.* Драматургия качественного полевого исследования. СПб.: Интерсоцис, 2006.
8. *Зиммель Г.* Избранное. М.: Юрист, 1996. Т. 2.

9. Дубин Б. В. Будни и праздники // Вестн. обществ. мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2003. № 2. С. 52–62.

10. Гоффман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Под ред. Г. С. Батыгина, Л. А. Козловой. М., 2003.

Материал поступил в редколлегию 01.12.2013

Приложение

### Характеристики информантов

«Празднующие»				«Организаторы праздников»		
Имя	Курс	Вуз	Направление	Имя	Возраст	Деятельность
Анастасия	4	НГУ	Экономика	Артем	27	Художник
Антонио	3	НГУ	Психология	Ираклий	21	Организатор клубных проектов
Всеволод	4	НГУ	Химия			
Диана	5	НГУ	История	Мария	27	Организатор шествий
Дина	3	НГАХА	Архитектура	Никита	20	Организатор гаражных вечеринок
Евгений	3	НГТУ	ИТ			
Ирина	4	НГУЭУ	PR	Сергей	21	Тамада

### Фрагменты, иллюстрирующие точки интердискурсивности

1. **Я вот помню мы отлично, отлично встречали, этот, Guy Fawkes Day... О, даа. С тех пор я никогда так не встречала хорошо Guy Fawkes Day. И вот это был как бы такой особенный, особенное пятое ноября. (...)** Её. [Смеется] Я помню, мы так, Айлесс такой: «ааа, ну, сколько мы оставим чаевых со счета, нуу, пятнадцать тысяч?» [Смеется] Круто. Тогда, тогда, по-моему, мы сидели в Клевере, и тогда, по-моему, человек двадцать пришло. И постоянно менялись, и играли в манчкин, и пили карбомбы, и очень много людей приходило, оставляло бабки, уходило, возвращалось, вот. **Такое пятое ноября. Но это было, это было в прошлом году даже.**

2. **Вот, я позвонила бабушке и спрашиваю: «Мы вообще пойдем сегодня куда-то типа все вместе, там, вообще собирается что-то делать?».** Она говорит: «Да-да, да, куда мы пойдем?» Я говорю: «Ну, не знаю, надо чтобы там было, это...» Ну, как бы я так думаю, что надо, чтобы там была какая-то нормальная еда, потому что с нами поедет дед, поедет мой дядя, а они там, например, суши не едят. **Вот. Ну, я так прикидываю... Я, в общем, предложила пойти тогда в Пиплс, еще был вариант этот, Кельн Гаштатте, я не знаю, как это читается. Вот, но там мама читала отзывы в этом, в интернете с телефона. Она сказала, что там только пиво и сосиски, и там как-то не очень. Мы пошли в Пиплс, и потом мы туда пришли, я звонила еще Дарье. Дарья не приехала, потому что сидела в Кольцово. Это было как-то не очень хорошо с ее стороны, потому что она всегда составляет мне компанию на семейных праздниках, чтобы мне не было так уныло. Вот. Я ела много еды и, помню, мне подали суховатый стейк. Пиплс. Суховатый стейк. Ну, это, это было плохо, да. Я думала, ну, ну, ладно, ну, стейк, ну. Ну, блин. Вот. А там, там какие-то, ну, дурацкие подарки всегда такие, оо. Значит, этот, эээ, дядина жена, не знаю, как ее зовут, даже. Она подарила, значит, бабушке горшок для цветов в виде огромного какого-то ботинка, то ли пластикового, то ли гипсового, такого, черт знает какого, ну, легкий такой ботинок, значит, старый типа, рваный, такой большущий и на нем птичка какая-то сидит, и это Аааа, смерть ваше, просто пушка. Я не знаю, оо, такое могут дарить только люди, которые занимаются декупажем. Знаешь, что такое декупаж?**

3. – Какой праздник тебе приходит на ум из тех, где, нуу, тебе недавно довелось побывать?

– **Шестилетие брата.**

– Аа, вот. Мог бы ты насколько возможно рассказать, как он проходил?

– Аа, я сел... Сначала я сел на маршрутку. Не, да, я сел на маршрутку, поехал до станции Речной вокзал, на станции Речной вокзал я двадцать минут ждал свою бабушку с дедушкой, потому что они почему-то решили сесть на автобус вместо того, чтобы сесть на маршрутку.

Со станции Речной вокзал нас забрал... А, нет. Мы сели в метро и поехали до станции «Студенческая». Там нас встретил мой папа: меня, мою бабашку и моего дедушку. Там мы поехали к нему домой на Горский жилмассив. Там, значит, происходило событие, которое являлось шестилетием моего брата.

**T. D. Alekseyev<sup>1</sup>, O. G. Echevskaya<sup>2,3</sup>**

<sup>1</sup> National Research University High School of Economics  
3 Kochnovskiy proyezd, Moscow, 125319, Russia

<sup>2</sup> Novosibirsk State University  
2 Pirogov Str., Novosibirsk, 630090, Russian Federation

<sup>3</sup> Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS  
17 Lavrentiev Ave., Novosibirsk, 630090, Russian Federation

veretur@gmail.com; echevskaya@gmail.com

### **THE HOLIDAY IN THE MODERN CITIZEN'S LEIFEWORLD: NEW NOTIONS AND CHANGE**

The aim of the presented research was the to study the everyday methods used for holidays' construction and reproduction. The urgency of this case is closely connected to the problem of modern practices' inconsistency, consumption society. It arouses from the hypothesis that the above-said theoretical assumptions probably cannot explain contemporary cultural change, while the holidays are constant cultural practices that can be used as the indices of change. The article describes the methods of constructing holidays and festive mood explicated in the study of actively celebrating citizens' lifeworlds concerning the context of (post)modernity. Perception of holiday in the world of transforming and dying cultural practices consequently reaches personal and sensual basis. However, there is a lag between this perception and redefining some traditional aspects of celebrations. The holiday concept's dualism develops into the problem of holiday's instability as the fragment of the citizen's lifeworld and the problem of contemporary society's description in terms of G. Schulze's «society of experience».

*Keywords:* holiday, modernity, lifeworld, urban problems.

#### **References**

1. Levi-Strauss C. *Strukturnaya antropologiya [Structural Anthropology]*. Moscow, EKSMO Publ., 2011. (In Russ.)
2. Caillois R. *Mif i chelovek: chelovek i sakralnoe [Miphs and Man: Man and the Sacred]*. Moscow, OGI Publ., 2003. (In Russ.)
3. Baudrillard J. *Obschestvo potrebleniya. Ego struktura i mify [The Consumer Society: Myths and Structures]*. Moscow, Respublika Publ., 2006. (In Russ.)
4. Giddens A. *Uskolzayuschiy mir: kak globalizatsiya menyaet nashu zhizn. [Runaway World: How Globalization is Reshaping Our Lives]*. Moscow, Ves mir Publ., 2004. (In Russ.)
5. Giddens A. *Ustroenie obschestva [The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration]*. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2005. (In Russ.)
6. Simmel G. *Bolshie goroda i duhovnaya zhizn [The Metropolis and Mental Life]*. *Logos*, 2002, no. 3–4. (In Russ.)
7. Ilyin V. I. *Dramaturgiya kachestvennogo polevogo issledovaniya [The Dramaturgy of Qualitative Field Research]*. St.-Petersburg, Intersotsis Publ., 2006. (In Russ.)
8. Simmel G. *Izbrannoye [Selected Works]*. Moscow, Yurist Publ., 1996, vol. 2. (In Russ.)
9. Dubin B. V. *Budni i prazdniki [Weekdays and Holidays]*. *Vestnik obschestvennogo mneniya: Dannyye. Analiz. Discussii [The public Opinion Bulletin: Data. Analysis. Discussions]*, 2003, no. 2, p. 52–62. (In Russ.)
10. Goffman E. *Analiz freymov: esse ob organizatsii povsednevnogo opyita [Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience]*. Moscow, 2003. (In Russ.)