

Праздник как пространство, объединяющее в органичное целое традиции и специфику современной культуры, погружающее аутентичные образы и обычаи в реалии сегодняшнего мира, предстает актуальной частью существования «места», территории, города. Способность уникальных, автохтонных особенностей праздников интегрироваться с универсальными нормами позволяет использовать праздники в качестве своеобразной имиджевой системы, продвигающей территорию и ее идентичность. Ключевые слова: праздник, традиции, аутентичные образы, идентичность, имиджевый потенциал. /

Celebrations as a space integrating traditions and peculiarities of contemporary culture and immersing authentic images and customs in today's realities is an important part of the existence of a "space", a territory and a city. The ability of unique and autochthonous peculiarities of celebrations to be integrated with universal standards makes it possible to use celebrations as an image system promoting the territory and its identity.

Keywords: celebration; traditions, authentic images; identity; image potential.



«Аутентичная универсальность» праздников / “Authentic Universality” of Celebrations

Успех территорий и продвижение городов во многом обусловлены самобытностью место-пространства, состоянием «культурной жизненной силы места» («cultural vitality») – ключевого критерия жизнеспособности, креативности и привлекательности территории [6], что в немалой степени зависит от историко-культурного наследия «места» и его освоенности, встроенности в современное транскультурное и жизненное пространство. Частью такого пространства является актуальная сегодня дихотомия уникального-универсального, которая успешно реализуется в городских праздниках. Способность праздника к сохранению и передаче культурных ценностей, интерпретации традиций территории и адаптации их к реалиям современности позволяет использовать праздник как своеобразный инструмент управления развитием территорий за счет обращения к имиджевому потенциалу праздников. Он культивирует «аутентичные образы», создает дополнительный коммуникационный канал и более широкое информационное поле. Уходя своими корнями в глубокую историю, индустрия праздничных развлечений и традиции убранства среды трансформируются и обеспечивают кросскультурные контакты между носителями различных культур, взаимовлияние и заимствование элементов этих культур [11].

Праздник – пространство культуры, идентичности и свободы, часть жизни и интеркультурная система

Традиционно праздник определяется как особое состояние человеческого мира, форма свободного времяпрепровождения (по Платону), т. к. свобода является «началом всех начал» в жизни человека (Аристотель) [7, с. 20]. Праздник олицетворяет выход за границы сложившихся социокультурных правил и норм, «когда культура отрицает ей же самой санкционированные нормы и ценности» [12]. В то же время праздник, по М. М. Бахтину, служит «первичной формой человеческой культуры» [1, с. 11]; через него задается общая система ценностей, объединяющая социум в целое. С. И. Ожегов, описывая праздник, определяет его комплексно как день торжества, установленный в честь/в память кого-либо/чего-либо; день, отмечаемый обычаем и/или церковью; выходной,

нерабочий день; день радости и торжества по поводу чего-нибудь; день игр, развлечений и т. п. [9].

Исследованию различных видов праздников, традиций, индустрии праздничных развлечений и убранства среды посвящены работы Аверинцева С. С., Аничкова Е. В., Афанасьева А. Н., Бахтина М. М., Кокса Х., Лавриковой И. Н., Леви-Стросса К., Лихачева Д. С., Мазаева А. И., Миллера В. Ф., Николаевой Е. В., Проппа В. Я., Толстого В. П., Топорова В. Н., Тэрнера В., Фрейденберга О. М., Фромма Э., Фрэзера Дж. Д., Хейзинги Й., Шемякина Я. Г., Элиаде М. и др.

Одной из популярных в настоящее время форм праздника являются фестивали. Происходящее от латинского «festivus» (веселый, забавный) и итальянского «la festa» (праздник). Это понятие изначально применяется для названия крупных пиров, религиозных праздников и передвижных ярмарок. Если первые фестивали связываются с хозяйственными циклами, то сегодня слово «фестиваль» охватывает различные виды праздников – этнонациональных, религиозно-обрядовых, культурных, профессиональных, городских и др.

Первые строки в рейтинге самых брендовых праздников, как правило, занимают фестивали, имеющие многовековые истории и/или отражающие этническую специфику и мифологию «места». Многие из традиционных фестивалей не только отождествляются с символами места, но и являются своеобразными франшизами, приобретшими мировую популярность (ирландский фестиваль Святого Патрика, Новый год по восточному календарю и т. п.).

К яркой разновидности фестивалей относятся карнавалы (от сочетания итальянских слов carne («мясо») и vale («прощай»), французская версия – carnaval), истоки которых уходят в языческие традиции римских сатурналий, народные гуляния Средневековья и популярные праздники, предшествовавшие Великому Посту и сохраняющие по сей день черты дохристианских культов. Фактически ставшие синонимом неординарности, карнавалы вбирают в себя не только свойства традиционных культур, но и все современные тренды, становятся неотъемлемой частью городской жизни и праздничной урбанистики.

текст

Ольга Железняк
Мирия Корелина /
text
Olga Zheleznyak
Miriya Korelina

^ Рис. 1. Фестиваль огней в Лионе. Франция. –URL: https://tonkosti.ru/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0

> Рис. 2. Немецкий карнавал (фашинг/фастнахт). Кельн, Германия. – URL: https://www.de-online.ru/fasching_vremja_veselitsja



Город, затрагивая все сферы человеческой жизнедеятельности, неразрывно связывается с самобытностью место-пространства [3], в котором он развивается как единая историческая составляющая и фундаментальная основа праздничной культуры, в свою очередь влияющая на успех территорий, из года в год восстанавливая «испорченный временем» миропорядок [13]. При этом во время праздничного торжества городское пространство превращается в сценарно-организованное «место» с уникальным образом и структурой. Различные аспекты жизни «праздника в городе» как системы, соответствующей территориальным ресурсам, культурному потенциалу и перспективам развития, представлены в трудах современных исследователей [2; 5; 7; 8; 10; 11] и вызывают все более широкий интерес в отечественной культуре [4].

Современный праздник – «аутентичная универсальность» в дихотомии уникальное-глобальное

Будучи пространством своеобразного сосуществования традиций и современности, праздник сегодня представляет собой интеграцию культурных образцов, модных тенденций и коммерческих интересов, служит формой повышения привлекательности территории и вовлечения инвестиций. Соответственно, ключевые концепции многих праздников строятся на основе взаимодействия историко-культурных традиций и образов, характеризующих праздник и место проведения, с одной стороны, и современных аспектов жизни общества, технологий и актуальных трендов в художественно-проектной сфере, с другой.

К ритуально-обрядовым нормам и опыту существования народных праздников довольно часто обращаются специалисты в процессе создания сценариев различных праздников, поиска стилистики дизайна среды, образов персонажей и визуальных символов, а также при восстановлении традиций «места». Так, попыткой возрождения древней обрядовой культуры кельтов является знаменитый Beltane Fire Festival в Эдинбурге. Современные последователи чествуют лето, энергию солнца и огня, воспроизводя старинный ритуал разжигания огня и сопровождая его элементами модного театрального шоу,

парадом ряженных, гигантскими костюмами, живой музыкой, танцами, огненными играми и хмельным пиром. Захватывающая, красочная феерия ежегодно привлекает многочисленных гостей и является частью позитивного имиджа Эдинбурга, способом его создания и продвижения. Современные интерпретации популярного праздника Холи не ограничиваются массовыми цветовыми мистериями, ритуальными росписями и покраской зданий. Они также включают церемонию создания «ковров» из собранных на утренней заре цветов, изготовление которых символизирует ритуальное украшение Земли и приветствие божественному Махабали. Немецкие карнавалы («фашинг» или «фастнахт») как неизменная часть образа жизни горожан и сегодня начинаются с условной передачи власти в городе Королю, Королеве и Шуту, под руководством которых обыденный уклад жизни в степенных германских городах опрокидывается с ног на голову, превращаясь в арену грандиозных празднеств, феерически завершающихся в «Розовый понедельник».

Актуальным становится смешение старинных традиций с различными видами современных массовых развлечений. Ярким примером подобного симбиоза и интеграции служит карнавал Марди Гра («Жирный вторник») в Новом Орлеане. Сложившееся на основе привезенного из Франции обычая, восходящего к языческим ритуалам, это европейское торжество трансформируется христианской практикой, а затем образами американской поп-культуры, джазовой музыкой, фривольностями в духе сексуальной революции 70-х гг. XX века и пр. Приобретая статус одного из самых грандиозных карнавалов мира, новоорлеанский Марди Гра становится брендом города, популярным не только среди горожан, но и среди многочисленных гостей, влияя тем самым на процветание индустрии туризма, превращая фестиваль в успешный коммерческий проект, продвигающий и развивающий идентичность территории и ее инвестиционную привлекательность.

Наиболее широко распространенные праздники, обрядовые нормы которых переносятся в современную праздничную культуру и воплощают «аутентичную универсальность», – это Новый год и Рождество. Каждый фрагмент праздничного сценария приобретает при этом индивидуальное звучание и включает традиционные



карнавалы и маскарады, феерический дизайн среды, цветосветовые шоу, современную трактовку уникальных ритуально-обрядовых атрибутов праздника, что интегрирует энергию свободы, «рождения заново» и счастливого преображения [8]. Как правило, такие развлечения собирают множество горожан и гостей города, оказываются одинаково интересными для детей и взрослых. Так, все большую популярность и размах приобретают празднования Нового года в Москве, сочетая элементы традиционной культуры, ностальгические «перепевы» советских обычаев и ультрамодные инсталляции и шоу. Например, новогодний фестиваль «Ледовая Москва» на Поклонной горе уже который год восхищает гостей и ставит рекорды посещаемости, знакомя посетителей с российским образом жизни и достижениями в науке, спорте, культуре и искусстве. Основная тема праздника 2020 г. воплощается в эффектно расцвеченной ледяной скульптуре, раскрывающей уникальный мир российской культуры и семейных ценностей, и сопровождается разнообразной развлекательной программой. В то же время в Сокольниках проходит фестиваль «Волшебных фонарей», выполненных в классической китайской технике. Удивительный мир разноцветных арт-объектов, мифических животных, растений, китайских эндемиков и русских сказочных персонажей создает ту фантастическую атмосферу, которая свойственна чуду новогоднего праздника. Используя традиционные техники и материалы в сочетании с современными технологиями, новогодние торжества в городе превращаются в феерические шоу на стыке древних обрядов и модных мифов.

Еще одной формой интерпретации традиций, интеграции уникальности места и универсальных архетипов/образов, погружения исторических норм в современную жизнь территории являются фестивали исторической реконструкции. Посвященные культуре и традициям разных стран и/или конкретных городов, такие праздники позволяют совершать своеобразное «путешествие во времени» (например, исторический фестиваль «Времена и эпохи» в Москве и пр.). Основные правила формирования исторического праздника учитывают реальные события и стремятся воссоздать аутентичные материальные и духовные реалии быта, обрядов, политической жизни

разных стран, народов, территорий, например, фестиваль викингов Up Helly Aa, фестиваль «Карфагеняне и римляне» в Картахене, рыцарский турнир в Кальтенберге, фестиваль «Роза с пятью лепестками» в Чески-Крумлове и др. Подобное погружение в аутентичность события в рамках фестиваля сопровождается метафорическим «размыканием» пространства-времени, отыгрываемом в сценарии, обрядах, дизайне среды и атрибутике.

Возможности городских праздников, направленные на идентификацию места, реализуются в сценариях праздников, организации среды, визуальных и виртуальных символах, событийном маркетинге и публикациях в СМИ. Все это выстраивается на базе органичного взаимодействия традиций и инноваций, сочетая историко-культурную автохтонность территории, универсальные ценности и современные технологии.

Имиджевый потенциал праздника

Создание праздничной атмосферы как неизменной и традиционной составляющей городской жизни не только является процессом формирования пространства свободы и досуга, системой становления и поддержания коллективной национальной идентичности, но нередко напрямую вовлекается в «со-творение» имиджа города, когда праздник превращается в способ продвижения региона и борьбы за инвесторов и инвестиции, за туристов и информационные потоки. Эксклюзивные имиджевые праздники, праздники-имиджи места могут порождаться уникальностью места и культуры, т. к. подобный праздник, его содержательная основа, как правило, встраиваются в культурные архетипы территории. И напротив: уникальный праздник способен создавать уникальный имидж «места», оказывать влияние на формирование особого видения «места» и способов освоения городского пространства. Любой имиджевый праздник аутентичен месту, проявляет его идентичность и, одновременно, органично вписывается в современную культуру, технологию, универсальные тренды. Повышая узнаваемость «места», праздник становится частью имиджа города, превращается в источник инноваций, новых идей и даже нового качества жизни. Такая тенденция актуальна и получает сегодня широкое распространение в различных

^ Рис. 3. Фестиваль волшебных китайских фонарей. Москва, Сокольники, 2020. Фото К. Просолупова

> Рис. 4. Празднование Нового года в Китае. – URL: https://joinfo.ua/goroskop/1150763_Kak-pravilno-vstrecchat-Kitayskiy-Noviy-god-noch-7.html



v Рис. 5. Фестиваль огней в Лионе. Франция. – URL: https://tonkosti.ru/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%82%D0%B0

странах: направленные на создание позитивного имиджа городов «Рыжий фестиваль» в Ижевске (в основе фестиваля – высокий «индекс рыжести» удмуртов); «День тигра» во Владивостоке («тигриное шествие-нашествие» как символ бережного и уважительного отношения к природе и ее обитателям); масштабный фольклорный праздник «Троицкие хороводы в Орловском Полесье» (возрождение и сохранение славянской культуры, знакомство с традициями российской глубинки и стран ближнего зарубежья); костюмированный «Парад Русалок/Mermaid Parade» в Нью-Йорке; международная фиеста воздушных шаров в Альбукерке, США и др.

Особый «праздничный код города», выстроенный на основе идентификационных характеристик «места» и оригинальных концепций праздника, проявляет самобытность праздничных ритуалов города, отражает автохтонность обрядов и их соотнесенность с универсальными культурными стереотипами. Это и превращает праздник в своеобразную визитную карточку, часть имиджа территории/города, способ идентификации и туристического

притяжения. Примером такой «визитной карточки», формой выявления исключительности места можно считать стремительно завоевывающий популярность фестиваль «Алые Паруса», внесенный в рейтинговый лист мирового туризма. Удачно найденный образ праздника выпускников, который прочно «привязан» к Санкт-Петербургу, превращается сегодня не только в часть городского имиджа, но и в символ выпускного бала для всех российских школьников. Кульминацией этой фантастической театрализованной мистерии, невероятного цветосветового и пиротехнического шоу на воде становится появление парусника мечты с алыми парусами.

В качестве еще одного образца подобной «визитной карточки» можно привести праздник света в Лионе – крупнейший в Европе праздник уличной иллюминации. Восходящий своими корнями к 1643 г., он постепенно трансформируется в Фестиваль Огней, воплощая образы традиционного праздника в современные технологичные формы. В фестивале обычно принимают участие многочисленные профессионалы, горожане и более трех миллионов туристов, которых каждый год привлекает в Лион это событие. Сопровождаемое десятками различных цветосветовых инсталляций на многочисленных площадках города, свето-шоу в Лионе представляет собой оригинальный способ проявления аутентичности города, особенностей его архитектурного облика и сотканых из живых огней и лучей света фантастических садов. Искусно направленный свет, причудливое разнообразие огней (нейтральных и цветных, статичных и динамичных, мигающих и бегущих), лазерные шоу и пышные салюты – весь этот арсенал современных средств помогает создать неповторимый образ праздника, сделать его частью имиджа города, повысив узнаваемость.

Классические карнавалы (венетский, бразильский и др.) с многовековой традицией давно превратились во всемирные бренды, имиджи «места», раскрывающие его уникальность и привлекающие многочисленных гостей.

Поводом для имиджевого праздника могут служить местные ресурсы – например, «аграрное изобилие», порождающее тематические фестивали, карнавалы, парады овощных, плодовых, цветочных культур (международный





< Рис. 6. Фестиваль огней в Лионе. Франция. – URL: <http://hellotraveler.ru/frantsiya/interesno-znat/prazdnik-sveta-v-lione/>

праздник огурца в Суздале, праздник-фестиваль «Сызранский помидор»; арбузный фестиваль в городе Камышин Волгоградской области; фестиваль яблок и сидра Big apple в Херефордшире (Англия); веймарская луковая ярмарка (Германия); фестиваль винограда в Угрюпе (Турция); парад цветов Bollenstreek (Нидерланды); городской фестиваль Iris Day в Брюсселе (Бельгия) и др.).

Если же в городе много снега и льда, то и они могут стать его символами, имиджевыми знаками «места»: Снежный фестиваль в Саппоро (Япония); Харбинский фестиваль льда и снега; фестиваль ледяной музыки в Гейло (Норвегия), сибирский фестиваль снежной скульптуры в Новосибирске; фестиваль «Волшебный лед Сибири» в Красноярске и др. Самый крупный зимний фестиваль в мире – «Winterlude», по статистике, в последние годы приносит Канаде значительную популярность. По мнению исследователей, именно фестивали «Winterlude»,

известные на весь мир и регулярно привлекающие многочисленных туристов, превращают провинции Канады в «снежную столицу мира». Они позволяют погрузиться в культуру места, традиционные обряды и зимние развлечения с карнавалами и спортивными состязаниями, а также в их современные транскультурные/универсальные интерпретации. Интегрируя самобытную специфику места и общезначимые архетипы праздника и культуры в специфическое целое, в «аутентичную универсальность», масштабная «зимняя интерлюдия» захватывает провинции Онтарио и Квебек и делает «Winterlude» одной из главных достопримечательностей места, его символом и брендом, репрезентирующим город и территорию.

Таким образом, способность праздника быть пространством, объединяющим в органичное целое традиционные ритуалы и специфику современной жизни, погружаю-

в Рис. 7. Фестиваль «Алые Паруса». Санкт-Петербург. – URL: <https://dedmaxopka.livejournal.com/20630.html>

в Рис. 8. Снежный фестиваль в Саппоро. Япония. – URL: <https://etotam.com/?p=4133>





> Рис. 9. Зимний фестиваль «Winterlude», Канада.
– URL: <https://www.ottawatourism.ca/ottawa-insider/winterlude/>

щим аутентичное, автохтонное в реалии сегодняшнего мира, превращает феномен праздника в чрезвычайно важную составляющую существования «места», территории, города. Кроме того, потенциальная возможность уникальных особенностей праздников интегрироваться с универсальными нормами, понятными для разных культурных сообществ, позволяет использовать праздники в качестве своеобразной имиджевой системы, актуальной для продвижения территории, привлечения инвестиций, становления положительной репутации. Яркость и эксклюзивность образов, сценариев и дизайна праздников проявляет и усиливает их имиджевый потенциал.

Литература

1. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – Москва: Худож. лит., 1990. – 543 с.
2. Генкин, Д. М. Массовые празднества. – Москва: Просвещение, 1975. – 140 с.
3. Железняк, О. Имидж и брендинг территории: модный тренд и/или актуальный дискурс современной жизни и культуры // Проект Байкал. – 2018. – № 58. – С. 44-49
4. Железняк, О. Е., Киселева, Е. В. Цветосветовая среда города // Проект Байкал. – 2009. – № 19. – С. 115-117
5. Жигульский, К. Праздник и культура. – Москва: Прогресс, 1985. – 336 с.
6. Золотухина, Д. А. Стратегии формирования историко-культурного имиджа российских регионов: на примере Костромской, Новгородской и Тульской областей: дис.... кандидата культурологии/Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2011. – 184 с.
7. Мазаев, А. И. Праздник как социально-художественное явление (опыт историко-теоретического исследования). – Москва: Наука, 1978. – 392 с.
8. Николаева, Е. В. К типологии современного городского праздника (от праздника Мифа к мифу Праздника) // Праздник в пространстве современной городской культуры. – Екатеринбург, 2009. – С. 44-51
9. Ожегов, С. И. Словарь русского языка/Под ред. чл.-корр. АН СССР Н. Ю. Шведовой. – Москва: Рус. яз., 1988. – 750 с.
10. Орлов, О. Л. Праздничная культура России. – Санкт-Петербург: Культ-информ-пресс, 2001. – 160 с.
11. Праздник в пространстве современной городской культуры // Материалы Всероссийской конференции с элементами научной школы для молодежи (26-28 ноября 2009). – Екатеринбург: Издательство ООО «Арт-Кондуктор», 2009. – 345 с.
12. Шемякин, Я. Г. Праздник как историко-культурный феномен: мир идеала и реальность власти. – URL: https://mipt.ru/education/chair/liberal_arts/courses/history/shemyakin_new.php (дата обращения: 25.12.2019)
13. Элиаде, М. Священное и мирское/Пер. с фр., предисл. и коммент. Н. К. Гарбовского. – Москва: Изд-во МГУ, 1994. – 144 с.

References

- Bakhtin, M. M. (1990). *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaya kultura Srednevekovyia i Rennessansa* [Francois Rabelais's works and folk culture of Medieval and Renaissance]. Moscow: Khudozhestvennaya literatura.
- Eliade, M. (1994) *Svyashchennoe i morskoe* [The sacred and the profane] (N. K. Garbovsky, Trans.). Moscow: Izd-vo MGU.
- Genkin, D. M. (1975). *Massovye prazdnenstva* [Mass celebrations]. Moscow: Prosveshchenie.
- Mazaev, A. I. (1978). *Prazdnik kak sotcialno-khudozhestvennoe yavlenie (opyt istoriko-teoreticheskogo issledovaniya)* [Celebration as a social and artistic phenomenon (historico-theoretical study)]. Moscow: Nauka.
- Nikolaeva, E. V. (2009). *K tipologii sovremennogo gorodskogo prazdnika (ot prazdnika Mifa k mifu Prazdnika [To the typology of modern city celebrations: from the Myth's celebration to the Celebration myth])*. In *Prazdnik v prostranstve sovremennoi gorodskoi kultury*. Yekaterinburg (pp. 44-51).
- Orlov, O. L. (2001). *Prazdnichnaya kultura Rossii* [Russian culture of celebration]. Saint Petersburg: Kult-inform-press.
- Ozhegov, S. I. (1988). *Slovar russkogo yazyka* [Russian language dictionary] (N. Yu. Shvedova, Ed.). Moscow: Rus. yaz.
- Prazdnik v prostranstve sovremennoi gorodskoi kultury* [Celebration in the context of contemporary city culture]. (2009). Proceedings of the All-union conference with elements of a scientific school for youth (November 26-28, 2009). Yekaterinburg: Izdatelstvo 000 "Art-Konduktor".
- Shemyakin, Ya. G. (n.d.). *Prazdnik kak istoriko-kulturnyi fenomen: mir ideala i realnost vlasti* [Celebration as a historico-cultural phenomenon: the world of the ideal and the reality of power]. Retrieved 25 December, 2019 from https://mipt.ru/education/chair/liberal_arts/courses/history/shemyakin_new.php
- Zheleznyak, O. (2018). *Image and Territorial Branding: a modern trend and/or a topical discourse of the present-day life and culture*. Project Baikal, 15(58), 44-49. Retrieved from <http://www.projectbaikal.com/index.php/pb/article/view/1393>
- Zheleznyak, O. E., & Kiseleva, E. V. (2009). *Tsvetosvetovaya sreda goroda* [Light and colour environment of the city]. Project Baikal, 6(19), 115-117. Retrieved from <http://www.projectbaikal.com/index.php/pb/issue/view/19>
- Zhigulsky, K. (1985). *Prazdnik i kultura* [Celebration and culture]. Moscow: Progress.
- Zolotukhina, D. A. (2011). *Strategii formirovaniya istoriko-kulturnogo imidzha rossiiskikh regionov: na primere Kostromskoi, Novgorodskoi i Tul'skoi oblastei* [Strategies of formation of a historico-cultural image of Russian regions: case studies of Kostromskaya, Novgorodskaya and Tul'skaya oblasts]. Dissertation of Ph.D. candidate in culture studies. M. V. Lomonosov Moscow State University.