

Цитування:

Козловська М. В. Віртуальне і глобальне свято: конкуренція у просторі національних традицій. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 2. С. 10–15.

Kozlovska M. (2023). Virtual and Global Holiday: Competition in the Space of National Traditions. *Kultura i suchasnist: almanakh*, 2, 10–15 [in Ukrainian].

Козловська Марина Вікторівна,
доктор філософії, старший викладач кафедри
івент-менеджменту та індустрії дозвілля
Київського національного університету
культури і мистецтв
<https://orcid.org/0000-0002-2906-672X>

ВІРТУАЛЬНЕ І ГЛОБАЛЬНЕ СВЯТО: КОНКУРЕНЦІЯ У ПРОСТОРІ НАЦІОНАЛЬНИХ ТРАДИЦІЙ

Мета статті – проаналізувати передумови формування та основні ознаки віртуального і глобального свята. **Методологія дослідження** базується на принципах об'єктивності і неупередженості та загальнонаукових (аналізу, синтезу, абстрагування, узагальнення) і спеціальних методах наукового аналізу, які стали наслідком міждисциплінарного синтезу культурології, соціології, філософії, мистецтвознавства. **Наукова новизна** зумовлена спробою концептуалізації поняття «глобальне свято», «віртуальне свято» та визначенням чинників, які зумовлюють трансформації святкової культури. **Висновки.** Останнім часом провідною тенденцією, яка яскраво відзеркалює основні напрями цивілізаційних трансформацій, стають суттєві зміни у формі свята та способах його презентації у святкових традиціях. Свято як соціокультурний феномен виявилось напрочуд вразливим до різних соціокультурних змін, характерних для сучасної культури. Специфіка відповідного дискурсу і святкування визначаються історично-цивілізаційними чинниками: досягненнями науково-технічного прогресу, глобалізацією, видовищністю, візуалізацією культури тощо, що призводить, зокрема, до змін у культурі святковості. Віртуальні свята як своєрідні символічно-компенсаторні механізми дають можливість вийти за межі невизначеного повсякденного буття. Глобальні свята, втративши своє традиційне, почасти сакральне чи державно-формальне підґрунтя, перетворюється на суто розважальний захід, основною характеристикою якого стає видовищність і карнавальність (Різдво, Гелловін тощо).

Ключові слова: візуалізація культури, традиції, глобальне свято, віртуальне свято, інформаційно-технологічні новації.

Kozlovska Maryna, Candidate of Cultural Studies, Lecturer of the Department of Event Management and Leisure Industry, Kyiv National University of Culture and Arts

Virtual and Global Holiday: Competition in the Space of National Traditions

The purpose of the article is to analyse the prerequisites for the formation and main features of a virtual and global holiday. **The research methodology** is based on the principles of objectivity and impartiality and general scientific (analysis, synthesis, abstraction, generalisation) and special methods of scientific analysis, which were the result of an interdisciplinary synthesis of cultural studies, sociology, philosophy, art history. **The scientific novelty** is due to the attempt to conceptualise the concept of "global holiday", "virtual holiday" and to determine the factors that determine the transformation of the holiday culture. **Conclusions.** Recently, significant changes in the form of the holiday and the ways of its presentation in holiday traditions have become a leading trend that vividly reflects the main directions of civilizational transformations. The holiday as a socio-cultural phenomenon turned out to be surprisingly vulnerable to various socio-cultural changes characteristic of modern culture. The specifics of the relevant discourse and celebration are determined by historical and civilizational factors: achievements of scientific and technical progress, globalisation, spectacle, visualisation of culture, which leads, in particular, to changes in the culture of celebration. Virtual holidays as a kind of symbolic and compensatory mechanisms provide an opportunity to go beyond the bounds of uncertain everyday life. Global holidays, having lost their traditional, partly sacred or state-formal background, turn into a purely entertaining event, the main characteristic of which is spectacle and carnival (Christmas, Halloween).

Keywords: visualisation of culture, traditions, global holiday, virtual holiday, information and technological innovations.

У сучасних надскладних цивілізаційних умовах, які насамперед характеризуються докорінною руйнацією традиційних цінностей, особливо актуалізується необхідність визначитися і об'єднатися навколо нових актуальних ціннісних парадигм. Весь соціокультурний розвиток – це не просто трансформації, а час докорінних змін на всіх рівнях життя і навіть свідомості, що потребує нагального пошуку модерних соціокультурних сенсів як підґрунтя формування нових духовно-ціннісних пріоритетів. Адже, незважаючи на цивілізаційні злами, поширення інформаційно-технологічних новацій, цифровізації, штучного інтелекту і под., у полі постійного зору експертів залишаються трансформації насамперед соціального і культурного характеру.

Свята – це не просто спосіб проведення вільного часу, святковий настрій, святкові прикраси та зустріч за святковим столом. Це невід'ємна частина культури кожної країни як відображення об'єднаних цінностей, історичного розвитку, національної ідентичності та унікальних традицій. Тісно пов'язана з останнім чи не основна ознака сучасного суспільства – апелювання до інформації як найважливішої цінності й товару. Зокрема, новітні інформаційні технології створюють незнайомі раніше простори, які почасти намагаються не просто урізноманітнити, а й повністю замінити собою реальний світ. Так кризь призму комп'ютеризації та інформатизації соціокультурогенезу набувають нових характеристик уявлення про звичні цінності, соціалізацію, соціокультурну ідентичність, виникають незнайомі раніше форми побутування, а відповідно – соціокультурні практики. Так надзвичайно динамічні цивілізаційні трансформації, насамперед спровоковані глобалізацією та інформаційно-технологічною революцією, зумовили кардинальні зміни в культурі святкування. При цьому саме поняття «свята» набуває зовсім іншого сенсового наповнення, конотацій, а також нових форм, що, у свою чергу, актуалізує необхідність їх дослідження і відповідної наукової концептуалізації.

Ступінь наукової розробки. Останніми роками збільшилася кількість наукових досліджень, присвячених різноманітним феноменам, які обґрунтовують новітні трансформації у культурі, безпосередньо пов'язані з трансформаціями у святковій культурі. Так, Л. Бабушка у публікації «Фестивалізація як комунікативний апропріатор

глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі» [1] досліджує «фестивалізацію як феномен постмодерністської святкової культури, що потрапляє до складного процесу пошуку легалізації новітніх форм культуротворчих цінностей в умовах глобалізму та альтерглобалізму» [1] та вплив різних чинників на трансформацію святкової культури.

О. Павлова у статті «Візуальна культура як поле ліквідності модерну» [3] обґрунтовує методологічні стратегії вивчення візуальної культури, яку вважає симптомом формування культури постмодерну [3]. Візуалізації культури та ролі в ній комп'ютерних технологій присвячена стаття українських культурологів І. Петрової, Я. Сабадаш, О. Павлова, К. Гайдукевич, С. Оборської, Л. Поліщук [10].

У публікації «Видовищні форми у сучасній культурі» [4] К. Станіславська характеризує «видовищні форми сучасної культури як маркер постмодерністського мистецтва» [4], наголошує на домінуванні видовищності, тілесності та візуалізації. Безпосередньо сучасним святкам присвячена стаття Т. Гаєвської «Сучасні свята – механізми та умови укорінення “нових-старих” свят: комерціалізація свят» [2], в якій авторка констатує «втрату справжньої природи свята в сучасному глобальному світі» [2]. Утім, публікацій, присвячених віртуальним і глобальним святкам, в українській соціогуманітаристиці відшукати не вдалося.

Мета статті – проаналізувати передумови формування та основні ознаки віртуального і глобального свята.

Виклад теми. Українська дослідниця К. Станіславська наголошує, що «постмодерн називають добою зміни парадигм» [4, с. 86], а також наголошує на домінуванні візуального повороту. На сьогодні люди вже фактично пристосувалися до життя он-лайн. Тому дедалі важче стає апелювати до традиційних ціннісних і смислових констант, які тривалий час вважалися непорушними. «Кожна історична форма культури має власну "домінанту орієнтації" в чуттєвому способу сприйняття світу. Якщо сакроцентризм Премодерну був зорієнтований на примат віри, то в центрі уваги постсучасності стоїть наочне, що є не просто відображенням, репрезентацією дійсності» [3, с. 16], – констатує О. Павлова. У таких умовах інформаційно-комп'ютерні технології лише посилюють орієнтацію на візуалізацію культури, яка стає домінуючою ознакою постмодерну. «Для прояснення

специфіки поля візуальної культури постмодернізм важливо зрозуміти як кризу модерністської та модерної культур, що спричинена провалом їх власної стратегії візуалізації. Іншою мовою, це візуальна криза культури, що створює постмодерний код та ставить під сумнів текстоцентричність культури Модерну» [3, с. 16], – зазначає О. Павлова.

Візуалізація культури – процес невідворотній. Адже саме завдяки зору формуються уявлення про різні предмети, що, у свою чергу, на основі системи понять і знань формує картину світу людини. К. Станіславська наголошує, що «характерними ознаками та функціями видовища взагалі визначають дієвість, колективність, публічність, масовість, змагально-ігровий контекст, регуляцію соціальної поведінки, комунікативність, компенсаторність» [4, с. 86], недарма «...видовищність сьогодні опиняється «в центрі» майже всіх соціокультурних феноменів» [4, с. 85]. «...а в умовах обмежень, зумовлених пандемією, візуалізація культури стала чи найважливішим інструментом її популяризації, поступово набуваючи ознак домінуючої форми культури [10, р. 60].

За умови візуалізації культури набувають незвичних ознак святковій практиці. Насамперед йдеться про віртуальну реальність, сформовану мережею Інтернет, в якій реальні життєві світи і відповідні смисли замінюються видуманими просторами та історіями глобальної мережі. Віртуальні свята стають своєрідними компенсаторними механізмами, символічними засобами, що дають можливість людині вийти за межі невизначеного повсякденного буття у будь-який час, з будь-якого місця та за будь-яких умов.

Сучасні адаптації технологічні новачки надали стародавнім традиціям сучасного відтінку. Цифрові святкування та віртуальні зустрічі стали невід'ємною частиною нашого свята. Віртуальне свято стає конкурентом свята справжнього, реального, однією з основних функцій якого традиційно вважається відновлення фізичних та психічних сил, релаксація, а також комунікація. Крім того, навіть використання аватарок, nick-name і под. у мережі стає своєрідним карнавальним образом, гримом, приховуванням себе справжнього за маскою обраного персонажа, ідентичність та особистісні якості якого почати нівелюються та стають відмінними від

реальних. Адже такий видуманий образ не вимагає ідентифікації за соціальним статусом, матеріальними статками та іншими атрибутами звичних ідентичностей. Так людина може дозволити собі вийти не тільки за межі буденності, а й зануритися у віртуальний світ пригод, пережити відповідні святкові емоції, навіть самореалізуватися в певному розумінні.

Відтак, віртуалізацію святкової культури можна вважати своєрідним наслідком і ознакою візуалізації культури. У цю епоху технологій культурні обряди стали більш доступними та інклюзивними завдяки віртуальним платформам. Цифрові свята дозволяють нам брати участь у подіях по всьому світу, не виходячи з дому. Так само віртуальні зустрічі дозволяють нам спілкуватися з близькими людьми, незалежно від географічної відстані, під час відпустки. Ці адаптації не лише зберігають, а й зміцнюють культурні зв'язки, роблячи традиції більш адаптивними та стійкими перед цивілізаційним змінами чи можливими викликами.

Утім, активна віртуалізація святкової культури не забирає у свята його основні атрибутивні характеристики: ритуальність, ритмічність, періодичність, символізм, певну сакральність та функції протиставлення буденності. У таких умовах найважливіше, на нашу думку, не допустити заміщення традиційного «живого» простору святкування віртуальним, позаяк святкова культура – важливий елемент збереження соціокультурної ідентичності та відповідної культури.

Глобалізація та інформаційні технології призводять до того, що все в сучасному світі стає дедалі більш взаємопов'язаним. Така тенденція не оминула і свята, які також демонструють тенденцію до своєрідної міграції в інші країни і навіть частини світу. В результаті цього виникають різні гібридні святкові форми або просто свята стають подібними. Формується такий феномен, як «глобальне свято». Серед його визначальних характеристик можна визначити: широке висвітлення у ЗМІ, а відтак – медійна підтримка; відсутність культурно-історичних підстав виникнення, до яких можна віднести народні і релігійні традиції; відсутність формального закріплення на національно-державному рівні, а відповідно – апелювання до ідеологічних чинників тощо. Популярність глобальних свят дає підстави навіть характеризувати їх як загальнолюдські або

планетарні, оскільки їхня характерна риса – святкування в усіх куточках планети.

Також в межах глобалізації свята можна відмітити тенденцію до їхньої гібридизації. Власне, в цьому немає нічого дивного, оскільки вкладається в розуміння культурної гібридизації як такої, яка, у свою чергу, є наслідком культурної глобалізації. Слушною є думка Л. Бабушки: «Оскільки свята є універсальним засобом передачі соціального досвіду між поколіннями, в умовах глобалізації вони мігрують з одних національних культур до інших, змінюючи при цьому семантику. Традиційні свята в теперішньому суспільстві всупереч глобалізаційним вже далеко не тенденціям, а реальним процесам, виступають як засіб консолідації індивідів з метою збереження своєї групи й національних культурних традицій» [1, с. 32].

Хоча існує багато досліджень свят та їхньої ролі у житті людини, важко відшукати конкретні дослідження, присвячені тому, яку роль у цьому відіграють гібридні та глобальні свята. На нашу думку, популярність таких свят серед широких мас населення роблять їх чи не найбільш активними провідниками культурної глобалізації. Провідниками, які уособлюють святкові традиції, які фактично є цементуючим підґрунтям будь-якої країни, про що, зокрема, свідчить велика увага до них з боку держави та її органів, яка знаходить відображення у заснуванні державних свят та скасуванні тих, які не відповідають пануючим ідеологічним преференціям.

Найбільша загроза глобалізації свята, на нашу думку, – це почасти втрата розуміння, наскільки яскравим є світ, наскільки різні культури демонструють унікальність у своєму культурно-історичному розвитку. Звичайно, глобалізація свята – це невідворотній процес, який змінює жанрове наповнення, уніфікує та розмиває межі національно-культурної окремішності, формуючи універсальні соціокультурні практики та моделі повсякденного життя. Святкування сприяють культурній ідентичності, формуючи наше почуття приналежності, відображаючи коріння та традиції через святковий одяг і музику та зміцнюючи соціальні зв'язки через символічні маркери культурної ідентичності. Свята служать платформою для оцінки культури, зв'язку зі спадщиною та навчання майбутніх поколінь їхній культурній спадщині, подоланню розриву між поколіннями та зміцненню сімейних зв'язків. При цьому глобалізація свята сприяє міжкультурному

обміну, оскільки вони не повністю втрачають свої національні традиції. Так вони стають своєрідним вікном можливостей, в якому можна побачити зачатки загальнолюдських цінностей, дають змогу зрозуміти, скільки спільного є між народами, незважаючи на географічні кордони, мовні бар'єри чи бачення свого розвитку.

Елементи традиційних ритуалів у святкуванні, наприклад Гелловіуну чи Дня святого Валентина, які зберігаються у кожному глобальному святі, сліднують не стільки з історії їхнього походження, скільки стають дзеркалом, яке відображає соціокультурні пріоритети кожного народу, а водночас дають змогу кожній людині пережити досвід відчуття себе частиною глобальних подій.

Завдяки глобалізації відбувається органічна імплементація святкових традицій, властивих іншим культурам, у побутування різних країн. Водночас варто звернути увагу на ще одне зауваження: у процесі глобалізації часто первісне навантаження свята втрачається, як, наприклад, це сталося з десакралізацією Різдва Христового та фактично перетворенням його на свято державно-світського характеру. Існують й інші виклики, які супроводжують глобалізацію свят. «Поступовий розпад єдиної святкової культури, що виявляється у природному співіснуванні релігійних і державних свят, старих і нових, своїх і чужих, характерний перш за все для ХХІ ст. і, безумовно, пов'язаний з процесами глобалізації та домінуванням тенденцій мультикультурності. В останні 15–20 років у нас з'явилися свята, які не пов'язані з нашими традиціями, але зусиллями реклами сприймаються явищем закономірним і природним» [2].

Також часто звучать побоювання про витіснення традиційних свят глобальними, як у випадку Різдва чи Нового року, які заміщують національні свята, які також символізують початок нового року в різних народів, а відтак -святкуються взимку. Наприклад, Фестиваль вогнів Дівалі в Індії, Китайський новий рік, свято африканської культури Кванзаа, єврейська Ханука, скандинавський день св. Люсії, Мексиканський День мертвих та Лас-Посадас, японський Новий рік Омисока та ін. [6]. На жаль, про ці свята практично ніхто не чув за межами їхнього традиційного побутування. Однак в таких умовах актуалізується нагальне завдання – зберегти їхню самобутність хоча б в межах своєї культури.

Прикладом прагнення зберегти свої свята є поширення своїх традицій святкових традицій в інших країнах. Так, у під час Китайського нового року у великих і малих містах США нині можна побачити традиційні для китайського народу фестивалі квітів і паради, в яких бере участь велика кількість людей. Кульмінацією стає танець дракона, якого несуть сто людей, феєрверки і под. вздовж Міссісіпі можна побачити гонки човнів-драконів. У китайських ресторанах пропонують «форчун-кукі» – печиво, в яке вкладені записки з добрими побажаннями [7]. Так представники китайського народу, усвідомлюючи цінності своїх святкових звичаїв і традицій, намагаються, з одного боку, підвищити їхній статус серед інших, а з іншого – привернути увагу місцевого населення до своєї культури, заявляючи про рівність як традицій святкування, так і всіх культур, які в глобалізованому світі почасти залишаються за межею уваги, поступаючись домінуванню глобальних свят, широко розрекламованих маркетингологами в угоду ринкових пріоритетів. І це не дивно, адже, як зазначає А. Тараненко: «Соціально-економічний простір є складною, живою, динамічною системою, елементи якої перебувають у збалансованому стані, постійно рухаються у пошуку оптимального рішення враховуючи інтереси, сторони та цілі розвитку» [5, с. 19]. Обнадіює, що під час святкування навіть глобальних свят зберігаються традиційні святкові традиції, які свідчать про внутрішню культурну єдність народу, усвідомлення власної культурної ідентичності глобальної культури. Саме це стає тим чинником, який дає змогу співіснувати традиційним, модерним і запозиченим святкам, формуючи смислове поле свята і святкової культури як соціокультурних феноменів.

Висновки. Отже, останнім часом провідною тенденцією, яка яскраво віддзеркалює основні напрями цивілізаційних трансформацій, стають суттєві зміни у формі свята та способах його презентації у святкових традиціях. Свято як соціокультурний феномен виявилось напрочуд вразливим до різних соціокультурних змін, характерних для сучасної культури. Специфіка відповідного дискурсу і святкування визначаються історично-цивілізаційними чинниками: досягненнями науково-технічного прогресу, глобалізацією, видовищністю, візуалізацією культури тощо, що призводить, зокрема, до змін у культурі святковості. Віртуальні свята

як своєрідні символічно-компенсаторні механізми дають можливість вийти за межі невизначеного повсякденного буття. Глобальні свята, втративши своє традиційне, почасти сакральне чи державно-формальне підґрунтя, перетворюється на суто розважальний захід, основною характеристикою якого стає видовищність і карнавальність (Різдво, Гелловін тощо).

Література

1. Бабушка Л. Д. Фестивація як комунікативний апропріатор глобалізаційних інтересів у культуротворчому просторі. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія, культурологія, соціологія*. 2017. Вип. 14. С. 32-40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_fks_2017_14_6
2. Гаєвська Т. Сучасні свята – механізми та умови укорінення “нових-старих” свят: комерціалізація свята. *Культурологічна думка*. 2019. Т. 15. № 1. URL: <https://www.culturology.academy/suchasni-svyata-mehanizmi-ta-umovi-ukorinennya-novih-starih-svyat-komercializaciya-svyata.html>
3. Павлова О. Візуальна культура як поле ліквідності модерну. *Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство*. 2015. Вип. 2. С. 15-19.
4. Станіславська К. І. Видовищні форми у сучасній культурі. Науковий вісник КНУТіКТ імені І. К. Карпенка-Карого. 2021. № 29. С. 85-90. URL: <http://nv.knutkt.edu.ua/article/view/248786>
5. Тараненко А. П. Івентивний туризм як сучасна складова розвитку туристичної діяльності та його класифікація. *Агросвіт*. 2020. № 12. С. 149-154.
6. 20 celebrations this holiday season besides Christmas. URL: <https://stacker.com/stories/3598/20-celebrations-holiday-season-besides-christmas>
7. Chinese New Year in America. URL: <http://www.golosameriki.com/a/a-33-a-2005-02-10-7-1/613170.html>
8. Colonialism at Christmas: How homogeneous holiday traditions damage society. URL: <https://www.martlet.ca/colonialism-at-christmas-how-homogeneous-holiday-traditions-damage-society>
9. How Lunar New Year became overly commercialized and what it means for Asian culture. URL: <https://www.nbcnews.com/news/asia-america/how-lunar-new-year-became-overly-commercialized-what-it-means-n1257545>
10. Petrova I., Sabadash J., Pavlova O., Haidukevych K., Oborska S., & Polishchuk L. Visualization of Culture Using Computer Technologies. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*. 2022. 17(10). P. 51–61.

References

1. Babushka, L. D. (2017) Festival as a communicative appropriator of globalisation interests in the cultural space. *Bulletin of the Mariupol State University*. Series: Philosophy, cultural studies, sociology. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_fks_2017_14_6 [in Ukrainian].
2. Haievska, T. (2019) Modern holidays – mechanisms and conditions for rooting "new-old" holidays: commercialisation of the holiday. *Cultural thought*. URL: <https://www.culturology.academy/suchasni-svyata-mehanizmi-ta-umovi-ukorinennya-novih-starih-svyat-komercializaciya-svyata.html> [in Ukrainian].
3. Pavlova, O. (2015) Visual culture as a field of modern liquidity. *International Bulletin: Cultural Studies*. Philology. Musicology, 2, 15-19 [in Ukrainian]
4. Stanislavska, K. I. (2021) Spectacular forms in modern culture. *Scientific bulletin of I. K. Karpenko-Kary KNUtiKt*, 29, 85-90. URL: <http://nv.knutkt.edu.ua/article/view/248786> [in Ukrainian].
5. Taranenko, A. P. (2020). Event tourism as a modern component of the development of tourist activity and its classification. *Agroworld*, 12, 149-154 [in Ukrainian].
6. 20 celebrations this holiday season besides Christmas. URL: <https://stacker.com/stories/3598/20-celebrations-holiday-season-besides-christmas> [in English].
7. Chinese New Year in America. URL: <http://www.golosameriki.com/a/a-33-a-2005-02-10-7-1/613170.html> [in English].
8. Colonialism at Christmas: How homogeneous holiday traditions damage society. URL: <https://www.martlet.ca/colonialism-at-christmas-how-homogeneous-holiday-traditions-damage-society> [in English].
9. How Lunar New Year became overly commercialized and what it means for Asian culture. URL: <https://www.nbcnews.com/news/asia-america/how-lunar-new-year-became-overly-commercialized-what-it-means-n1257545> [in English].
10. Petrova, I., Sabadash, J., Pavlova, O., Haidukevych, K., Oborska, S. & Polishchuk, L. (2022) Visualization of Culture Using Computer Technologies. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 17(10), 51–61 [in English].

Стаття надійшла до редакції 09.10.2023
Отримано після доопрацювання 14.11.2023
Прийнято до друку 20.11.2023