

ЛИЧНЫЙ ПРАЗДНИК В УСЛОВИЯХ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ

М.В. Лунина, аспирант

Мордовский государственный университет
(Россия, г. Саранск)

Аннотация. Автором статьи рассматривается проблема трансформации праздника в условиях медиареальности. Ставится вопрос о возникновении особого личного пространства в современном празднике. В статье рассмотрены причины усиления персонализации праздничного пространства. Автор видит их в увеличении глобализации и стереотипизации жизни, всеобщей вовлеченности, а так же в отсутствии пространства, которое человек может считать своим, личным.

Ключевые слова: личный праздник, медиaprостранство, культура, аксиологическая наполненность, личность.

Исторически сложилось, что праздник – явление всеобъемлющее, стирающее границы, создающее свое собственное пространство, наполненное особым настроением. Множество зарубежных ; и отечественных ученых М. М. Бахтин, Ю. В. Линник, А. Ф. Некрылова писали о праздничном пространстве как особом мироощущении, пространство-чувствовании. Незанятость повседневными делами и особые обязанности, правила поведения, манера одежды и ритуальная еда выделяли этот день из числа прочих. Праздник служил объединению масс и их сплочению.

Положение праздника в настоящее время неоднозначно, современный исследователь И.В. Гужова пишет о «тотальной бытийной экспансии "праздничного" в мир повседневности» [1]. Если понимать праздник как веселье, изобилие и отмену ограничений, то можно проследить явную тенденцию к размыванию границ между праздником и повседневностью. Современные условия жизни в условиях медиареальности дают нам возможность устроить подобный праздник в любой момент. И здесь совершенно справедливы характеристики Ф. Мюре о «гиперфестивальной эре» [2] и Р. Генона о «непрерывном и зловещем карнавале» [3]. В подобных условиях закономерным становится вопрос бифуркации праздника на сущностную и качественную специфику.

На профанном, общеупотребимом уровне, праздник приобретает масштабы непрерывного и поверхностного действия. Однако, истинная природа праздника име-

ет уникальное функциональное предназначение в культуре. Праздник в его подлинном значении – это не просто веселье, изобилие и свобода, они выстраданные и отрефлектированные, в нем явно просматривается аксиологическая составляющая.

Современный праздник продолжает играть важную роль в жизни общества в целом и отдельного человека, но скорее индивидуализирует личность, нежели объединяет с группой. Он сохраняет основные свои функции – гедонистическую, аксиологическую и рекреативную и др., дарует свободу, однако отличается от отдыха прежних времен. Однако теперь праздник имеет тенденцию к персонализации и приватизации. Возможно, причины этого кроются в усилении влияния медиареальности. В этой новой реальности человек обретает свободу быть собой.

В последнее десятилетие возникает совершенно новый раздел философии – медиафилософия. Предметом ее является не только медиареальность, но и человек как условие и средство коммуникации. Изначально, медиа выступало лишь инструментом, занимая промежуточное положение, со временем роль его значительно изменяется. Современный исследователь и медиафилософ Л.В. Жигунина дает определение медиареальности (в узком смысле слова) как «комплекс массмедийных структур, включая Интернет» [4, с 61]. В общем же смысле слова, медиареальность является неотъемлемой частью жизни современной личности, где скорость всех процессов намного превышает все воз-

возможности человеческой рефлексии. Личный опыт не поспевает за информацией, осознанность за бессознательной тягой к удобству. Медиа позволяют нам поддерживать высокий темп жизни, передавать и хранить информацию, начинают играть роль высокотехнологичного инструмента. Однако в век высоких технологий медиа приобретают не только инструментальный статус, но и трансформируются в нечто большее, самодостаточное. По мнению современного исследователя В.В. Савчука, медиа становятся «онтологическим условием существования человека» [5]. Таким образом, медиа на данный момент, представляю собой не только способ передачи информации, но и некую «систему» вне которой становится невозможным нормальное существование человека.

В условиях виртуально-реального мира, человечество взяло курс на трансценденцию к реальности, мы стремимся найти нечто действительно. Настоящим становится праздник, имеющий аксиологическую основу для конкретного человека. Такими «лично-ценными» становятся праздник, существование которого возможно только в сознании празднующего, но именно он станет той единственной реальностью, которую так ищет современный человек. Подобный праздник дарует свободу, к которой мы стремимся часто даже не осознавая этого. Жигунина отмечает, что «люди развлекаются, потребляя медиапродукты, а развлечения для большинства есть бегство от унылой повседневности, источник счастья; пусть и не долгосрочного, но ощущения себя реально существующим» [4, с. 61].

Повседневная реальность виртуализируется, появляется реальная виртуальность общественных связей и отношений, реальное заменяется лишь знаками реальности, возникает мир полный симулякров, отсюда логичным становится поиск способов выхода за пределы обыденного, с целью обретения свободы и счастья. Идя по пути освобождения, человек все более индивидуализируется, что означает процесс усиления изоляции, таким образом, «становится все более сомнительным место человека в мире и смысл его жизни. Вместе с

этим растет и чувство бессилия и ничтожности отдельного человека» [6, с. 50]. Медиа-реальность приковывает своей свободой, и каждый отдельный субъект в своих поступках и предпочтениях приобретает независимость, доселе невиданную, неограниченную критикой близкого окружения.

Темпы жизни современного человека ускоряются, мгновенность становится не фантастическим вымыслом, а насущной потребностью. Мы живем в мире, где мгновения способны решить все, поэтому современный человек перестает быть связанным таким понятием как долгосрочность. Мгновенное возникновение интереса и мгновенное же его исчезновение, лавиноподобный поток информации максимально актуализирует момент времени ее получения и использования. Современный ученый З. Бауман пишет об отсутствии времени в привычном его понимании, что «есть только «моменты» – отдельные точки без измерений» [7, с. 129].

Человек празднующий то или иное событие ставит «точки-маркеры» в пространстве своего личного времени, отмечая события имеющие аксиологически-актуальную наполненность. Таким образом, можно сказать что, в современном понимании и ощущении праздник должен быть личным, предназначенным для самого виновника торжества и должен нравиться в первую очередь ему самому. Такую возможность дают праздники достаточно нового формата, хотя идея далеко не новая и относится еще к античности. Платон предлагал создание системы праздников, которых должно было быть не менее трехсот шестидесяти пяти [8, с. 125].

В настоящее же время праздников гораздо больше, в день их может быть несколько. Помимо больших, государственных или всемирных, существуют каждодневные торжества, не имеющие под собой серьезной основы и легко заменяемые друг другом. В словаре мы находим классическое определение, отличное от его понимания в настоящий момент. «Праздник – противопоставленный будням (повседневности) отрезок времени, характеризующийся радостью и торжеством, выде-

ленный в потоке времени в память, или в честь кого или чего-либо, обладающий сущностной связью со сферой сакрального, отмечаемый в культурной или религиозной традиции как институционализированное действие, которое обеспечивает его участникам максимальную причастность к этой сфере» [9, с. 134].

В античности это было необходимо для регулирования общественных отношений, сегодня же, множество, на первый взгляд незначительных праздников дают возможность каждому выбрать свой собственный близко-личный праздник. Отсюда можно выделить иную, отличную от классической интерпретацию «праздника как свободы наедине со всеми». Не смотря на огромную человеческую вовлеченность в пространство и идею таких событий, любой человек имеет возможность выбирать, присоединиться ли к сообществу празднующих и при этом избежать каких-либо дополнительных «праздничных обязанностей». Современный праздничный календарь делает возможным существование личного пространства внутри торжества. Таким образом, праздник персонифицируется и диктует форму и наполненность торжества, празднующий получает удовольствие тогда, когда этого захочет и так как захочет.

Отдавая дань сущностной специфике праздника, современный человек сохраняет главное и естественное условие – потребность в нем. Мы можем устраивать личные «маленькие» праздники для себя

лично, для подобного события не обязательно существование фиксированных даты или времени, обязательных атрибутов или требований. Каждый человек может устроить для себя маленький, но от этого не менее ценный, праздник, например не пойдя на работу, прочитав любимую книгу или проведя вечер в одиночестве. В данной ситуации проявляется та самая индивидуализирующая особенность современного праздника.

Таким образом, исходя из вышесказанного мы можем сделать следующий вывод. В условиях медиареальности особое значение приобретает интерес к личному пространству, который обусловлен влиянием процессов глобализации и стереотипизации жизни, на формирование хронотопа, который человек может считать своим. Люди обречены жить в социуме, так как общественная жизнь в XXI в. характеризуется вовлеченностью, социальной интегрированностью, сужением границ приватности и вмешательством в личное пространство.

Несмотря на современные тенденции, человек стремится обладать незримым личным пространством которое он старается сохранить как можно более полным и не подверженным деформациям. Таким образом, окружающее пространство сливается во едино, а человек утрачивает свою индивидуальность, теряясь в безграничной свободе. Одним из способов сохранения своего собственного я, становятся личные праздники.

Библиографический список

1. Гужова И. В. Праздник как феномен культуры в контексте целостного подхода : дис. ... канд. филос. наук / И. В. Гужова. – Томск, 2006. – 164 с.
2. Мюрэ Ф. После истории // Иностранная литература. 2001. – № 4. – С.224-241.
3. Генон, Р. О смысле «карнавальных праздников» Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.philosophy.ru/library/guenon/karnaval.html>
4. Жигунина Л. В. Живые призраки реального // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2012. - Т. 154, кн. 1. – С. 57-62.
5. Савчук В. В. Медиафилософия: основные проблемы и понятия : материалы международной научной конференция "Медиа как предмет философии" / В. В. Савчук. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2008. – 345 с.
6. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. / Э. Фромм. – М. : АСТ, 2006. – 571 с.
7. Бауман З. Текущая современность / под ред. Ю. В. Асочакова. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.
8. Платон Государство / Платон. – СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2015. – 352 с.

9. *Культурология XX век. Энциклопедия. Т.2.* – СПб. : Университетская книга; ООО «Алетейя», 1998. – 447 с.

PERSONAL HOLIDAY IN THE CONDITIONS OF MEDIAREALITY

M.V. Lunina, *graduate student*
Ogarev Mordovia state university
(Russia, Saransk)

Abstract. *The author of the article considers the problem of the transformation of the holiday in conditions of media reality. The question is raised about the emergence of a special personal space in the modern holiday. The article considers the reasons for strengthening the personalization of the festive space. The author sees them in the increase of globalization and stereotyping of life, general involvement, as well as in the absence of space that a person can consider his own, personal.*

Keywords: *personal holiday, media space, culture, axiological fullness, personality.*