

**Институт праздника как агент социализации личности**

**Научный руководитель – Трофимов Сергей Викторович**

*Лобачева Полина Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: polly.brow@yandex.ru*

Термин «праздник» имеет множество определений. Даль трактует праздник, как «день, посвященный отдыху, не деловой, не рабочий, противоположное — будень, день, празднуемый по уставу церкви или же по случаю, относящемуся до местности, до лица» [3], а И.М. Снегирев как «свободное время, обряд, знаменательное действие, принятый способ совершения торжественных действий» [6]. Л.С. Лаптева писала: «Праздник — это традиционная народная форма отдыха, удовлетворение естественной для человека потребности в массовом общении, причем в обстановке, отличительной чертой которой является мажорность; вид народного творчества, в котором перекликаются и сочетаются в новом художественном и смысловом качестве все виды и жанры искусства» [5]. Несмотря на разнообразие определений понятия «праздник», мы все же можем выделить его основные черты: связь с сакральной сферой; присутствие позитивного эмоционального настроения; отсутствие трудовой деятельности, осуществляемой в будничные дни; соединение людей узами общности и представление праздника как определенного ритуала.

Праздник является уникальным социальным институтом, выполняющим посредническую роль между общественными и личными интересами, является социальной ценностью, обеспечивающей социализацию личности и нормальное функционирование общества. Потребность в празднике существует не всегда. Она создается в устойчивой и заинтересованной группе, которая стремится подтвердить ценность некоторого блага, которое может носить общественный, национальный или же культурный характер. Изначально он опирался на верования и религию, имел сакральную основу. Коренным переломом становится Великая французская революция, так как в результате начинает появляться светский праздник, который получает свое развитие в XIX-XX веках. Роль праздника зависит от его функции. Так, например, через функцию обновления ценностей праздник является механизмом, который позволяет людям осуществлять их самоидентификацию, а также создать образец идеального общественного состояния благодаря передаче из поколения в поколение культурных традиций.

Праздники показывают как культурные и исторические особенности конкретной страны, так и ее интегрированность в европейскую культуру и всеобщий процесс глобализации. В условиях данного процесса интеграции различных государств, этносов, наций, социальных групп появляется тенденция создания общечеловеческих, межнациональных праздников. Существуют различные гипотезы относительно причин их распространения и популярности. В качестве оных могут рассматриваться миграция, культурное сотрудничество или какое-то историческое событие, повлиявшее на ход истории тех или иных стран. Также мы можем рассматривать институт СМИ в качестве механизма глобализации. В настоящее время благодаря сети Интернет человек может изучать аспекты различных культур, не соприкасаясь с ней лично. Например, просматривая произведения зарубежного кинематографа, прослушивая музыку иностранных авторов, даже читая рецепты и готовя национальные блюда той или иной страны. Соответственно любой человек на планете,

обладающий доступом в Интернет, имеет возможность воссоздать тот или иной праздник. Но необходимо подчеркнуть, что народ конкретной страны обладает определенным менталитетом, который находит свое отражение в национальных праздниках. Соответственно, если человек попытается самостоятельно воссоздать праздник, не характерный для его культуры, основываясь лишь на статьях в сети Интернет или какой-либо литературе, он сможет реализовать лишь внешнюю, обрядовую сторону, но не прочувствовать его суть.

Глобализация, как процесс влияющий на большинство сфер человеческой жизни, оказывает на развитие института праздника как позитивное, так и негативное воздействие. С одной стороны, культура и институт праздника не стоят на месте и развиваются в соответствии с современными реалиями. С другой стороны, американизация и вестернизация в какой-то мере вытесняют привычные обычаи и традиции праздника из культуры того или иного народа. Тем не менее в период быстрого проникновения новых элементов культуры и быта наблюдается подъем национального сознания, интереса к сохранению собственных традиций и культурного наследия.

Праздники являются важным агентом социализации личности. Каждый год ребенок сталкивается с празднованием того или иного события, видит, как ведут себя люди в этот день. Важной функцией родителей является объяснить ребенку причину существования праздника, его историческое и культурное значение для страны. День Победы, является ярким примером приобщения детей и молодежи к изучению истории своей Родины. Из года в год в школы приходят ветераны войны и рассказывают ученикам про ужасы тех лет, в городах проходят парады, организуется «Бессмертный полк», а погибшие поминаются минутой молчания. Все это способствует воспитанию личности детей, их социализации и приобщению к культуре и истории родной страны.

В итоге написания данной работы была выявлена роль праздника в социализации личности, рассмотрены позитивные и негативные аспекты влияния глобализации на институт праздника, а также различия и сходства в праздничной культуре разных стран. Новым в нашей работе является подход к изучению института праздника — применяется метод визуальной социологии П.Штомпки. Изучение праздника является важным и актуальным в настоящее время, так как до сих пор существует множество этнических различий и праздник может стать «мостиком», соединяющим различные культуры и религии.

### Источники и литература

- 1) Белоусов Я.П. Праздники старые и новые. Алма-Ата, 1974
- 2) Бурменская Д.Б., К вопросу о роли глобализации в функционировании традиционного праздника. // Вестник Бурятского государственного университета, № 6, 2009, с. 244-247
- 3) Даль В.И. Словарь живого великорусского языка. М: Вече, 1975, с. 380
- 4) Жигульский К. Праздник и культура. М.: Прогресс. 1985
- 5) Лаптева, Л.С. Социально-эстетическая природа и функции массового праздника: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Л.С. Лаптева. — М., 1975
- 6) Малиновский Б. Научные принципы и методы исследования культурного изменения. // Антология исследований культуры. Санкт-Петербург, Университетская книга, 1997
- 7) Снегирев, И.М. Русские простонародные праздники и суеверные обряды / И.М. Снегирев. — Вып.1. — М., 1937

- 8) Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник/  
пер. с польск. Н.В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н.Е. Покровский. — М.: Логос, 2007.  
— 168 с. + 32 с. цв.ил.