

# **РІЗДВО: ХРИСТИЯНСЬКІ ТРАДИЦІЇ Й ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ**

*Поправко О. В.*

*кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії*

**Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана**

**Хмельницького, місто Мелітополь, Україна**

У духовному житті слов'ян важливе місце завжди займали свята з різноманітними звичаями, обрядами, церемоніями та ритуалами, що їх супроводжували. Свята – це одна з найбільш стійких форм духовної культури. Але треба пам'ятати, що це не лише яскрава карнавальна хода, танці, пісні й просто привід розважитись, це передовсім уособлення сакрального дійства. Свято – це вільний час; обряд – важлива подія; останній міститься у першому» [4, с. 21].

На час свята життя ніби призупиняється, звична впорядкованість світу порушується. У святкові дні світ ніби перебуває на межі життя й смерті, при цьому його земна частина вступає в протиріччя з чимось вищим, сакральним. Окрім того, свято сприймається людьми як щось живе: його зустрічають і проводжають, воно приходить і йде. Свято підтримує єдність поколінь, забезпечуючи тим самим спадковість у житті суспільства.

Свято як етнокультурне явище виступає однією з форм життя етносу. Стверджуючи накопичений багатьма поколіннями досвід, воно долучає суспільство до традиції. А святкова культура слов'ян, як відомо, упродовж століть формувалась переважно під впливом православ'я. А отже у своєму культурно-історичному розвитку свята пов'язані з релігійними культурами (зокрема християнськими), що ще більше підсилює символічний характер свята й визначає його сутнісний зв'язок із сферою сакрального.

Сьогодні у світі існує велика кількість релігійних свят. У кожній релігії сформувались власні ритуали, традиції та обряди, що супроводжуються грандіозними святкуваннями. У святковому календарі наших предків релігійні свята займали особливе місце. А що значать вони для сучасної людини? У наші дні святкування релігійних свят – це така собі профанація.

Інакше як ви поясните той факт, що зараз головні свята християн Великдень і Різдво перетворились на урочисті, всіма шановані події, що в день прощення кожен може попросити вибачення або «пробачити гріхи» свого ближнього абсолютно не усвідомлюючи своєї відповідальності, як того вимагають біблійні закони? Сьогодні, на жаль, подібні дії перетворюються просто на світські події, які не усвідомлюються людьми в повній мірі. На Великдень усі купують вербу й паску, а навіщо?, чому? Фарбують яйця й придумують ігри. На Різдво п'ють горілку, навіть не замислюючись над тим, яке це насправді світле й духовне свято. У межах субкультур свята релігійного спрямування взагалі нагадують ідеологічний плюралізм. Святкові дати стають немов точкою зворотного відліку. А нескінченні привітання і слова на кшталт «Ісус Воскрес» з вуст невіруючих здаються блюзнірством. Така поведінка й розшарування людей на штучно й істинно віруючих від істинної віри швидше відвертає [1].

Чим можна пояснити такі трансформації сутності свята? Відомо, що свята завжди були тісно пов'язані з умовами життя людей, з особливостями їх світогляду. Світогляд сучасної людини формується під впливом культури Постмодерну.

Культура Постмодерну ознаменувала початок нової епохи розвитку суспільства, для якої головним завданням є не виробництво, а споживання. Пі Дебор сучасну культуру називає «суспільством спектаклю», в якому тотальна влада належить рекламі та мас-медіа. Жан Бодрійяр розкрив її особливості у своїй «теорії симулякрів», в якій говорить, що в постіндустріальному суспільстві відбувається підміна предмету реальності «гіперреальністю», в якій образ реальності повністю заволодів самою реальністю й зайняв її місце. В. Вельш головною ознакою культури Постмодерну називає плюралізм. На його думку, сучасна людина опинилась в ситуації «радикального плюралізму» різноманітних культурних, релігійних, наукових, політичних, світоглядних концепцій і практик. Вона повсякчас взаємодіє зі знаками принципово різних культур. У такій ситуації людина лише поверхово

сприймає будь-який «культурний продукт», не замислюючись над його сутністю. Культура Постмодерну наклала відбиток на всі галузі, де людина зустрічається зі знаковою системою культури. Однією з таких ситуацій є святкова культура. Пропонуємо розглянути це на прикладі одного з найважливіших християнських свят Різдві Христовому.

Сьогодні Різдво стало комерційним святом. За словами папи Римського Бенедикта XVI, «Різдво Христове все більше стає святом застіль і покупок в магазинах» [2]. Різдво асоціюється з гучною рекламою, знижками, розпродажами і спеціальними пропозиціями в супермаркетах, феєрверками, турами до південних морів і навіть з подарунковими наборами для домашніх тварин. На Заході комерціалізація свята Різдва досягла феноменальних розмірів. При цьому основна ідея свята – святкування народження Ісуса Христа – майже забута, переважна більшість людей про неї просто не думають, адже вся їхня енергія, особливо в передсвяткові дні, спрямована на те, щоб відвідати магазини.

Свято підтримує свій культурний статус і значення вже не стільки за допомогою своїх внутрішніх традиційних знаково-символічних ресурсів, скільки за допомогою зовнішніх для нього символічних засобів. Таким чином, свято стає своєрідною «символізацією символізації», або за термінологією Ж. Бодрійяра «симулякром». Для характеристики свята як симулякру показовим може бути образ Санта-Клауса, «що, імітуючи традицію святкування Різдва Христова, виступає як еталонний симулякр, що не відсилає ні до якого минулого, крім свого власного. Образ Санта-Клауса співвідноситься не зі святом Миколаєм, і не з Христом, а з такими героями, як Міккі-Маус, покемони й інші герої диснейвської мультиплікації, його культурний контекст, скоріше, співвідноситься з Macdonald'sом, Голлівудом і Діснейлендом [3, с. 6]. Його зовнішній вигляд закріпився в культурній свідомості завдяки рекламному логотипу компанії Coca-Cola. Саме цій компанії образ Санта-Клауса отримав всесвітнє визнання як головний символ різдвяного свята і був визнаний одним з найуспішніших брендів епохи.

Санта-Клауса, який дарує дітям подарунки на Різдво, знають у всьому світі, навіть у країнах, де християнство не є традиційною для цієї культури релігією і християнське населення складає незначний відсоток.

Проаналізувавши публікації, присвячені осмисленню святкування Різдва в сучасному світі, було виявлено словосполучення, яке виражає атмосферу, що панує в різдвяні дні й якнайточніше визначає проблему, яка склалась навколо свята – це культ споживання й комерціалізації. «Різдвяне безумство» майже в усіх країнах проявляється однаково: різдвяні знижки, різдвяні розпродажі, які супроводжує яскрава реклама, створюють ажіотаж у торгових центрах, що стає однією з визначальних характеристик свята в епоху Постмодерну. Різдво з усіх боків оточене чарівним шармом і своєрідними різдвяними міфологемами, головною з яких є Чудо: «у Різдвяну ніч збуваються будь-які бажання». Оточена різдвяними образами святкова ілюмінація, особлива романтична атмосфера, поєднана з ностальгічними особистими спогадами, подарунки, сімейне вогнище створюють ілюзію відновлення втраченої цілісності, повернення Золотого століття за рахунок актуалізації глибинних архетипів свідомості, все що зберігає пам'ять про головне Диво історії – Диво Різдва Христового і можливість порятунку людини на шляху до Бога [3]. Однак центральним «сюжетом» свята на зовнішньому рівні все ж залишається споживання.

Отже, як бачимо, сьогодні Різдво Христове – це не лише одне з головних християнських свят, а й утілення комерційних інтересів, які використовують найвищі людські цінності у власних інтересах без будь-яких докорів сумління. У святі як симулякрі традиційний зміст спустошено, що підриває його функцію культурної пам'яті. Образ Санта-Клауса, як сучасного символу Різдва, може бути інтерпретований як одна з фігур «антипам'яті».

Однак ми переконані, що свято не повинне втрачати свої духовні виміри, а повинне сприйматись людиною не інакше як подія священна. Якщо люди пам'ятають і знають, що святкують, то їхні думки будуть звернені до

джерела цієї святкової радості – до самого Бога, «який забажав стати людиною, бути разом з нами, аби разом з нами йти по дорозі життя» [2].

#### Література

1. Глаголев В. С. Календарь и религиозные праздники караимов // Религиоведение и востоковедение: Вторые Торчиновские чтения : материалы науч. конф., 17–19 февраля 2005 г. – СПб. – С. 25–30.

2. Коммерциализация Рождества затмевает истинный смысл праздника / Папа Римский // Фразза.юа : авторский взгляд на жизнь [12.05.2018]. [Электронный ресурс]. URL: [https://frazza.ua/news/131694-kommertsializatsija\\_rozhdestva\\_zatmevaet\\_istinnyj\\_smysl\\_prazdnika\\_papa\\_rimskij](https://frazza.ua/news/131694-kommertsializatsija_rozhdestva_zatmevaet_istinnyj_smysl_prazdnika_papa_rimskij)

3. Рождество в эпоху Постмодерна // Татьяна день : молодёжный интернет-журнал МГУ [24/12/2008]. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.taday.ru/text/155119.html>

4. Снегирев И. М. Русские простонародные праздники и суеверные обряды. – М., 1990. – 77 с.