

КІТЧ У СУЧАСНІЙ СВЯТКОВО-ОБРЯДОВІЙ КУЛЬТУРІ

Олександр Курочкін
(Київ)

«ГУМОРИНА»: НА МЕЖІ КІТЧУ І КАРНАВАЛУ

Одеська «Гуморина», як і вчення К. Маркса, має три історичні джерела: 1) Міжнародний звичай першоквітневих розіграшів і жартів; 2) Європейська карнавальна культура веселощів на площі; 3) Одеський гумористичний фольклор і настояна на ньому літературна сатира (від І. Льфа і Є. Петрова до М. Жванецького).

Синтезувати названі традиції в оригінальне свято сміху вперше вдалося у 1973 році з ініціативи членів Клубу Веселих і Кмітливих /КВК/.

В умовах соціалістичної дійсності «Гуморина» була «ковтком свободи», хоча й декларувала свою аполітичність. Боячись можливих «ідеологічних диверсій», влада заборонила її у 1977 році. Друге народження «Гуморини» відбулося у 1987 році на хвилі лібералізації радянського режиму часів правління М. Горбачова. Сьогодні не існує обмежень політичної цензури, але «суто одеське свято» ризикує потонути у стихії комерціалізації й агресивного несмаку. Споживацька свідомість пасивної юрби і тиражування клішованих елементів розважальної індустрії породжують явище «святкового кітч», яке відображає тенденцію до примітивізації сучасної масової культури.

Ключові слова: «Гуморина», свято, карнавал, маска, «сміхове дійство», кітч, індустрія розваги.

Odessa Humorina, the same as Karl Marx's studies, has three historical sources: 1. international tradition of April fool's jokes and pranks. 2. European carnival culture of merrymaking in a square. 3. Odessa humorous folklore and literary satire tintured on it /from Ilf and Petrov to M. Zhvanetsky/.

In 1973, at the initiative of the KVN members (Russian abbreviation for Club of the Funny and Initiative), the traditions mentioned above were synthesized into an original holiday of laugh for the first time ever.

Under the conditions of the socialistic reality the Humorina was a «whiff of freedom», though it declared its indifference toward policy. Being afraid of possible «ideological sabotage» the authorities imposed a ban on it in 1977.

The second birth of Humorina took place in 1987 in the forefront of liberalization of the Soviet regime during M. Gorbachev era.

Nowadays there are no restrictions of political censorship, but «exclusively Odessa holiday» is at the risk of drowning in the elements of commercialization and aggressive vicious taste. Customers' consciousness of passive plebs and replication of the entertainment industry clichéd elements result in a notion of «holiday kitsch», which expresses a tendency of the modern mass culture primitivization.

Keywords: Humorina, holiday, carnival, mask, acts of laugh, kitsch, entertainment industry.

Експансія кітч – прикметна ознака наших днів. Є підстави трактувати це явище не лише як антипод мистецтва, тривіальність, несмак, але також як важливий механізм життєдіяльності модерного суспільства споживання та масової культури. «Принцип кітч, вважає відомий культуролог А. Моль, – забезпечує пристосовуваність будь-якого важливого естетичного феномена до потреб і бажань індивідуума»¹. І хоча популярність кітч зростає, йому не властиво виявлятися відкрито під власним іменем. Він прагне «сховатися» за різними респектабельними масками й декораціями. Тому його справжню сутність доводиться розкривати аналітично: так, як діагностують приховану хворобу або визначають наявність ГМО у продуктах харчування.

Проблематика кітч сьогодні активно обговорюється у філософії, культурології, літературознавстві, теорії музики й образотворчого мистецтва. Існує потреба поширити ці студії й на інші сфери громадського буття: політику, освіту, рекламу, дозвілля та ін.

У нашій статті йтиметься про специфічний святковий кітч. Простежити деякі його форми й різновиди спробуємо, використовуючи матеріали відомого на пострадянському просторі фестивалю «Гуморина», який цього року відзначив своє тридцятивосьмиліття.

Одеська «Гуморина», як і вчення К. Маркса, має три історичні джерела і три складові частини. Це, по-перше, міжнародний звичай першоквітневих жартів, по-друге, карнавальна культура веселощів на площі; по-третє, одеський гумористичний фольклор і «настояні» на ньому літературна сатира та пародія (від І. Ільфа та Є. Петрова до М. Жванецького). Синтезувати зазначені традиції в оригінальне свято сміху вдалося 1973 року з ініціативи членів одеського Клубу веселих і кмітливих (КВК).

Батьки-засновники «Гуморини» мріяли поєднати художньо-розважальні можливості європейських та латиноамериканських карнавалів з досвідом організації щорічних фестивалів гумору, який було накопичено в м. Габрово (Болгарія), а також використати такі вітчизняні сміхові жанри, як естрада, цирк, концерти-«капусники», сатиричний плакат і карикатура, веселі вікторини й конкурси (на зразок КВК) та ін. Усе це мало містити в собі здоровий критичний заряд, який би допомагав очищувати життя радянських людей від різних вад і пережитків. В умовах тоталітарної дійсності «Гуморина» відверто декларувала свою аполітичність, оскільки ідеологічна цензура дозволяла жартувати лише щодо окремих аспектів життя. Але карнавальний сміх важко втримати в рамках офіціозу, й тому першоквітнєве свято в Одесі сприймалося як «ковток свободи». Перелякана зростаючими масштабами вуличних «неконтрольованих дійств» й побоюючись можливих «ідеологічних диверсій», 1977 року влада заборонила «Гуморину».

Друге її народження відбулося через десять років на хвилі лібералізації радянського режиму за часів правління М. Горбачова. Відтоді «Гуморина» відбувається регулярно, незважаючи на різні складності й перепони. Після розвалу СРСР було скасовано жорстку політичну цензуру, яка утримувала свято майданного сміху на голодному пайку офіційно дозволених сюжетів. Водночас дуже відчутними стали інші нагальні проблеми: брак коштів, відсутність талановитих організаторів і виконавців, послаблення уваги до всіх аспектів культури з боку місцевої та центральної влади.

Кризовий стан нашої економіки, політики, культури, до якого вже всі звикли, виявився дуже сприятливим ґрунтом для буяння святкового та іншого кітч. Одеса може бути чудовим полігоном для вивчення цих процесів. Найбільше місто Північного Причорномор'я здавна вміло позувати й замилювати очі. На користь цього свідчать усталені порівняння з Південною Пальмірою, Марселем, Голлівудом та ін. Потяг до «європейського шику» закарбовано в багатьох назвах одеських вулиць, парків, готелів, ресторанів, кафе та ін. Протягом останніх десятиліть інтервенція іноземних вивісок набула масштабів справжньої епідемії. Бездумне тиражування гучних брендів, що не гарантує європейських стандартів якості, слід кваліфікувати як рекламний кітч і мавпування.

Головною подією «Гуморини» сьогодні, як і в минулі роки, залишається «велика карнавальна хода», у якій беруть участь десятки саморухомих платформ і тисячі костюмованих самодіяльних та професійних акторів. Взірцем для одеського першоквітнєвого дефілювання стали славнозвісний бразильський та інші карнавали, про які охоче розповідають наші ЗМІ. Але те, що виглядає яскраво на телеекрані чи на сторінках ілюстрованих видань, відтворити в реальному житті дуже складно. Справа в тому, що автентичний карнавал є продуктом західноєвропейської цивілізації та католицизму й у цілому не характерний для православної Східної Європи. Основні центри його традиційної пульсації перебувають у країнах, де здавна присутній сильний вплив римського першосвященника (Італія, Франція, Іспанія, Німеччина, Бельгія, Латинська Америка

та інші). На масове народне свято з вуличними процесіями, іграми й театралізованими виставами у масках карнавал перетворився вже в середині віку внаслідок розвитку європейських самоврядних міст і становлення класу буржуазії. Колишнє поганське свято проводів зими органічно вмонтовано в католицький церковний календар, де йому відведено місце загального гульбища перед Великим пасхальним постом.

Оригінальна романтизована концепція європейського карнавалу пов'язана з іменем М. Бахтіна. Йому першому вдалося розшифрувати незрозумілу для нас мову карнавальних, сміхових форм середньовіччя, продемонструвати її всенародність та універсальність, розкрити сенс таких категорій карнавальної стихії як гротеск, амбівалентність, інверсія та ін. Розвиваючи ідеї М. Бахтіна й водночас дискутуючи з ним, наступні дослідники виявили, що середньовічний карнавал зовсім не відкидав пануючу ідеологію та релігійність, а навпаки стверджував їх як «своєрідний корелят серйозної культури, присутній в ній» (А. Гуревич). На думку німецького історика Д. Мозера, карнавал коринився в католицькому світогляді та виконував важливу педагогічну функцію: він виник для того, щоб відкрито виявити пастві перед вступом до посту відштовхуючу альтернативу грішного життя².

Світоглядна система Середньовіччя нині не актуальна. Карнавали, які фігурують у сучасному медійному просторі, давно вже втратили свою «бахтіанську» символіку. Навіть у тих католицьких країнах, де ця традиція має глибокі історичні джерела, сьогодні відтворюються лише розфарбовані кітчеві копії з середньовічного оригіналу. Йдеться, зокрема, і про відомі в усьому світі Венеціанський, Кьольнський, Валенсійський та інші карнавали, які були відроджені порівняно недавно як культурно-комерційні проекти, покликані залучити якомога більше туристів у так званій «мертвий сезон» на межі зими та весни.

Те, що називалося карнавалом у нас за радянських часів, ніколи ним не було і не могло бути. Мова йшла про костюмоване свято на зразок новорічного маскараду або про театралізовану політичну акцію, спрямовану проти внутрішніх і зовнішніх ворогів радянського режиму. Тоталітарною пародією карнавалу були жовтневі й першотравневі демонстрації трудящих, запрограмовані на виховання свідомості, ідейності, відданості керівним настановам КПРС.

Костюмовані процесії «Гуморини» також мають відверто кітчевий характер, хоча їх організатори свідомо прагнуть відійти від радянських шаблонів. Активне використання святкового кітчу сьогодні, на наш погляд, має не лише художньо-мистецьку, а й світоглядну та економічну мотивацію. За роки правління більшовицької влади було дощенту зруйновано основи громадянського суспільства й убито будь-яку громадську ініціативу, зокрема у сфері формування святкового дозвілля. У країнах Західної Європи та Латинської Америки проведення карнавалів є справою міських громад і багатьох ентузіастів (у добропорядній Німеччині цим планомірно займаються спеціальні святкові товариства – ферейни, у Бразилії – численні школи самби та ін.). У нас же, досі діє радянський принцип примусу й рознарядки: окремі підприємства й установи отримують завдання оформити свою карнавальну колону чи платформу, що нерідко перетворює творчий процес на повинність. Слабкість організаційної інфраструктури додається до проблеми браку коштів, з якою постійно стикаються менеджери всіх масштабних культурно-мистецьких акцій і проектів.

У результаті «маємо те, що маємо». За свідченням багатьох спостерігачів, карнавальна процесія «Гуморини», як і свято в цілому, поступово втрачає свою енергетику та креативність і дедалі більше нагадує бальзаківську даму зі слідами минулої краси. Занепад вітчизняної культурної індустрії виразно ілюструють обдерті карнавальні платформи з малоцікавими вицвілими декораціями, які щороку проходять перед очима десятків тисяч глядачів. Тематичні композиції цих колісниць формуються за принципом «дешево і сердито», і тому дуже не подібні до розкішних сюжетних платформ західних карнавалів. Крім банального безгрошів'я дають про себе знати відсутність конкурсного елемента й чітко вибудованої драматургічної основи, яка б логічно співвідносилася з

провідною ідеєю та темою чергової «Гуморини». За цих умов у карнавальному кортежі одеситів поруч з вдалими сценічними репризами нерідко можна побачити поспіхом створені кітчеві композиції, позбавлені естетичного смаку. Ось лише деякі приклади. Під охороною завзятих моряків у карнавальній процесії 2008 року вальяжно крокували розкішні путани, підібрані за «золотим одеським стандартом фігури» (190 – 160 – 190), презентуючи глядачам рекламу готелю «Зірка», відомого як кубло повій. Цю театралізовану колону супроводжував транспорт: «Моя ліліпуточка, прийди до мене».

Специфічним гумором, тематикою якого є «тілесний низ» (за визначенням М. Бахтіна), позначені карнавальні репризи студентів медичного університету. Споряджені відповідним інструментарієм, вони дефілюють під лозунгом «Місце клізми змінити не можна». Іншого разу той же ВУЗ представляла колона африканських студентів у білих халатах, які котили перед собою гігантського білого гуся з червоним хрестом на грудях. Чи мала ця композиція асоціюватися з медичним судном, відомим у просторіччі як качка, чи означала щось інше, залишилося таємницею.

Кітчеві прийоми досягнення сміхового ефекту через репродукування чогось вже знаного використовують не лише аматори, а й професійні актори, що беруть участь у карнавальному параді. Так, у 2008 році популярна театральна група «Маски» показала публіці сценку з власного шоу під назвою «одеська комуналка». Подружня пара (Сима та Яша) їхали на великому ліжку, що нагадувало сотовий телефон і розкидали картки любовних зв'язків «пакет-кайф» за аналогією з мобільним оператором «life».

Погоджуємося з думкою М. Калінеску, що святковий кітч маніфестує «тріумфальну естетику і етику консюмерізму»³. Як кітчева гримаса славнозвісного американського Діснейленда виглядає створений на схилах одеського пляжу «Ланжерон» так званий «Юморинленд». Тут за певну плату відвідувачі мають змогу оглянути недбало звалену карнавальну атрибутику минулих років. Серед різного мотлоху зберігається кітчева емблема «Гуморини» минулих літ, де її зобразили у вигляді американської статуї Свободи з факелом у руках. За словами журналістки Марії Котової, «Юморинленд» це «Сумне місце, де спочивають залишки нашого гумору»⁴. До цього можна додати, що одеситам вистачає таланту блискучих комерційно ідей, але бракує вміння їх належного втілювання.

Нахабно заявляє про себе на «Гуморині» святковий поролоновий кітч. Мова йде про виготовлені із синтетики різнокольорові маскарадні «прибамбаси»: клоунські носи, різки, заячі вуха, косички, краватки, перуки, ангельські крильця й німби, надувні молоти, біти та ін. Кітч, як відомо, полюбляє дешевизну: Першого квітня в Одесі можна «зробити собі смішно» за скромну суму від 3 до 20 гривень. Дешеві й примітивні аксесуари рядження та маскування, розраховані на бідну й невибагливу публіку, сьогодні можна побачити в різних куточках світу. Таким чином, вимальовуються сумні перспективи майбутньої масової культури (як буднів, так і свят). Принагідно наведемо ще одне спостереження: якщо сучасні венеціанські карнавальні маски (переважно також кітчеві) можна зберігати як сувеніри, то одеські святкові атрибути одразу ж після використання перетворюються на сміття. Звідси робимо висновок про те, що і якість кітчу може бути різною.

У рамках досліджуваної проблеми варто пильніше поглянути на типові карнавальні постаті «Гуморини». Крім згаданих вище безособових поролонових блазнів серед них зустрічаємо чимало знайомих літературних, історичних, політичних персонажів, зірок шоу-бізнесу та ін. Жодне першоквітнє свято в Одесі не минає без кільканадцяти костюмованих двійників Остапа Бендера та інших героїв класичних романів І. Ільфа та Є. Петрова «Дванадцять стільців» і «Золоте теля». Регулярна мультиплікація цих карнавальних масок здійснюється за методом тиражування оригінального прототипу, візуальний образ якого сформувався завдяки літературному джерелу та його численним кіноверсіям. У цьому випадку кітч чудово уживається з пародією й цілком відповідає загальній атмосфері сміхового дійства. Поруч з Остапом Бендером у карнавальних заходах «Гуморини» постійно присутні шаржовано-стилізовані постаті Дюка де Рішельє, Мішки Япончика та Бені Крика в супроводі інших кримінальних зірок, Кості-моряка

і рибачки Соні, типових біндюжників, двірників, агентів карного розшуку, м'ясників з Привозу та ін. Іронічне милування цими образами формує ностальгічне тіло одеського фольклору, який радо переймають молодші покоління.

Кітчевій атмосфері «Гуморини» чудово пасує і сучасна «Леді Суржик» – Верка Сердючка, яка сама часто виступає тут у концертних шоу, або ж її пародіюють інші як популярну карнавальну маску. За визначенням Тамари Гундорової «Сердючку можна розглядати як певний образ-тотем, зафіксований за допомогою кітч, – він дарує ілюзію щастя»⁵.

Але кітч це не лише імітація катарсису. Це й активізація підсвідомості, апелювання до низьких емоцій і первинних інстинктів. У Середньовіччі в період вирування карнавалу, що передував суворому посту, були зрозумілими гротескні бенкетні образи, кулінарні й алкогольні надмірності. Сьогодні ж такі популярні змагання як швидкісне поїдання вареників, фаршированої риби, чебуреків, тортів чи чогось іншого, що практикується в рамках «Гуморини» й інших масових свят, можна кваліфікувати як кітчеві вульгарні видовища. Сюди ж належать конкурси рудих, товстунів, близнюків та ін. Вони в найлегший спосіб намагаються розсмішити та потішити людей, створюючи ілюзію спільної радості.

Характерною прикметою будь-якого масового гуляння в нашій країні стали натовпи людей (переважно молоді), що з пляшкою в руках вештаються безцільно центром міста. Обійми з пляшкою пива – це своєрідний кітчевий символ сучасного молодіжного свята. Лише зовсім недавно українське законодавство, наслідуючи досвід країн Європи, заборонило розпиття алкогольних напоїв у публічних місцях. Але реальне виконання цього припису стало малоефективним: замість звичайної пляшки пива на світ з'явилася потворна кітчева новація – пляшка пива в пакеті. У тих же добропорядних німців після карнавальної ходи всі учасники й глядачі розходяться в численні ресторани, бари, пивні, де заздалегідь замовляють місця. А в нас через матеріальну скруту такий сценарій свята доступний лише небагатьом. Таким чином, ще раз можемо зробити банальний висновок: «Ми такі безкультурні, тому що бідні, а бідні, тому що безкультурні».

А хто ж виступає головним споживачем святкового кітч на «Гуморині»? Це переважно мешканці інших міст, які прибувають з різних районів і областей Південної України, а також із сусідніх Молдови та Придністров'я. За даними статистики, у 2006 році кількість гостей сягнула чотирьохсот тисяч. «Риби – багато, але вона – дрібна», – кажуть про наплив приїжджих господарі одеських ресторанів і турагенств. Першого квітня серед святкового натовпу «Гуморини» переважають студенти, школярі, петеушники, молоді люди з незначними статками. «Кітчмени», або одноденні мігранти до Одеси прибувають, щоб «відтягнутися на повну катушку», «розслабитися та потусуватися» у великому місті. Саме на невибагливі смаки й скромну готівку цієї публіки орієнтуються головні фінансові спонсори фестивалю сміху. У різні роки ними були: торгові марки «Хортиця», «Мягков», «Лукойл України», пивні концерни («Оболонь», «Чорномор», «Сармат») та ін.

Величезна кількість гостей «Гуморини» створює чимало проблем для міста та самих одеситів. Багато з них, як і мешканці Ріо-де-Жанейро, намагаються пересидіти карнавал у власних домівках, щоб не стати жертвами хамства й безкультур'я. Зворотний бік святкової медалі виразно характеризують подібні репортажі з місця подій: «Усе як завжди – нудне шоу, гори сміття, добре підпила молодь, яку після концерту зачищає міліція, та й усе. Одеситам же лишаються купи битих пляшок і калюжі в парадних, тому що до туалетів далеко...»⁶.

Важливо відзначити, що в рамках «Гуморини» поруч з наївним, примітивним кітчем співіснує також кітч мистецький, «високий», який свідомо репродукує та пародіює культурні кліше. Цей різновид знаходимо в елітарно-інтелектуальній частині свята, яка відбувається в саду одеського Літературного музею. За традицією щороку першого квітня тут у присутності почесних гостей (літератори, журналісти, художники) відкривають новий «прикольний» міні-пам'ятник. Цей «меморіал слави» розпочався зі скульптури вічного героя одеських анекдотів Рабіновича, ідею якої запропонував

М. Жванецький. Винахідливі екскурсоводи Музею вигадали цікаву легенду: той, хто хоче розбагатіти, повинен потерти Рабиновича за вухом і покласти поруч якусь монету. Бажаючих стати мільонерами не бракує, і тому біля Рабиновича завжди велика черга.

Знайшли постійну прописку в Літсаду: скульптурна композиція «Антилопа Гну», яка зображує: як «вдаряють по бездоріжжю» Остап Бендер, Козлевич, Шура й Паніковський з поцупленою гускою; скульптурний шарж на сатирика М. Жванецького з написом «Ти одесит, Міша»; бронзова група, що зображує рибачку Соню та її пісенного супутника (Костю-моряка), який у кращі екологічні часи доправляв до Одеси «шаланди повні кефалі».

За визначенням Ж. Бодрійяра, «Естетиці краси і оригінальності кітч протиставляє естетику симуляції: він відтворює речі більшими або меншими, ніж оригінал, він імітує матеріали, наслідує форми або довільно комбінує їх...»⁷. Прикладами еклектичного монументально-пародійного кітчу можемо вважати гуморинні міні-скульптури останніх років: пам'ятник І. Льфу і Є. Петрову (їх зображено в героїчних позах Мініна й Пожарського відомого пам'ятника в Москві); Дюк де Рішельє в джинсах; юнак-Гоголь, який керує птахом-трійкою коней, яка символізує Русь; бронзовий сфінкс із головою письменника К. Паустовського та ін. Слід зазначити, що стилістика перекодування культурних знаків, свідоме зниження й травестування високої культури цілком відповідає естетичній природі кітчу. Але реальне втілення цих мистецьких практик не завжди відповідає смакам масового глядача. Зрозумілішим для цієї аудиторії є пропагандистський радянський кітч. Характерним взірцем останнього можна вважати представлену в Літературному саду 2010 року порцелянову композицію сталінських часів («Хлопчик, який показує, де ховається шпигун»).

Ще кілька слів скажемо про святковий вербальний кітч. Він присутній у низькопробних концертних репризах, бородатих анекдотах, затертих вульгарних жартах, з якими виходять на публіку професіонали й аматори розважального жанру. Пропагуючи агресивний «сміх нижче пояса» часто забувають, що справжній одеський гумор це «насамперед парадоксальність, легкість, смак і теплота»⁸.

По-своєму цікава історія карнавальних гасел «Гуморини», яка відображає еволюцію самого свята та країни в цілому. У пізньототалітарну добу, коли потрібна була віза на кожне публічне слово, жартували переважно на теми демографії й фізіології: «Одесит, що ти зробив для появи мільйонного жителя?» або «Лоскотання – штучний спосіб здобування сміху вручну» та ін.

Після проголошення незалежності України в міру розгортання процесів демократизації, зміст святкових лозунгів «Гуморини» помітно змінюється, набираючи дедалі гострішого соціального й політичного звучання. Серед вдалих сміхових знахідок останніх років привертають увагу кітчеві каламбури-травестії відомих радянських девізів на зразок: «Геть булжик – зброю пролетаріату!», «Комунари усіх квартир, роз'єднуйтесь!», «Мистецтво виживати належить народу!», «Мічуринці, схрестимо ціни з зарплатами!» та ін. Це приклади того як сучасна «Гуморина» висміює та розвінчує традиційні радянські цінності й ідеологеми. Так вона сприяє деконструкції тоталітарного мислення й суспільства.

Перспективи карнавалу в Східній Європі досить туманні. Намагатися бездумно культивувати цей західний «фрукт» на наших теренах – це все одно, що вирощувати пальми на Поліссі. Але, як засвідчує досвід одеської «Гуморини», елементи карнавалу та його кращі традиції можна успішно використовувати й пропагувати. Здатність кітчу імітувати катарсис і дарувати дешеві «пігулки щастя» робить його зручним інструментом (художнім прийомом) моделювання різноманітних святково-розважальних видовищ.

¹ Моль А. Художественная футурология. К роли китча и копии в социально-эстетическом развитии // Боров В. Ю., Коваленко А. В. Культура и массовая коммуникация. – М., 1986. – С. 274.

² Moser Dietz-Rüdiger. Bräuche und Feste im christlichen Jahreslauf. – Graz; Wien; Köln, 1993. – S. 140.

³ Цит. за: Гундорова Т. Кітч і література. Травестії. – К., 2008. – С. 59.

⁴ Котова М. Пропыленный Остап и Соня-оборванка // Слово. – 28.03.2008.

⁵ Гундорова Т. Кітч і література. Травестії. – К., 2008. – С. 11.

⁶ Шорохов А. О боже, опять Юморина // Время Ч. – 2008. – № 12.

⁷ Цит. за: Гундорова Т. Кітч і література. – С. 22.

⁸ Афиша Одессы. – 2008. – № 6. – С. 17.

Марія Петрушкевич
(Острозь)

ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ФУНКЦІЇ КАРНАВАЛУ

У статті розглядається феномен карнавалу як культурно-історичне явище та як характеристика постмодерної й масової культури. Автор акцентує увагу на його тематичних особливостях: їжі, сексі, насильстві, молодості. Характеризуються основні функції карнавалу: інформативна, комунікативна, соціалізуюча, інтегративна, рекреативна, гедоністична; також висвітлюються додаткові функції: креативна, сугестивна, аксіологічна. Вони сприяють комфортному відчуттю особистості у межах своєї спільноти та культури.

Ключові слова: карнавал, масова культура, тематичні особливості карнавалу, функції карнавалу, карнавальність.

In the article the phenomenon of carnival is studied, as cultural – historical phenomenon and as characteristic of post – modern and mass culture. The author accents the attention on its thematic peculiarities: food, sex, violence, youthfulness. Characteristic of main carnival functions: social, integration, recreative, hedonistic; also there are observed additional functions: creative, suggestive, axiological. It helps person to feel comfortable in borders of its social community and culture.

Keywords: carnival, popular culture, relevant features of carnival, carnival functions, carnivality.

Напередодні Великого посту в багатьох католицьких країнах відбуваються карнавали. Те, що традиція проведення карнавалів має глибоке коріння, сумнівів не викликає. А от що до того, наскільки вона давня, і що саме означає слово «карнавал» – існують різні версії. Туристична література, зазвичай, пропонує варіант «carne vale», що у перекладі з латини означає «прощай, м'ясо». Лінгвістичні словники, теж посилаючись на латину, стверджують, що етимологія слова – «carrus navalis», тобто потішний візок-корабель – масове народне гуляння з величезними процесіями та театралізованими виставами. Дехто вважає, що ця традиція виникла за християнських часів і пов'язана з останнім святом перед Великим постом, інші відносять її до язичницьких часів. Але істина, мабуть, як завжди, перебуває десь посередині.

Карнавальне дійство вже давно перестало бути частиною лише певної культури. Та вперта повторюваність, з якою карнавал простує через століття й країни, наводить на думку про його глибинне, психологічне значення, про його культурну архетипічність. Карнавал – це матриця, у яку кожен народ і кожна епоха закладають свої смисли, тому навіть щодо назви виникають суперечності. Карнавал має різноманітні форми, через які він втілюється в різних культурах, це: античні містерії, середньовічний карнавал, сучасний перформанс, масова реклама та вуличний театр. Розмаїття його проявів зумовлює таку широку палітру святкування карнавального типу.

Але карнавальні елементи також закладено не лише у святах: усе політичне життя (а в сучасній Україні особливо) пронизане цим духом; детальна підготовка, створення іміджу, виголошення промов, різноманітні акції – це передвиборчі дії, що нагадують приготування, наприклад, до бразильських карнавалів. Великі масові святкування (такі, як річниці Незалежності України, Олімпійські ігри та ін.) також сповнені духом карнавальності, переважно через свою масовість та пишність декорацій. Особливо, враховуючи те, що сучасний постмодернічний стан свідомості та всезагальність масо-