

ДЕНЬ УСІХ (САМО)ЗАКОХАНИХ: ІНДИВІДУАЛЬНО-КОЛЕКТИВНИЙ ВИМІР СВЯТА

Софія Нолбат

бакалавр соціології, магістрантка першого року навчання соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна; майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна, е-mail: sofiia.nolbat@student.karazin.ua, ORCID ID: <http://orcid.org/0009-0005-3387-0568>;

Олександр Голіков

доктор соціологічних наук, доцент, професор кафедри соціології, заступник декана з наукової роботи Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна, е-mail: golikov@karazin.ua, ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-6786-0393>

У статті представлено теоретико-методологічні підходи до аналізу феномену свята в умовах глобалізованого, індивідуалізованого, комодифікованого та раціоналізованого суспільства. Автори розглядають модерні та постмодерні теорії, присвячені процесам та наслідкам індивідуалізації; прослідковують прямий зв'язок між процесами індивідуалізації та збільшенням відчуження, використовуючи напрацювання таких соціологів та антропологів, як Ж. Батай, Р. Кайюа (Колеж Соціології) та теоретики суспільства споживання та спектаклю Ж. Бодрийяр, Г. Дебор. На концептуальному рівні автори беруть до уваги логіку єдності та боротьби колективного та індивідуального у святі, виокремлюючи та описуючи два типи свята — істинне міфічне свято та свято-канікули, а також формулюючи припущення про існування псевдоміфічних та синтетичних (у моду-сах колективного та індивідуального) свят. Запропоновано та концептуалізовано ознаки, за допомогою яких вимірюються та емпірично визначаються ті чи інші типи свята. За результатами теоретичного аналізу сформульовано низку гіпотез, зокрема гіпотезу про панування в межах сучасних свят псевдоміфічного та канікулярного свята. Аналізуючи емпіричний матеріал (повідомлення в мережі «Твіттер»), автори доходять висновку про трансформацію конкретно-емпіричного свята Дня всіх закоханих на День всіх (само) закоханих, зокрема виявляють ознаки емоційного спаду та відчуження, рефлексії своєї самотності, використання обценної лексики, елементи асоціальної поведінки, оспоживацтва свята (акцент на споживання алкоголю та їжі, акцентування уваги на «ай-фонах»), перехід свята на мову речей, концептуалізуючи все це як ознаки реіфікації та натуралізації, фетишизації та відчуження свята. Зазначено, що практики любові до себе, пов'язані з тілом, мають ознаки уречевлення, включаючи і особливий аспект тілесності – сексуальність. Підтверджено гіпотезу про перетворення свята міфічного на псевдоміфічне, а також гіпотезу про профанацію свята. Сформульовано висновки щодо обмежень проведеного дослідження, визначено перспективи подальших теоретичних та емпіричних розвідок з обраної проблематики.

Ключові слова: свято, колективне, індивідуальне, священне, сакральне, Батай, Кайюа, Бодрийяр, Дебор, день всіх закоханих, день святого Валентина, споживання, спектакль.

Для цитування: Нолбат С., Голіков О. День усіх (само)закоханих: індивідуально-колективний вимір свята. Український соціологічний журнал. 2022. 28. С. 68–81 <https://doi.org/10.26565/2077-5105-2022-28-07>

How to Cite: Golikov, A., & Nolbat, S. (2022) 'Day of All (Self-)Lovers: the Individual and Collective Dimension of the Holiday'. Ukrainian Sociological Journal, (28). 68–81 <https://doi.org/10.26565/2077-5105-2022-28-07> [in Ukraine]

Постановка проблеми (в загальному вигляді) та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Глобалізоване суспільство пізнього капіталізму, яке часто характеризують як суспільство вільного часу (Ж. Дюмазедьє), суспільство спектаклю (Г. Дебор), суспільство споживання (Ж. Бодрійєр), інформаціональне суспільство (М. Кастельс), вибудувало окрему та інтенсивно розвинену індустрію свят та святкування. Сучасний календар майорить різноманіттям свят: національними, релігійними, міжнародними, професійними та особистими. В індустрію залучені політичні структури (коли перші особи держави однаково щиро вітають громадян з двома Різдвами, Наврузом та Ханукою) та техніко-економічні (псевдо)суб'єкти (коли смартфон люб'язно нагадує про День гарного настрою). Втім, таке гіпервиробництво, відображене в дзеркалі виробництва атрибутів свята, демонстративних практик їхнього споживання та матеріальної інфраструктури його (псевдо)колективного побутування, та існуюче як надлишок свят, жодним чином, як вважають філософи, психологи та антропологи, не дарує емоційного піднесення та об'єднання з іншими, тим більше якщо порівняти сьогоденні практики святкування з такими практиками у минулому. Навпаки, емпірично легко знайти на самій поверхні святкування негативні емоції, наміри уникнути святкування й святкуючих, відчуження та «святкувальний ескапізм», а то й демонстративний «святкувальний негаціонізм», коли свято активно, практично, дискурсивно заперечуються та проблематизуються.

На це накладаються індивідуалізаційні та раціоналізаційні процеси (за М. Вебером та Дж. Рітцером), які трансформують свята та їхні соціальні функції не просто до непізнаваності, але іноді аж до повної протилежності. Зокрема, свята явним та неоспорюваним чином зазнають втручання ринкової логіки, політизації та ідеологізації; змінюються способи святкування, зважаючи на можливості сучасних технологій та виклики, спричинені пандемією та війною. Всі ці процеси актуалізують дослідження свят у сьогоденні перш за все запитом на оновлення концептуального й методологічного апарату, а також необхідністю уваги до самої феноменальності свята не просто в індивідуалізованому, глобалізо-

ваному, раціоналізованому суспільстві, але в суспільстві соціального та фізичного дистанціювання, суспільстві практичної реактуалізації свят тощо.

Проблемна ситуація на онтологічному рівні виникає через невідповідність існуючих уявлень про свято та його традиційних структур реальним, видозміненим, у першу чергу, індивідуалізацією, глобалізацією, комодифікацією, раціоналізацією, спектакуляризацією та іншими процесами, вплив кожного з яких варті окремого дослідження. Але наразі важливою проблемою є й просто окреслення загальної дослідницької рамки в цьому напрямку, адже традиційне для соціології, антропології, етнографії протиставлення свята (що відображено навіть у семантиці цього слова) буденному та вульгарно-профанному зазвичай не дають соціологам поглянути на свято як на буденне, профанне, вульгарне. На гносеологічному ж рівні проблема полягає у обмеженні та непристосованості понятійного й методологічного апарату до відповідних реалій, описаних нами вище.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор; виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття. Перерахувати всіх, хто так чи інакше торкався проблематики свята, майже неможливо. Е. Ауербах та В. Беньямін, Ф. Бродель та Р. Жирар, А. ван Геннен та Е. Гідденс, В. Гольштейн та К. Жигульски, Ф. Лаку-Лабарт та К. Леві-Стросс, М. Мосс та Ф. Роуз, В. Тернер та Е. Фромм, Дж. Фрезер та М. Фуко, К. Хюбнер та М. Еліаде, Е. Кассіер та багато інших відомих дослідників зверталися до цієї проблематики з позицій соціології, етнографії, антропології, культурології, історії. В соціології проблема свята піднімалася в класичних дослідженнях Е. Дюркгейма, Ж. Батая, Р. Кайюа, Й. Хейзінги. І в сучасному світі вона також розглядається перш за все через специфічні святкові практики, зокрема практики їжі [1; 2; 3; 4] або практики прикрас та (пере)означення простору та часу [5]. Традиційним є і розгляд свята як моменту (ре)конструкції соціального порядку [6] та (пере)опису соціальних ролей [7]. Святкове описується як категорично та категоріально відділене від буденного та звичайного [8], як щось інакше від нього, загадкове та

незвичайне [9; 10], проте найчастіше – як традиційний соціальний інститут, що сягає коріннями в глибини століть [11; 12]. Лише іноді концептуально (а не емпірично та кейс-стадіально) досліджуються святкові технології в політиці [13; 14]. Особливий статус свята підкреслюється активним звертанням до тематики пам'яті [15] та уяви [16]. Вкрай зрідка відбувається концептуальне та пряме звертання до комодифікації, індивідуалізації, споживацтва, раціоналізації та ідеологізації свята. Ці тематики залишаються підпорядкованими історично та антропологічно домінуючим тематикам сакрального, глибинного, соціально «іншого» у святі.

Ось чому в якості *мети роботи* ми обрали концептуалізацію можливих модальностей свята в індивідуально-колективному вимірі в сучасному світі (специфіку якого ми вище коротко схарактеризували) та задля фіксації та побудови системи індикаторів наявні з них у сучасному українському суспільстві.

Ми, як вже згадано вище, виходили з диспозицій, що, з одного боку, в українському суспільстві представлене міфічне (за Р. Кайюа [17]) свято в інвертованому вигляді, а саме псевдоміфічне свято, що має ознаки споживацького, спектаклярного й асоціального, а з другого – що ми є свідками процесів виникнення та конституювання феномену індивідуалізованого свята-канікул, який породжує практики та дискурси фрустрації, профанації, заперечення свята. Ці диспозиції приводять нас до синтетичної гіпотези, що в нинішньому суспільстві виникає наразі ще недостатньо розповсюджене синтетичне свято, що поєднує індивідуалізованість та колективність та проявляє себе у практиках дарування, актах співтворчості, почуттях приналежності.

Теоретико-методологічною базою цієї статті є теорії свята Р. Кайюа та Ж. Батая, теорія суспільства спектаклю Г. Дебора та теорія суспільства споживання Ж. Бодрійя. В якості *емпіричної бази* було використано україномовні пости у соціальній мережі «Twitter» з 1 по 15 лютого 2020, 2021 та 2022 років, відібрані за ключовими словами «любов», «любити», «кохати». Техніка побудування вибірки — суцільний відбір. Обсяг семплу — 127 постів, у яких зустрічалися 232 ключові морфеми. Методика аналізу — якісний контент-аналіз.

Виклад основного матеріалу статті з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Індивідуалізація суспільства як процес та як проблема для свята та священного.

Свято як особливе спільне буття, спрямоване на об'єднання та спільну творчість, є невідокремлюваним у сучасному світі від процесів протилежних, але діалектично доповнюючих, а саме індивідуалізаційних. Процесів, які в сучасному світі стали багато в чому визначальними, процесів, які наразі описуються найчастіше апологетично (Н. Еліас, З. Бауман, М. Яцино), однак заслуговують і на уважне критичне осмислення, що було здійснено в межах традиції, представники якої працювали на стику могутніх соціологічних класик — фройдівської, марксистської та дюркгаймівської теорій.

Зокрема, Е. Фромм, один з перших концептуальних та фундаментальних дослідників цих процесів, визначав індивідуалізацію як процес зростаючого відокремлення індивіда від початкових зв'язків [18]. Під останніми він психоаналітично розумів зв'язки з матір'ю чи особою, що її замінює, від якої залежить виживання дитини в перші роки життя. Показовою є його логіка, де онтогенез є гомологічним філогенезу: той же шлях індивідуалізації, що проходить кожна окрема людина, проходить і людство у своїй історії, і тут сепарації дитини від матері відповідає процес подолання «стану єдності з природою», з якого і починається соціальна історія людини як біосоціального виду (де «соціальна історія» є гомологією дорослості в онтогенезі). Ця фундаментальна дихотомія «початкових зв'язків» та «індивідуалізуючого відокремлення» є евристичною для дослідження феномену свята, оскільки додає святу динамічного виміру, дозволяючи спостерігати зміни у співвідношенні зазначених зв'язків та відокремлення на різних етапах історичного процесу.

Варто зауважити, що до цього феномену «початкового стану загальної єдності» складна епоха першої половини ХХ століття взагалі породила напружену увагу: про це ми зустрічаємо секвенції у сучасників Е. Фромма, у представників Колежу Соціології Р. Кайюа і Ж. Батая¹. Цей сюжет взагалі

1 Колеж соціології — соціологічний гурток, що існував в Парижі з 1937 по 1939 роки під керівництвом Жоржа Батая, Роже Кайюа та Мішеля Лейрі, сформований учнями та послідовниками Е. Дюркгайма (зо-

може бути окремо проінтерпретований як повернення образу «благородного дикуна» (*bon sauvage*), як «зняття» концепції спільноти у Ф. Тьонніса та як реінтерпретація концепту «первісного стану» з теорій суспільного договору (Ж.-Ж. Руссо, Дж. Локк, Т. Гоббс), однак це зовсім інше питання, дослідження якого може додати до нашого аналізу важливих відтінків, проте в цілому виходить за межі нашого дослідницького завдання.

У вже згаданого вище Р. Кайюа аналогом єдності з природою виступає «першотворений хаос». І тут ми маємо окремо концептуально констатувати модерністську інтенцію ототожнення соціального з порядком, а до-соціального — з хаотичним. Р. Кайюа називає першотвореним хаосом існування-до-буття, часу-до-порядку, коли «незвичайне було правилом», а тому характерними рисами цього «початкового стану» були мінливість, незавершеність, надмірність. Протилежність першотвореного хаосу — порядок, а отже, і встановлені ним кордони, де поділ цілого відбувається під покровом міфу про створення світу. Під створенням світу (макрокосмосу) тут треба розуміти виникнення суспільства, звісно. Сам «первісний час» Р. Кайюа називає міфічним, причому міф інтерпретується ним як синкретичний і такий, що руйнується від поділу індивідуалізацією. І саме свята є способом існування, актуалізації та «повернення» у світ міфу: «Свята протиставляють одне одному: періодичні вибухи — одноманітному перебігу життя, захоплене буйство — повторюваним день у день одним і тим самим матеріальним турботам, могутнє кипіння загального збудження — спокійній роботі, коли кожен працює на самоті, згуртування в спільноту — розпорошенню, лихоманку напружених моментів — непримітній важкій праці безбарвних періодів буденного існування людини» [19, р. 86]. Таку думку вже висловлював Е. Дюркгайм [20], але саме Р. Кайюа зосереджує особливу увагу на високому емоційному підйомі під час зустрічей, зборів, об'єднань індивідів. Емоційність, «відродження хаосу», «періодичні вибухи», «збудження», гуртування у спільноту, лихоманка моменту — все це є цілком операціональними ознаками, які

можна використовувати для дослідження свята саме у міфічному сенсі цього слова, протиставляючи йому свято як симулякр (за Ж. Бодрійяром), як об'єкт споживання, як елемент спектаклю (за Г. Дебором). І навпаки: протилежні якості та прояви можна інтерпретувати або як інструменталізацію та спектакуляризацію свята, або як відчуження від свята внаслідок його об'єктивації, інструменталізації, цинізації (за П. Слотердайком). Причому останні два процеси не є взаємовиключними: перший з них допомагає зрозуміти та описати макро- та мезофеномени, тоді як другий (відчуження свята) — мікрофеномени.

Подібним чином Ж. Батай пише про інтимність як про стан зануреності у світ, розчинення в ньому, а також про глибинний рівень досвіду, на якому виникає цей стан. Занурення в інтимність передбачає не просто руйнування ієрархій, але й припинення суб'єктно-об'єктних відносин. Інтимність в цьому сенсі де в чому схожа з бахтіновським карнавальним станом: вона ігнорує вертикальності, заперечує жорсткі кордони, стверджує самий потік життя. Ці ознаки (та, відповідно, парні до них антонімічності) також можуть бути використані для аналізу практикування та дискурсивування свят, що ми і побачимо на нашому емпіричному прикладі.

Як постійний стан, на думку Ж. Батай, інтимність була втрачена тоді, коли люди увійшли у «світ праці» і коли раціональність посунула свободу бажань²: «Первісна праця створила світ речей, якому приблизно відповідає у давніх людей профанний світ. З покладанням світу речей людина сама перетворюється на одну з речей цього світу, принаймні на той час, коли працює. І цього приниження людина за всіх часів намагалася позбутися. У своїх химерних міфах, у своїх жорстоких ритуалах людина спочатку зайнята пошуками втраченої потаємності» [19, р. 61]. У пошуку засобу проти відчуження та реіфікації Ж. Батай вбачає сутність релігійного (а отже — і сакрального) досвіду, а отже, Ж. Батай цілком дюркгайміанськи протиставляє сакральне-колективне профанному-індивідуальному-трудовому. Продовжуючи цю логіку, будь-яке змішування свята з пра-

крема, у його пізніх варіаціях) та створений розвивати його програму дослідження сакрального як базису соціального життя.

2 І тут знову ми чуємо луну дискусій періоду становлення капіталізму, коли «туга за гемайншафтом» породжувала одну ностальгічну теорію за іншою.

цею (об'єктивацією, профанністю, буденністю, індивідуальним) може інтерпретуватися як десакралізація та деколективізація свята; будь-яка відмова від колективно практикованих та колективно прийнятих способів святкування – як його перетворення на «річ», яку теж можна об'єктивувати та споживати, і, відповідно, як акт знищення «двері», через яку можна «покинути Матрицю» світу необхідності, профанності, праці, примусу, ієрархії.

Е. Фромм, менш категоричний у цьому питанні, ніж Ж. Батай, підкреслював амбівалентність наслідків індивідуалізації–профанації: адже завдяки їй як розвивається людська особистість і збільшується свобода, так і зростає самотність, а разом із нею — тривога і страх. Розірвавши первинні зв'язки, людина (точніше, тепер вже індивід) змушена або відмовитися від свободи, або «зорієнтуватися і укорінитися у світі», наново себе до нього «прив'язати». Ці тези є однаково справедливими як для історії однієї людини, так і людства. Чим більш розвиненим є суспільство, тим більше індивіди в ньому розділені і потребують встановлення зв'язків перш за все задля виживання, відтворення як виду та подолання почуття власної незначущості й самотності. Це возз'єднання може мати характер або «відкату» до попередньої стадії громадських відносин, або переходу на більш високий якісний щабель. Тут є очевидним генетичний зв'язок (особливо для Е. Фромма) із формаційною теорією К. Маркса [21], у якій для першої надформації властивим є низький рівень розвитку за відсутності відчуження та експлуатації, а у другій суспільно-економічній надформації спостерігаються як поступовий розвиток продуктивних зусиль і виробничих відносин, так і зростання відчуження, тобто самотності за Е. Фроммом. Надалі К. Маркс передбачає на основі діалектики (зокрема логіки синтезу тези та антитези) становлення третьої надформації, у якій відчуження буде подолане. Однак деякі марксистки враховують і можливість «відкату» до стану первісного варварства замість якісного стрибка [22]. Якщо ж продовжити цю логіку розвитку у проблематику свята, то сакральне діалектично заперечується профанним, колективне — індивідуальним, свобода бажання заперечується раціональною працею, а архаїчне свято — модерними канікулами.

Буквальне повернення до інтимності без якісних змін, відтворення ритуалів та вчинення жертвоприношень, яке намагалися здійснити члени «Ацефала» [19, р. 13], є, таким чином, своєрідною «втечею від свободи» і, відповідно, — регресом і варварством. До того ж, враховуючи неподолану індивідуалізованість (а у сучасності — вже й розділеність спектакулярного суспільства), — варварством мікросоціально поодиноким та макросоціально дисфункційним. Подолати протилежність між колективним та індивідуальним у святі може синтез архаїчного свята та канікул. Враховуючи неоднорідність суспільства, можна передбачати одночасну наявність трьох диспозицій до свята: повернення чи прагнення повернення до необмеженої свободи бажань; десакралізація свята, відсторонення від практик його святкування як застарілих чи диких; переосмислення свята та орієнтація на інших за збереження індивідуальності. Ознаками слугуватимуть, відповідно, надмірність споживання, відторгнення цивілізаційних досягнень та надбань, порушення ієрархій (для першої диспозиції); критика свята й відмова святкувати, насмішки чи приниження свята та святкуючих (для другої); віднайдення (або навіть і переви-
найдення) нового сенсу у святі, вчинки, спрямовані на інших, створення подарунків, виробництво і залучення до культурних цінностей (для третьої).

Таким чином, логіка індивідуалізаційних процесів простежується в історії свят та відіграє значку роль у їхній функціональності. Втім, якою мірою та яким чином ці процеси вплинули на свята в сучасності, варто досліджувати, звернувшись до більш пізніх теоретичних та емпіричних напрацювань. Тут у подальших дослідженнях можуть допомогти такі сучасні дослідники, як З. Бауман, Ж. Ліповецьки, П. Слотердайк, К. Жигульські, Я. Ассман, Ф. Мюре та інші.

Суспільство видовищного споживання: роль свята і святого

Те, що в 1930-ті роки лише підмічалося та гіпотезувалося на прикладах свят членами Колежу Соціології, наприкінці 1960-х вже мало відтінок незворотності. Небезпеки прогресу та для прогресу, індивідів та для індивідів у швидкісному ХХ столітті зросли такою мірою, що справили на части-

ну науковців враження прогавленої катастрофи та банкету під час чуми. Тут, звісно, найбільш голосними та гучними стали роздуми Гі Дебора та Жана Бодрійяра.

Звісно, що ця проблематика актуалізувалася і раніше: зокрема, на зростання відчуження зважав і Р. Кайюа, пишучи, що в сучасному йому суспільстві свято втрачає інтенсифікуючу функцію і, більше того, сприяє роз'єднанню суспільства. Таке «неістинне» свято він назвав канікулами, і, зазначаючи неможливість повернення суспільства на минулу сходинку розвитку, він все ж зберігає тривогу відносно життєздатності суспільства без руйнівного, але оновлюючого святкового хаосу. Адже попри те, що надмірність свята спричиняє тимчасові руйнації, воно при цьому несе і оновлення суспільству, можливість його перезбирати, відкинувши все застаріле та зайве. Тобто Р. Кайюа достатньо оптимістично враховує можливість не тільки споживання / знищення, а й (спів)творчості, втім, тут же зазначаючи розпорошеність людей під час канікул, відсутність співтворчості та нездатність свята возз'єднати суспільство, що є наслідком процесів індивідуалізації [19, р. 188]. Отже, Р. Кайюа пропонує нам одразу декілька ознак та характеристик, а також концептуальних позначень. «Неістинне» свято можна слідом за ним позначати як «канікули»³; розрізнення між ними можна виявляти за такими ознаками, як наявність співтворчості, ефекти перезбірки та возз'єднання, можливість ревізії наявного та зайвого, тимчасова руйнація суспільства з тим, щоб заново його перестворити. Всі ці ознаки та характеристики в інвертованому вигляді добре узгоджуються з ідеєю відчуження: адже саме за відчуження виникає бар'єр між суспільством (його майбутнім, його порядками) та суб'єктом, що не дозволяє ані ревізувати суспільні порядки, ані возз'єднувати їх, ані вільно співтворити з іншими акторами. Аналіз емпіричного матеріалу дозволить нам встановити, чи насправді є зв'язок між цими ознаками та сутністю канікул.

Цю ж ідею про розпад соціального, що проявляється в нездатності до оновлюючого, об'єднуючого свята, ми знаходимо і в більш пізніх роботах, зокрема, у

Гі Дебора, згідно з яким спектакль є антисуспільством, розділеним і, водночас, єдиним, а смисли у ньому інвертуються та обертаються: те, що здавалося єдиним, насправді є розділеним, і навпаки: те, що здавалося розділеним, виявляється єдиним [23, р. 39]. Така характерна властивість спектаклю унеможливорює боротьбу в ньому і проти нього: «Подібно до того, як воно (суспільство спектаклю) представляє псевдоблага, яких слід бажати, воно так само пропонує місцевим революціонерам і фальшиві моделі революції» [23, р. 40]. Чи не те ж саме відбувається і зі святом у суспільстві спектаклю: свята, яких слід бажати, свята, які стають «фальшивими моделями свята», свята, які стають лише об'єктом споживання та відчуженою об'єктивацією? Члени суспільства спектаклю, святкуючи чи бунтуючи, приречені лише на конформне та лояльне⁴ вбудовування свого бунту чи свята в структури спектакулярного споживання. Тут використання шаблонних способів святкування⁵, демонстративне звертання⁶ до нього, «інтелігентна втома» від спектакулярних святкувань та «пафосна критичність»⁷ до них будуть змістовними та сутнісними ознаками цього.

Гі Дебор доносить, що свято у своєму архаїчному сенсі «співучасті в розкішному розтрачуванні життя» зникло, лишилися ж гіпертрофовані канікули Р. Кайюа, що насправді посилюють роз'єднаність «Ця епоха, що демонструє собі свій час як такий, що є, по суті, прискореним поверненням всіляких святкувань, так само є епохою без свята» [23, р. 89]. Ось це відчуття «всіляких святкувань без свята» цілком може бути виявлене та операціоналізоване в нашому емпіричному масиві, і нам ця гіпотеза видається цілком продуктивною.

В сучасному суспільстві споживачького спектаклю та спектакулярного споживання замість надмірно інтенсивної реальності архаїчного свята свято сучасне має

4 В сутності своїй, навіть якщо форма залишається нонконформістською, протестною, опозиційною.

5 Дискурсів чи практик, речей чи символів — неважливо.

6 Або, навпаки, захоплене використання «пропозицій» спектаклю.

7 Яка буде неодмінно перетікати у критичність до самого свята, хоча ефекти породжені, зрозуміло, не самим святом, а його спектакуляризацією.

3 Які технічно відокремлюються від часу роботи та праці, часу вимушеності та необхідності.

лише вигляд такої, симулює її, постаючи тим самим бодрійярівським симулякром, тобто знаком, що втратив своє позначування [24]. Під обгорткою святкових практик та атрибутів приховано негативні емоції та розчарування, видимість об'єднаності співіснує з дійсністю розділення, що ми і закладаємо в якості однієї з емпіричних гіпотез. Такі псевдосвята (кайюаніанські «канікули») не несуть ані оновлення, ані звільнення, адже вони все одно що не відбуваються. І навіть гірше: свято, що не відбулося, залишає ілюзорну і нереалістичну надію на те, що воно відбудеться. Канікули ж, що відбулися, позбавляють такої надії, герметизують суспільство відчуження, перетворюють споживання на тоталітарну практику, яка присутня у всьому, навіть в інтимному (за Ж. Батаєм [25]) та священному (за Р. Кайюа).

Отже, як ми вже бачили вище, цю ж ідею підхоплює у ті ж роки Ж. Бодрійяр, який інтерпретує споживання не як пасивне присвоєння, а як активний модус ставлення до речей, до колективу та світу в цілому, універсальним відгуком на зовнішні подразники. Речі та матеріальні товари формують об'єкти, потреби та їхнє задоволення. Людство у всі часи чимось володіло, користувалося та щось витрачало, однак споживання у власному розумінні слова виникло лише в сучасному суспільстві вже не як матеріальна практика, вже не як таке, що визначається їжею, яку людина їсть, чи автомобілем, яким вона користується, а як спосіб організації у знаковий континуум та всесвіт. У сучасному суспільстві річ сама по собі не може споживатися; для того, щоб стати об'єктом споживання, вона повинна стати знаком, який набуває смислу лише у співвідношенні з іншими речами-знаками, і в цьому сенсі споживаються не самі речі, а відносини: «Споживання — це система, яка забезпечує порядок знаків і інтеграцію групи; воно є, отже, одночасно мораллю (системою ідеологічних цінностей) і системою комунікації, структурою відносин» [24, р. 70].

Споживання свята в такому випадку буде перш за все вбудовуванням та відтворенням цієї вбудованості свята в порядок знаків та в інтеграцію групи (в системно-спектаклярному сенсі, а не в архаїчно-кайюаніанському); це споживання свята в такому випадку має репрезентуватися як система комунікації та структура відносин, і це також

є цікавою гіпотезою прояву споживання свята, а точніше, споживання канікул.

Продовжуючи логіку Коллежу Соціології, ми знаходимо у Ж. Бодрійяра витрати часу, емоцій, матеріальних благ на святкові дні як своєрідний потлач, знищення залишку. «Великі марнотратці» Ж. Бодрійяра подібні до «купців» [25] Ж. Батая, що надмірними дарами здобувають символічні вигоди, а потлач тоді постає як подібний до демонстративного споживання/позбавлення, але при цьому подібність ця є лише структурною, зовнішньою, формальною подібністю. Адже потлач у Ж. Батая є актом «боротьби з речами», актом ірраціональним за своєю природою, спрямованим проти самої ідеї раціональності. Кінцева ж мета знищення багатств (від матеріальних благ до власного життя) полягає у поєднанні відокремлених істот у суспільство [25, р. 142].

Але місця для колективного в практиках сучасного «потлачу», з точки зору Ж. Бодрійяра, не залишається: адже сучасна його версія, його споживацький варіант знищення залишку відбувається в умовах індивідуалізації, а отже, замість колективної перебудови соціального під час свята все більше споживається індивідуальне дозвілля, демонстративно «спалюються» надлишки знаків, комунікації, вільного часу. Найдраматичніше тут те, що це «спалення» не є даруванням та роздаровуванням, не є жертвою чи жертвоприношенням, не є апеляцією до колективного або сакрального: воно є жертвоприношенням індивідуалізованому его-центру суспільства спектаклю, воно є самоспоживанням, воно є антидаруванням. Повернення до первісної рівності відбувається не шляхом встановлення рівності відносно благ (в акті знищення залишків у потлачі), а, навпаки, — шляхом встановлення нерівності перед потребами та принципами їхнього задоволення, чим і пояснюються спалахи демонстративного споживання і, відповідно, спалахи розчарування відносно свята, їхня свідома та несвідомо критика як просторів та приводів споживання та відчуження. Сьогодні канікули та вільний час змушують середньостатистичного індивіда відмовитися від свободи самовдосконалення, пропонуючи йому натомість свободу демонструвати безглуздість свого часу, що є лише нішею, котру потрібно заповнити, пустотою, яку потрібно споживати, «зайняти», «позначити» собою та своїми практи-

ками чи дискурсами, речами чи знаками, собою чи комунікацією з собою. Ця безглуздість має проявлятися у відповідних оцінках та актах сприйняття індивідів, виявлення чого також є важливим дослідницьким завданням нашої роботи.

Ще один концептуально важливий аспект Ж. Бодрійяр виявляє у процесах звільнення тіла, яке через свою перенасиченість конотаціями є найпрекраснішим та найяскравішим серед усіх об'єктів. Його «нове відкриття» після тисячолітньої ери пуританства, його повсюдна присутність в рекламі, моді, масовій культурі, гігієнічному культі, яким його оточують, а також міф задоволення, який йому приписують, — все це сьогодні свідчить на користь того, що тіло стало «об'єктом порятунку». У відповідності до цієї моральної та ідеологічної функції воно буквально закрило собою попередника на цій ролі, а саме душу. Ж. Бодрійяр зазначає, що протягом багатьох століть пропаганда намагалась переконати людину у відсутності тіла, прищепити їй думку про ворожість та гріховність тіла; сьогодні ж вона систематично переконує людину в тому, що в неї є тіло. У капіталістичному суспільстві загальний статус приватної власності застосовується однаковою мірою до тіла, до пов'язаної з ним соціальної практики та до уявлень про нього. Тіло примушується бути видимим замість прихованого, жаданим замість відразливого, випещеним замість природного. Таким чином, тіло звільнюється лише фіктивно в якості об'єкта-знака, який реалізується в еротичі, спорті та гігієні.

А це означає, що свята, які колись були простором самовивільнення, оприроднювання, свободи для тіла⁸, перетворюються на спосіб та привід до зайвого дисциплінування (як би це міг позначити М. Фуко) тіла. Тіла, яке більше не може бути вивільнене у святі (поверненні до єдності), оскільки тілесне витісняє духовне, а лише в просторі духовності можлива свобода, в тому числі й свобода тіла. Ось це дисциплінування тіла як окрема ознака та окрема властивість сучасного свята, з нашої точки зору, вартує окремого дослідження.

У цій царині Ж. Бодрійяр зауважує «ескалацію еротичності» — повсюдну види-

му сексуальність речей та уречевлення сексуальності, тобто саму сексуальність як річ, пропоновану для споживання, причому, як це типово для суспільства споживання, без вибору, споживати її чи ні. Попри формальну схожість із вивільненням сексуальності у святі, на яку вказував Р. Кайюа, з поверненням до першотвореного стану без табу, потрібно окремо диференціювати, що описаний Ж. Бодрійяром сексуальності не властива інтенсивність почуттів, життєствердність, оновлення та вивільнення. «Ескалація еротичності, сексуальне звільнення не має нічого спільного з розбещеністю всіх почуттів. Керована розбещеністю і важка туга, що просочує її, далекі від гасла «змінити життя», вони становлять не більше не менше як колективне «середовище», де сексуальність стає фактично приватною справою, що нещадно усвідомлює саму себе, нарцисичною і нудьгуючою сама з собою» [24, р. 121]. Видима сексуальність у суспільстві споживання — це видимість сексуальності, індивідуалізована попри свою публічність. Ця діалектика індивідуалізованості та публічності, видимості та споживання є особливо цікавою з точки зору дослідження свят, де тілесні практики споживання, візуалізації, дискурсивування та практикування стають все більш помітними та важливими, і виділити та позначити їх також є необхідною частиною нашого дослідження.

Свято всіх закоханих як апофеоз індивідуалізації: теоретичні пролегомени

Всі ці тенденції та гіпотези, з нашої точки зору, найбільш евристично та плідно можна було б відслідкувати та вичленувати на прикладі крайньої межі індивідуалізації та десакралізації свята, а саме найбільш індивідуалізованого свята та профанованих канікул. Мова йде про Свято усіх закоханих, або День святого Валентина, що святкують 14 лютого. Священні корені історії цього свята в сучасності майже не грають ролі, зазначимо лише, що святкувати його почали у середньовічній Європі, тож довгий час воно було поширене у країнах, де переважало християнство католицької, а потім і протестантських конфесій, хоча критики цього свята зазначають, що, скоріше, варто шукати корені цього свята не в романтичних історіях нещасної любові, а в античних, ще дохристиянських містеріях та масових оргіях.

Для нас важливішим є інше: глоба-

8 Достатньо лише згадати давньогрецькі містерії та вакханалії, давньоримські сатурналії та середньовічні карнавали.

лізаційні процеси поширили це свято і по Україні, де порівняно з іншими святами День закоханих є більш індивідуалізованим⁹, оскільки передбачає участь у святкуванні не більше двох людей. Як правило, у цей день романтичні пари, у шлюбі чи поза ним, проводять час разом, виявляють свої почуття або декларують¹⁰ це, відвідують публічні місця та роблять подарунки одне одному. Участь третьої особи чи групи осіб, як правило, вважається за недоречну, хоча соціальні мережі це правило роблять дуже специфічно інтерпретованим, що вартує особливого дослідження.

Це свято з'явилося в Україні відносно нещодавно, не має закріплених традицій святкування, жодним чином не пов'язане з православним святковим циклом та не є значним релігійним святом у католиків, не є державним святом сучасної України або спадщиною попередніх державних утворень на її нинішній території. Це є, в тому числі, ефектом неукоріненості свята в глибинних пластах української соціокультурної системи. Ця неукоріненість робить свято, його дискурси та практики пластичними та динамічними, що, своєю чергою, робить його вдалим індикатором соціальних процесів, зокрема наростання процесів індивідуалізації достатньо швидко та яскраво відображаються на цьому святі та пов'язаних з ним практиках та дискурсах, символах та речах.

У дослідженнях наслідків індивідуалізаційних процесів особливо цікавим є той аспект Дня закоханих, що пов'язаний із самозакоханістю та любов'ю до себе, оскільки це, з одного боку, є показовим запереченням священного, що стоїть за святом¹¹, а з іншого – це є, з формальної точки зору, межовим варіантом індивідуалізації у святі, що традиційно присвячений міжособистісному¹². В цілому це явище видається унікальним серед популярних свят, оскільки

свято як колективне¹³ тут максимально зведене до індивідуального. Новий рік людина співпереживає разом зі значною частиною людства, релігійне свято – з представниками своєї релігії, день народження – з батьками та друзями, але День любові як день любові до себе – виключно з собою.

Індивідуалізованість у межах цього аспекту дозволяє висунути гіпотезу про відчуженість від свята-канікул у сенсі Р. Кайюа, що знаходить прояв у фрустрації (апатії, гніві, невдоволеності, пригніченості), критиці свята, відстороненості від нього і глузування над тими, хто до нього залучений.

Інша гіпотеза, яка має бути перевірена в цьому дослідженні, стосується існування свята у псевдоміфічному¹⁴ вимірі. Ознаки переживання свята як «істинного» передбачається віднайти у трансформованому, демонстративному, спектакулярному вигляді: замість тимчасового зламу соціального порядку – асоціальна поведінка, замість звільнення від речей у споживанні – споживання демонстративне, замість вивільнення тіла – підвищення його дисципліни, замість інтенсивної сексуальності – сексуальність розсіяна (послугуючись метафориною Гі Дебора).

Насамкінець, третя, найбільш оптимістична гіпотеза полягає в тому, що навіть в обраному для дослідження вкрай індивідуалізованого аспекту свята наявні спроби синтезу колективного та індивідуального, що мають прояви у вигляді орієнтації на інших поряд з орієнтацією на себе у практиках святкування і дискурсах, актах співтворчості та виробництва цінностей. До перевірки цих гіпотез ми і звернулися в нашому емпіричному дослідженні.

День всіх закоханих у себе: прояви та структури

Місцем збору матеріалів для аналізу була обрана соціальна мережа «Twitter». Як для більшості сучасних соціальних мереж, для неї характерна цензура, втім, у межах цього дослідження (в силу аполітичності та загальної прийнятності його теми) ми не будемо враховувати можливість цілеспрямовано прихованого емпіричного матеріалу або наявності системного впливу

9 Принаймні у доктринальному випадку та в ідеально-нормативних практиках та дискурсах.

10 Що показово, часто-густо публічно та демонстративно, і вже сама демонстративність та показовість, публічність та «споживаність» цих маніфестацій підштовхує уважного спостерігача до специфічних гіпотез.

11 Акцентуємо окремо на цій концептуальній колізії: священного як колективного, протиставленого індивідуально-профанному.

12 Хоча Ж. Дельоз міг би подискутувати з цим питанням з позиції концепту «дивід», звісно.

13 І як першопочатково і безумовно орієнтоване на іншу людину та колективність.

14 А відтак — антиміфічному, але при цьому такому, що зберігає свою міфічність, хоча й інвертовану, «відображену».

на нашу вибірку. Ознаками, що посприяли вибору для аналізу контенту саме цієї соціальної мережі, стали характерна для неї (через невеликий обсяг і переважно текстовий формат повідомлень) швидкість та відвертість реакцій користувачів на події суспільного й особистого життя, а також позиціонування цієї соціальної мережі як місця обміну власними думками.

Наслідки індивідуалізації Дня всіх закоханих буде проаналізовано на базі україномовних постів з 1 по 15 лютого 2020, 2021 та 2022 років¹⁵, відібраних за ключовими словами «любов», «любити», «кохати», «себе». Ключові морфеми «люб-» і «кох-» зустрічаються 199 і 33 рази, відповідно.

Значна кількість постів містить ознаки емоційного спаду та відчуження. День закоханих для багатьох є днем рефлексії своєї самотності, складностей у налагодженні стосунків з іншими та прийнятті себе, що відповідає нашій гіпотезі про відторгнення свята-канікул, а також гіпотезі про псевдоміфічний вимір свята, ілюструючи емоційну напругу протилежним «істинному святу» знаком. Подекуди хтось із користувачів зізнається: «я абсолютно не вмію любити, що себе що інших»¹⁶ або «почну себе любити 30 лютого»¹⁷. Або ж повідомляє, що не любив у житті і не відчував любові від родини, навіть у дитинстві¹⁸. Дати публікації таких постів припадають переважно на 14 лютого, що дозволяє зі впевненістю припустити зв'язок зі святом або принаймні вплив колективності свята на такі індивідуальні прояви. Передчуття цього спаду спостерігається вже напередодні свята. Один з користувачів пише 13 лютого: «Завтра буде день коли у мене закінчиться внутрішній резерв веселки»¹⁹. Тобто замість піднесення, властивого «істинному святу», День закоханих несе негативні емоції. Зокрема, це сум, туга через відсутність

любові (навіть до себе)²⁰. Також наявне роздратування, спрямоване на святковий дискурс («Полюби себе! Подбай про себе! Люби себе! знаєте, ото вже дістали оті заклики, я б*** ЧИМ займаюсь?! я якраз б*** цим і займаюсь!»²¹) та символи (в одному з твітів був прикріплений малюнок похмурого кота, що ховається від дощу з сердечок під парасолькою²²), а також апатія, виявлена у небажанні виходити з дому та, подекуди, визнавати свято.

Окремо слід зауважити використання інвективної лексики²³ як ознаку фрустрації, з одного, тобто мікросоціологічного, боку, й елемент асоціальної поведінки — з іншого, макросоціологічного. Подібне значення має і згадування алкогольних напоїв (втім німецьких — пиво, вино) у контексті самотності: «Самотні ж чоловіки тихо потягують пивко під серіали»²⁴; чи прикладів реалізації любові до себе: «Придбайте собі шоколадку і вино і проявіть любов до себе»²⁵, «Візьму собі глінтвейну, бо селфцест це теж кохання»²⁶.

Ще більше значення, ніж споживання алкоголю, має споживання їжі, часто демонстративне — за допомогою публікацій фотографій з ресторану, а також самих згадок прийомів їжі та раціону в соціальних мережах. Харчування видається важливою практикою у виявленні любові до себе і при цьому руйнації патернів свята. Нагадаємо, що колективне приймання їжі є одним з найдавніших та найстійкіших патернів колективності, святковості, взаємодовіри, солідарності. Користувачі висловлюють бажання «смаченько поїсти»²⁷, бажають «найсмачнішої

15 Фрагменти постів або пости наведені в статті без коригувань чи редактури, в оригінальному вигляді, тільки обценна лексика замаскована.

16 <https://twitter.com/slavaelastichny/status/1625520988271136770>

17 <https://twitter.com/Vendigo00/status/1493342464219963395>

18 <https://twitter.com/damngoodbutle/status/1492935994198401028>

19 https://twitter.com/Nickwart_/status/1360553126101737472

20 https://twitter.com/_hemp_/status/1625603560304943107

21 https://twitter.com/best_baby_v/status/1228234268544864258

22 <https://twitter.com/OlenaShal/status/1625437832792752129>

23 https://twitter.com/_hemp_/status/1625603560304943107, https://twitter.com/khuli_hanka/status/1360893917303091201, https://twitter.com/best_baby_v/status/1228234268544864258

24 <https://twitter.com/podilhappymeal/status/1360977687880294406>

25 https://twitter.com/deddde_/status/1625433236020002820

26 https://twitter.com/vinataera_/status/1227684257260240896

27 https://twitter.com/mogi_frogi/status/1625543265360519168

кави та/або чаю»²⁸ іншим, висловлюють наміри з'їсти піцу, смажену картоплю, а також «любити і багато їсти з доставки»²⁹. Користувачі радять іншим виявити любов до себе завдяки каві, шоколаду, вину. Кава як хрестоматійний приклад демонстративного споживання в сучасному суспільстві та навіть елемент корпоративної культури, типового конвеєрного розкладу дня тощо очікувано згадується найчастіше.

Інший очікуваний об'єкт споживання – айфон – згадується як в іронічному контексті («Цілий день спостерігатиму, як інстаграм мірятиметься розміром букетів, моделями айфонів»³⁰), так і в цілком серйозному («Купила собі сама 13-й айфон любов до себе левел ап»³¹). Втім, придбання речей як прояв любові до себе демонструється не лише за допомогою айфона. Його роль виконують парфуми, косметика, колекційні речі та навіть нові лосини. Такий переклад свята на валюту речей може слугувати яскравою ілюстрацією зауваг Ж. Батая та виступати протилежністю потлачу. Показово, що такий «антипотлач» здійснюється саме за посередництва типового, фольклорного, анекдотичного прикладу споживачкої поведінки, яка до того ж поєднана у масовій свідомості з деконструктивними для романтичної любові та безкорисливих стосунків наративами.

Контакт з речами перетворює і людину на річ, як, власне, і вчать класики: містифікація та анімізація речей супроводжується реіфікацією стосунків і об'єктивацією людей. Не дивно, що практики любові до себе, пов'язані з тілом, мають ознаки уречевлення. Любов до себе виявляється у тому, щоб зайнятися йогою чи відвідати спортзал, прийняти ванну, доглянути шкіру, пройти медогляд або просто виспатися, інакше кажучи, тіло розглядається як «інший», як «той, про якого потрібно дбати», як «той, кого потрібно балувати». При тому турбота про власне тіло може переважати над турботою про будь-що інше. Одна з користувачок написала: «Люблю себе,

саме тому я файно виспалась і не пішла в коледж»³². Інша стверджує: «Любити себе – значить, турбуватися про задоволення своїх базових потреб»³³. Тіло як об'єкт любові в такому випадку обмежується та позбавляється свободи завдяки практикуванню кохання себе, але тим самим здійснюється і самооб'єктивація, самоексплуатація, самореіфікація, самовідчуження, причому приводом для нього стає саме те свято, яке покликане подолати їх.

З цього приводу не можна не згадати особливий аспект тілесності – сексуальність. Любов до себе виявляється у придбанні секс-іграшок³⁴ та споживанні власної сексуальності (за допомогою публікації власних фото у нижній білизні)³⁵. Відмова від інтимності заради публічності свідчить як про профанацію сексуальності, так і її спектакуляризацію (а разом з нею – і свята). Таким чином, гіпотеза про перетворення свята міфічного на псевдоміфічне підтвердилася. Попри видиме відтворення формальних ознак «істинного» свята, його сутність протилежна: деінтенсифікація соціального, профанація сакрального, розголошення інтимного, уречевлення відносин та поневолення тіла.

Єдина у нашому випадку та протилежна до тези антитеза – це відторгнення свята. Пості такої спрямованості зустрічаються досить часто. До них перш за все слід віднести відмову визнавати свято як таке. Деякі користувачі нагадують, що це не свято, а «просто вівторок»³⁶. Інші висловлюють небажання виходити з дому в День закоханих, оскільки сильніше відчувається власна непотрібність (яку цілком можна соціологічно інтерпретувати як відчуження та самовідчуження)³⁷.

Чимало користувачів активно переформатовують День закоханих на День са-

28 <https://twitter.com/thevalyaboiko/status/1625474451868352514>

29 <https://twitter.com/vygorila/status/1228262786519748610>

30 <https://twitter.com/AdelaideFranz/status/1625260373237547011>

31 <https://twitter.com/alinashapoval/status/1624763862015782912>

32 https://twitter.com/kihi_go/status/1228244208026296321

33 <https://twitter.com/I3IW3mgEWRY3ChT/status/1223913422808588288>

34 <https://twitter.com/klitorkom/status/1625195259914293260>

35 <https://twitter.com/unicalnoemesto/status/1625052409020948482>

36 <https://twitter.com/donand78/status/1625438729606205440>, <https://twitter.com/OlenaShal/status/1625437832792752129>

37 https://twitter.com/khuli_hanka/status/1360893917303091201

мозакоханих. Любов до себе називається головною любов'ю в житті³⁸, а до умовного романтичного партнера висловлюється зневага («Не витратити дорогоцінне життя на якихось тубиків»³⁹). Стверджується, що «любити інших? Кринж»⁴⁰, а «селфцест це теж любов»⁴¹. На тих, хто незгодний, справді чи потенційно, спрямовується потік негативних емоцій. «Хай тільки ще одна гнида назве любов до себе егоїзмом»⁴², – майже погрожує один із користувачів. «Агресивно випромінюю промені енергії, щоб усі любивили себе!»⁴³, – стверджує інший. Частина ж користувачів, яка і досі демонструє більший обсяг еліасівської цивілізованості як інкорпорованості інстанції контролю, стверджує, що наявність партнера не головне⁴⁴, а себе потрібно любити щодня, не лише 14 лютого⁴⁵.

Іншою формою відторгнення свята є його профанація за допомогою використання інвективної лексики, іронізування над тими, хто висвітлює святкування у соціальних мережах (або ж навпаки, хто стверджує про любов до себе та незацікавленість у стосунках), а також над практиками любові до себе («Хотіти нові лосини для йоги – це любов до себе чи консьюмеризм?»⁴⁶). Показове зведення самої любові до гормонального сплеску («Дівчатка, ніхто вас не буде любити так, як ви себе під час овуляції»⁴⁷), сексу («-А себе любити не пробувала? – Пробила. пальці втомлюються»⁴⁸) та сексуальнос-

ті (власні фото у нижній білизні⁴⁹) – все це підтверджує гіпотезу про відчуження від свята і його десакралізацію, причому часто здійснювану інструментарієм суспільства споживання, суспільства індивідуалізації та суспільства глобалізації.

Зазначено, що нами була виявлена і низка публікацій, у яких простежуються більш інтенсивне соціальне. Так, серед практик любові до себе подекуди називають залучення до культурних надбань людства: читання книг, прослуховування улюбленої музики, похід на концерт, перегляд кіно чи серіалу. Більше того, частина користувачів поряд із любов'ю до себе висловила любов до коханої людини, сім'ї або армії. Показовим є твіт користувача, який назвав День закоханих «Днем любові в усіх її можливих проявах» і пояснив це як «любов до ближнього, до себе, до рідних, до України, до слова, до книжок, до музики, до їжі, до сонячної погоди, до дощу, до гір, до моря... до всього, що заслуговує на вашу любов»⁵⁰. Один з користувачів створив віртуальні «валентинки» для підписників, інший пообіцяв: «Поки у світі є хоч одна людина яка любить вас, ви не самотні... А я вам скажу, що саме я буду тією людиною, яка буде любити вас і ви любіть себе»⁵¹. Тобто актуалізуються й колективності, наявна орієнтація на іншого, що підтверджує гіпотезу про синтез колективного та індивідуального в межах свята.

Підтвердження попередніх трьох гіпотез підкріплює більш загальне припущення щодо доречності перенесення діалектичної логіки розвитку на колективно-індивідуальний аспект свят, в якому сакральне-колективне свято є тезою, профанні-індивідуальні канікули – антитезою, що з необхідністю породжують свято-синтез, яке, втім, в суспільстві спектаклю ми поки що не маємо можливості спостерігати, принаймні, в масовому та широко проявленому варіанті.

Висновки. Теорія індивідуалізації Е. Фромма та її екстраполяція на історичні трансформації свят в індивідуально-колективному вимірі дозволила нам виокремити

38 <https://twitter.com/thevalyaboiko/status/1625474451868352514>

39 <https://twitter.com/itakotsei/status/1625254686210027534>

40 <https://twitter.com/Snovydk/status/1360607890147581953>

41 https://twitter.com/vinataera_/status/1227684257260240896

42 <https://twitter.com/ekzistentsiya/status/1223905653556744193>

43 https://twitter.com/_korichan_/status/1625213071818891266

44 <https://twitter.com/4vladacom/status/1493308373869211653>

45 https://twitter.com/kassterborous_/status/1625452579550380032

46 <https://twitter.com/minlyva/status/1624822998808031233>

47 https://twitter.com/masha_teleвна/status/1625257134085574656

48 https://twitter.com/_MartynovaVlada/status/1625241610018517004

49 <https://twitter.com/unicalnoemesto/status/1625052409020948482>

50 https://twitter.com/helga___r/status/1493157018059874309

51 https://twitter.com/_kim_mi_yong/status/1228250873639378945

модуси міфічного (істинного) свята та канікул, коли ми транспонували її в теорематику Колежу Соціології. Застосування ж діалектики дозволило ще й виокремити інші два модуси: псевдоміфічне та синтетичне свята. На основі теорій свята Р. Кайюа та Ж. Батая, а також суспільства спектаклю Г. Дебора і суспільства споживання Ж. Бодрійяра ми операціоналізували знайдені модуси. Ознаки трьох з них (канікул, псевдоміфічного й синтетичного свята) ми зафіксували в аналізованому емпіричному матеріалі. Стосовно цього варто висунути гіпотезу для подальших досліджень, що міфічне свята у сучасних постмодерних суспільствах через здійснене діалектичне заперечення його канікулами не може бути представлене інакше, ніж у межах ізольованих архаїчних груп.

На основі аналізу емпіричного матеріалу ми зауважили значну фрустрацію, викликану відчуженням від декларованих цінностей Дня усіх закоханих, але разом із тим – різною мірою успішні спроби подолати негативні емоції як за допомогою святкування, так і через відсторонення від свята і його заперечення. Свята як компенсація відчуження, на нашу думку, заслуговує на окреме вивчення в подальших дослідженнях. Перш за все тут потребує перевірки припущення про трансформацію цієї функції в сучасному святі порівняно зі святом архаїчним або ж взагалі про дисфункційність сучасного свята.

Використання для відбору текстів ключових слів «любов», «любити», «коха-

ти» і «себе» не може повноцінно зобразити усі аспекти Дня закоханих як Дня любові до себе, і з огляду на це набраний нами семпл потрібно розглядати лише як ескізний, пілотажний, попередній. У майбутніх дослідженнях цього свята варто було б розширити перелік ключових морфем, зокрема у напрямі збільшення спектру почуттів. Крім того, не позбавленим цікавості було б кількісно-якісне дослідження публікацій до Дня свята Валентина для визначення найбільш актуальних для нього індивідуально-колективних модусів.

Подальшої розробки, з нашої точки зору, потребує і виокремлення індивідуально-колективних модусів, а також диференціація емпіричної бази, зокрема залучення до неї даних про інші сучасні українські свята, в яких були б більш наочно та більш рельєфно представлені процеси комодифікації, політизації, ідеологізації, (ре)історизації, (ре)меморіалізації тощо. Особливо цьому може сприяти розширення емпіричного об'єкту з суто дискурсивного (яким і є, власне, дискурс соціальних мереж) до практичного, матеріального, комунікативного тощо.

Зауважимо, що евристичність та гостра актуальність даної теми не викликає жодних сумнівів, а все більше переплетіння святкових феноменів з економікою, політикою, медіа, соціальними мережами будуть лише загострювати їх, у зв'язку з чим продовження досліджень у цьому напрямку уявляється необхідним як концептуально, так і онтологічно.

Отримано 21.08.2022

Прийнято до друку 06.11.2022

DAY OF ALL (SELF-)LOVERS: THE INDIVIDUAL AND COLLECTIVE DIMENSION OF THE HOLIDAY

Sofia Nolbat, Bachelor of Sociology, first-year master's student of the School of Sociology, V. N. Karazin Kharkiv National University, 4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine, e-mail: sofia.nolbat@student.karazin.ua, ORCID ID: <http://orcid.org/0009-0005-3387-0568>;

Alexander Golikov, Doctor of Sociology, Associate Professor, Professor of the Department of Sociology, Deputy Dean for Scientific Issue of School of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine, e-mail: golikov@karazin.ua, ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-6786-0393>.

The article presents theoretical and methodological approaches to the phenomenon of celebration in a globalized, individualized, commodified, rationalized society. The authors examine modern and postmodern theories on the processes and consequences of individualization; trace a direct link between the processes of individualization and increasing alienation, using the work of such sociologists and anthropologists as G. Bataille, R. Caillouis (Le College de Sociologie) and theorists of consumer society and the spectacle J. Baudrillard

and G. Debord. At the conceptual level, the authors take into account the logic of unity and struggle between the collective and the individual in the holiday, distinguishing and describing two types of holidays – a true mythical holiday and a feast-holiday, and also formulating the assumption of the existence of pseudo-mythical and synthetic (in the modes of collective and individual) holidays. The authors propose and conceptualize a number of features that can be used to measure and empirically define certain types of holidays. Based on the results of the theoretical analysis, a number of hypotheses are formulated, including the hypothesis of the dominance of pseudo-mythical and holiday holidays within modern holidays. Analysing the empirical material (messages on Twitter), the authors come to the conclusion that the specific Valentine's Day has transformed into the Day of All (Self-)Lovers. In particular, they identify signs of emotional decline and alienation, reflection on loneliness, the use of obscene vocabulary, elements of antisocial behaviour, consumerism of the holiday (emphasis on alcohol and food consumption, focus on iPhones), the transition of the holiday to the language of things, conceptualizing all this as signs of reification and naturalization, fetishization and alienation of the holiday. The study states that the practices of self-love related to the body show signs of reification, including a special aspect of corporeality – sexuality. The hypothesis about the transformation of the mythical holiday into a pseudo-mythical one, as well as the hypothesis about the profanation of the holiday, is confirmed. Conclusions are drawn regarding the limitations of the study and the prospects for further research on the chosen problem.

Keywords: *holiday, collective, individual, sacred, Bataille, Caillois, Baudrillard, Debord, Valentine's Day, consumption, spectacle.*

References

- Elmes, M. R. and Bovaird-Abbo, K. (2021) Food and Feast in Premodern Outlaw Tales. Routledge.
- Clements, J. (2021) The Emperor's Feast: A History of China in Twelve Meals. Hodder & Stoughton Ltd.
- Gray, A. (2021) At Christmas We Feast: Festive Food Through the Ages [Main ed.]. Profile Books.
- Adema, P. (2009) Garlic Capital of the World: Gilroy, Garlic, and the Making of a Festive Foodscape. Jackson, MS: University of Mississippi Press
- Murray, N. (2018) Art for the Workers: Proletarian Art and Festive Decorations of Petrograd 1917-1920. Brill.
- Reardon, C. (2016) A sociable moment: opera and festive culture in baroque Siena [1 ed.]. Oxford University Press.
- Edminster W. (2016) The Preaching Fox: Festive Subversion in the Plays of the Wakefield Master [Reprint ed.]. Routledge.
- Springer, S., Alexander, B. and Persiani-Becker, K. (2008) The Festive Teacher: Multicultural Activities for Your Curriculum [1 ed.]. McGraw Hill.
- Conside re-Charon, M.-C., Savaric M. and Laplace Ph. (2008) The Irish Celebrating: Festive and Tragic Overtones [1 ed.]. Cambridge Scholars Publishing.
- Edworthy, N. (2008) The Curious World of Christmas: Celebrating All That Is Weird, Wonderful, and Festive. Perigee Books.
- Mänd, Anu (2005) Urban Carnival: Festive Culture in the Hanseatic Cities of the Eastern Baltic, 1350-1550. Brepols.
- Shavit, Y., Sitton, Sh. (2004) Staging and Stagers in Modern Jewish Palestine: The Creation of Festive Lore in a New Culture, 1882-1948. Wayne State University Press.
- Guss, D. M. (2000) The Festive State: Race, Ethnicity, and Nationalism as Cultural Performance [1 ed.]. Berkeley: University of California Press.
- Orenstein, C. (1999) Festive Revolutions: The Politics of Popular Theater and the San Francisco Mime Troupe. University Press of Mississippi.
- Boteach, Sh. (2021) Holocaust Holiday: One Family's Descent into Genocide Memory Hell. Post Hill Press.
- Cox, H.G. (1969) Feast of fools. A theological essay on festivity and fantasy. Harvard University Press.
- Caillois, R. (2001) Man and the Sacred. University of Illinois Press.
- Fromm, E. (1965) Escape from Freedom. Discus. Avon Books.
- Hollier, D. (1988) The College of Sociology (Theory and History of Literature) [First Edition]. University of Minnesota Press.
- Durkheim, E. (1995) The Elementary Forms of Religious Life. Free Press.
- Marx, K., Nicolaus M. (1973) Grundrisse: Foundations of the critique of political economy. Vintage Books.
- Luxemburg, R. (1919) The Junius Pamphlet: The Crisis of German Social Democracy. Marxist Org.
- Debord, G., Knabb, K. (2005) Society of the Spectacle. AKPress.
- Baudrillard, J. (1998) The Consumer Society: Myths and Structures [1 ed.]. Sage Publications Ltd.
- Bataille, G., Hurley, R. (1991) Accursed Share, Vol. 1: Consumption. Zone Books.

Received 21.08.2022

Accepted 06.11.2022