



Особенности восприятия праздничных событий современной молодежью: социологический анализ

И. В. Гончарова¹, Н. Н. Пушкарёва², Г. А. Гуров³

^{1,2,3}Государственный университет управления, Москва, Россия

¹179208195393@yandex.ru

²nn_pushkareva@guu.ru

³ga_gurov@guu.ru

Аннотация. В статье на основе социологического анализа рассматриваются ключевые аспекты восприятия праздника в молодежной среде. Исследование фокусируется на изменениях в восприятии праздников в условиях современной культуры, влиянии социокультурных трансформаций на понимание смыслообразующих ценностей праздников. Дается ретроспективный историко-культурологический анализ теории праздника. Делается вывод о социальных ожиданиях, направленных на усиления государственной поддержки национальных праздников, обладающих мощным ресурсом формирования национальной идентичности.

Ключевые слова: праздник, социологический анализ, национальная идентичность, молодежь, теория праздника

Для цитирования: Гончарова И. В., Пушкарёва Н. Н., Гуров Г. А. Особенности восприятия праздничных событий современной молодежью: социологический анализ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2024. Вып. 4 (857). С. 125–132.

Original Article

Features of the Perception of Festive Events by Modern Youth: a Sociological Analysis

Irina V. Goncharova¹, Natalia N. Pushkareva², Grigory A. Gurov³

^{1,2,3}State University of Management, Moscow, Russia

¹179208195393@yandex.ru

²nn_pushkareva@guu.ru

³ga_gurov@guu.ru

Abstract. Based on a sociological analysis, the article examines the key aspects of the perception of the holiday among young people. The research focuses on changes in the perception of holidays in the context of modern culture, the impact of socio-cultural transformations on the understanding of the meaning-forming values of holidays. A retrospective historical and cultural analysis of holiday theories is given. The conclusion is made about social expectations aimed at strengthening state support for national holidays, which have a powerful resource for the formation of national identity.

Keywords: holiday, sociological analysis, national identity, youth, holiday theory

For citation: Goncharova, I. V., Pushkareva N. N. Gurov, G. A. (2024). Features of the perception of festive events by modern youth: a sociological analysis. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Sciences, 4(857), 125–132. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе праздничные события играют значительную роль в формировании культурных ценностей, национальной идентичности и социальных связей. Исследование особенностей восприятия праздников посредством социологического анализа позволяет глубже понять динамику и значение этих событий для современной молодежи. В статье рассматривается значимость праздников в жизни молодых людей на основе онлайн-опроса «Какой сегодня праздник?» 6 884 человек, проведенном Центром социологических исследований 3–14 мая 2023 года.¹ Онлайн-опрос проводился на цифровой платформе «Госуслуги» на основе двухступенчатой выборки. На первой ступени применялась сплошная выборка: опрос был доступен всем гражданам РФ, пользователем цифрового сервиса «Госуслуги». На второй ступени применялась выборка комфортная. Опрос могли пройти все желающие путем заполнения анкеты на цифровом сервисе «Госуслуги». Представленные результаты общего распределения ответов были перепроверены. Результаты по социальным группам представлены в общей совокупности ответов. В анкете были как закрытые, так и открытые вопросы. Также в некоторых закрытых вопросах была возможность написать свой вариант ответа.

География выборки представлена всеми федеральными округами РФ, затрагивает и новые регионы. Наибольшее количество опрошенных приходится на: Сибирский федеральный округ – 41 %, Приволжский федеральный округ – 22,5 %, Уральский федеральный округ – 16,1 %, Центральный федеральный округ – 10,8 %, Дальневосточный федеральный округ – 6 %, Северо-Западный федеральный округ – 1,6 %, Южный федеральный округ – 1 %, Северо-Кавказский федеральный округ – 0,7 %, на новые регионы РФ² приходится 0,5 %.

По типу населенных пунктов респондентов 57,8 % представлены городскими жителями, 42,2 % – сельскими. По размерам населенных пунктов распределение участников выборки выглядело следующим образом: населенные пункты (до 200 человек) – 9,3 %, до 3 тыс. – 22,9 %, от 4 до 50 тыс. – 28,8 %, от 51 до 100 тыс. – 8,6 %, от 101 до 250 тыс. – 9,8 %, от 250 тыс. до 1 млн – 11,2 %, свыше 1 млн – 9,5 %. Самыми значительными по охвату оказались группы опрошенных из населенных пунктов, где проживают от 2001 человека до 3 тыс. (22,9 %) и от 4 до 50 тыс. (28,8 %), т. е. это

сельские жители и жители так называемых малых городов России³.

Основными участниками опроса были молодые люди. Возраст 77,6 % опрошенных составил 14–35 лет. Именно эта возрастная категория идентифицируется как «молодежь», согласно ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации»⁴. В данной возрастной группе были выделены следующие сегменты: в возрасте 14–17 лет – 60,2 %, в возрасте 16–24 года – 7,7 %, в возрасте 25–35 лет – 9,7 %. Такая градация обусловлена возрастной динамикой ценностных представлений внутри молодежной среды.

Акцент на изучение молодежной среды является трендом современной социологии, при этом само понятие «молодежь» является предметом научного дискурса, что соответствует полипарадигмальности социологической науки [Елишев, 2017]. Наиболее компромиссным является такое определение молодежи как «общественной группы, занимающей особое положение в обществе» [Загребин, 2014, с. 1]. При этом, молодежь отличается не только «по социально-демографическому критерию, но и по особым социальным и социокультурным показателям» [там же].

Применительно к теме анализа восприятия праздников, обратимся к тезаурусной концепции В. А. Лукова. *Молодежь в рамках тезаурусной концепции* трактуется как социальная группа, которую составляют люди, осваивающие и присваивающие социальную субъектность, а также распространенные в этой группе тезаурусы и выражающий их символический и предметный мир (Тезаурус в данной интерпретации – свод «освоенных социальным субъектом знаний, существенных для него как средство ориентации в окружающей среде» [Тезаурусы и проблемы культуры, 2019, с. 14]). Луков также выявляет *субъектную роль молодежи* в формировании и поддержании культурных констант как долгосрочных центров притяжения в рамках определенной социокультурной реальности [Луков, 2018]. В картине мира молодежи культурные константы имеют устойчивое ядро, импульс сохранения которого переходит на старшее поколение [там же].

В культурологическом научном дискурсе устойчивые единицы в культуре, обеспечивающие передачу культурного кода, имеют разные идентификации. Ю. И. Бундин вводит близкое по смыслу понятие «цивилизационные константы», определяя их в качестве ключевых характеристик «и совокупного социального субъекта, которые обеспечивают его целостность, уникальность и воспроизводимость

¹Центр социологических исследований «14-35». URL: <https://guu.ru/university/csr/?ysclid=lye5ujlg7i507672707>

²Там же.

³Там же.

⁴Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/46328>

в условиях изменчивости исторических условий» [Бундин, 2017, URL].

Цивилизационные константы связаны с социальным феноменом идентичности, являющейся важнейшим элементом механизма личностного освоения социальной действительности. В современных условиях, определяемых цифровизацией как глобальным трендом социальной действительности, человек оказался «на границах» множества культурных миров, с «размытыми» контурами» [Литвинцева, Петров, 2019]. Это явление несет определенные риски для человека: «Переживая свою принадлежность к пересекающимся культурным пространствам, он становится носителем множественной идентичности, с одной стороны, и, с другой, переживает кризис национальной идентичности, чреватый потерей цивилизационной самоидентичности, утратой упорядоченности представлений о себе и своем месте в картине мира» [Бундин, 2017, URL].

Для формирования национальной идентичности ключевую роль играет комплекс культурных практик. Особое значение в этой системе принадлежит праздничной культуре в целом, включая общенациональный праздничный календарь. Отечественная история XX века показывает, какое важное влияние на формирование советской идентичности оказывали массовые праздники различного характера, включая политические и военные. Влияние праздничной культуры в данном контексте особенно важно для молодежи.

Объектом исследования в работе является восприятие праздника. Предметом исследования выступают конкретные особенности восприятия праздничных событий современными молодыми людьми в возрасте от 14 до 35 лет.

В ходе исследования были использованы общенаучные методы: анализ, синтез, структурно-функциональный метод и системный подход. В работе со статическим материалом были задействованы специальные методы социологии: анкетный опрос и анализ документов. При изучении влияния праздника на национальную идентичность и исследовании теории праздника использовался культурологический подход.

ФЕНОМЕН ПРАЗДНИКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Для понимания особенности восприятия праздничных событий в культуре необходимо обратиться к происхождению и теоретическому значению праздника.

Изначально праздник имел сакральное значение и базировался на природных явлениях,

а также на связанных с ними культах, поэтому ошибочно сводить его роль исключительно к рекреации. Это подтверждается мифологическая концепция А. Н. Афанасьева и А. А. Потебни, согласно которой такие переломные явления природы, как смена времен года, борьба со стихиями, являются источником праздничной культуры [Потебня, 2023]. Представители школы заимствования (В. Ф. Миллер, А. Н. Веселовский) рассматривали русские народные праздники, в частности, аграрные, вне контекста русской культуры и обнаружили их сходство с античными и византийскими аналогами, обнаружив в Масленице сходство с карнавальной культурой Западной Европы [Рябков, 2020; Веселовский, 1989].

А. Пиотровский связывает праздник с социально-экономической действительностью: «дни пусть кратковременного, но высвобождения празднующих масс из-под постылого гнета ежедневного труда, из-под власти тягостных социальных отношений...» [Пиотровский, 1969, с. 178]. Теория В. Чичерова основывается на социально-трудовой деятельности человека и концепции подчиненности сферы досуга труду [Лаврикова, 2011, с. 75]. Антропологическая концепция Джеймса Фрэзера связывает праздничную культуру с процессом смерти и возрождения [Фрезер, 1998]. Исходя из данной трактовки нельзя утверждать, что на появление и укоренение праздника влияют социально-политические или экономические явления, ведь это эволюционно-психологический процесс.

Наиболее универсальной является концепция М. Бахтина, согласно которой праздник связан с трудовой деятельностью и культурой, представляя собой жизнь в игровом облике и занимая место на границе условного искусства и реальной действительности [Бахтин, 2021].

Таким образом, анализируя концепции праздника исследователей XIX–XX веков, можно сделать вывод о том, что взгляды на культуру празднования и истоки этого явления менялись по мере трансформации общества и испытывали воздействие социально-политической мысли.

Процесс трансформации праздника под воздействием современных тенденций привлекает внимание исследователей. Д. К. Стожко и К. П. Стожко при изучении трансформации мотивации участия людей в праздниках выявили снижение удовлетворенности вследствие «трансформации всей системы ценностных ориентаций наших сограждан, происходящую в условиях растущей социокультурной, геополитической и макроэкономической турбулентности» [Стожко Д., Стожко К., 2023, с. 148]. В качестве доминирующего тренда обозначается «формализация, выхолащивание из его содержания традиционных смыслов и ценностей, утрата им

своей подлинной культурно-исторической идентичности» [Стожко Д., Стожко К., 2023, с. 148].

Вместе с тем праздник является сложным социальным институтом. Для того чтобы проанализировать особенности восприятия праздника современной молодежью, мы воспользовались классификацией Д. А. Жаркова, который выделяет следующие функции:

- интегративную,
- воспитательную (идеологическую),
- рекреативную,
- коммуникативную [Культурно-досуговая деятельность, 1998].

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ВОСПРИЯТИЯ ПРАЗДНИЧНЫХ СОБЫТИЙ

Интегративная функция праздника раскрывается в полной мере в процессе сплачивания социальных групп, побуждая людей объединяться и ощущать свою причастность к той или иной социальной группе. Как правило, единение с ней прослеживается в ходе массовых мероприятий: городские концерты, праздничные демонстрации, шествия и т. д. По результатам опроса большинство респондентов предпочитают проводить мероприятия в парках и скверах (39 %) и в местах скопления населения (36 %)¹.

При этом на вопрос: «Каким должно быть мероприятие, посвященное праздничной или памятной дате, чтобы Вам было интересно стать его участником или зрителем?», 47 % отметили интересное содержание мероприятия, 32 % заинтересовало участие известных артистов и знаменитостей, 29 % интересен розыгрыш призов, также 29 % привлекает оформление места проведения праздника, участие друзей и знакомых, а также массовость мероприятия привлекают по 27 %, угощения интересуют 24 %, а интерактивные программы – 17 % респондентов².

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что для молодежи крайне важно ощущать сплоченность, единение и принадлежность к празднику и его смыслам.

Воспитательная (идеологическая) функция праздника заключается во внедрении в сознание масс определенной идеи, и чем она сильнее, тем более яркие чувства и настроения испытывают индивиды, формируя у себя психоэмоциональный паттерн праздника. При этом праздник

ориентирован на трансляцию ценностей из поколения в поколение, где главную роль играет семья, что подтверждают данные опроса. На вопрос «Как Вам кажется, важно ли передавать традиции празднования знаменательных событий и памятных дат следующим поколениям?» из 100 % респондентов 69 % отметили важность передачи, 22 % – не видят важности, 9 % затруднились ответить. Опрос показал, что семья – главный институт сохранения традиций и празднования памятных дат – 55 %, 20 % опрошенных возлагают ответственность на образовательные организации, 19 % – на органы государственной власти, 6 % предпочли сформулировать свой вариант ответа³.

Для 64 % респондентов праздничными чувствами и эмоциями являются «ощущения семейной атмосферы и уюта» и помогает почувствовать атмосферу праздника⁴. Значимость семьи подтверждается и желательным форматом празднования: 74 % опрошенных молодых людей предпочитают отмечать праздники в кругу семьи и друзей. При этом с Днем семьи, любви и верности своих близких поздравляют только 25 %. Это объясняется относительной новизной данной праздничной традиции, он был официально установлен 8 июля 2022 года⁵. Среди молодежи под влиянием европейской традиции на постсоветском пространстве был популярен День святого Валентина, в качестве национальной праздничной альтернативы был введен праздник День семь, любви и верности.

У респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответа, на вопрос: «С какими праздниками вы поздравляете близких и друзей?» По данным Центра социологических исследований «14–35», самым любимым традиционным праздником является Новый Год 84 %, 70 % отмечают Международный женский день, 65 % – День защитника Отечества, 58 % – День Победы.

В данном контексте необходимо отметить значимость такого феномена, как национальный праздник, способствующего консолидации людей на основе их принадлежности к определенному социуму. Участие в национальном празднике фактически становится частью гражданских обязанностей, превращаясь иногда в долг перед коллективом. Участвуя в празднике, личность проявляет свою приверженность, верность, готовность защищать идеалы и, главное, связь с празднующей общностью и солидарность с ней. Следует отметить среди молодежи наличие социальных ожиданий

³Там же.

⁴Там же.

⁵Указ Президента РФ. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47966>

¹Какой сегодня праздник. Центр социологических исследований «14–35». URL: <https://guu.ru/university/csr/?ysclid=lye5ujlg7i507672707>

²Там же.

поддержки государством национальных праздников. На вопрос: «Празднование каких событий, памятных дат необходимо усиливать с помощью государства и / или общественных инициатив?» респонденты могли выбрать любое количество ответов. 55 % выбрали День Победы, праздник, который является символом национальной гордости и патриотизма. 37 % отметили День России, 35 % – День защитников Отечества, 32 % – День героев Отечества, 29 % – Праздник Весны и Труда, 26 % – День космонавтики, 25 % – День воссоединения Крыма с Россией, 24 % – День народного единства, 20 % – День Государственного флага РФ, 18 % – День Конституции РФ¹. Результаты опроса показывают сформировавшийся социальный заказ на сохранение и поддержание национально-государственных традиций посредством праздничной культуры.

Благодаря детализации выборки респондентов (школьники, студенты, работающие, пенсионеры), мы можем проследить отношения к государственным праздникам различных категорий населения. Примечательно, что в пятерку любимых праздников школьников и студентов не вошли День молодежи, День России, религиозные и профессиональные праздники, а также День народного единства, День флага и День волонтера. Это можно объяснить тем, что молодежь не наделяет эти праздники значимым для них смыслом.

В качестве одной из ключевых особенностей воспитательного потенциала праздника выступает возможность адаптации внешних требований общества к области досуга под внутренние потребности молодого поколения. Как отмечают исследователи, праздник необходим молодому человеку «для развития и выстраивания отношения к жизни, к людям, к осмыслению своего места в обществе» [Опарина, Левина, Кайтанджян, 2018, с. 178].

Рекреативная функция праздника проявляется в обеспечении индивидов досугом, отдыхом и восстановлением психофизических ресурсов. Чтобы выяснить ее актуальность был предложен вопрос: «Что в первую очередь привлекает Вас в праздничных днях?» Респонденты могли выбрать до 3-х вариантов ответа из предложенных либо сформулировать свой вариант. Ответ «Выходные дни» выбрали 68 % опрошенных, «Традиции и обычаи, связанные с праздником» – 59 %, «Культурные мероприятия, акции, массовые гуляния» – 42 %, «Чувство единения со всем российским народом» – 30 %, «Просветительские мероприятия» – 12 %, «Интересная программа по ТВ» – 9 %, 3 % затруднились ответить и еще 3 % предложили

свой вариант (наиболее частыми ответами были: праздничный стол, вкусная еда, встречи с семьей, подарки, сама атмосфера)². Исходя из результатов онлайн-опроса, потребность в рекреации у молодежи явно прослеживается, так как большинство респондентов видят ценность праздника в отдыхе и культурно-массовых мероприятиях. Большая часть молодых людей видит в празднике «антитезу будничной деятельности», ассоциируя его с развлечением и отдыхом [Бердик, Стыценко, 2024].

Исходя из результатов опроса, можно сделать вывод о постепенном обесценивании сакрального характера праздника через извлечение его смыслов из онтологического контекста. О сохранении воспитательной (идеологической) функции праздника говорит тот факт, что 30 % видят его ценность в традициях и чувстве единения с народом.

В этом ключе особый интерес представляют мотивы, побуждающие молодежь принимать участие в праздниках. Исследование, проведенное Уральским государственным аграрным университетом в 2022 году, направленное на установление мотивов участия представителей различных возрастных категорий в празднованиях, наглядно демонстрирует видоизменение культуры праздника и мотивацию к участию по мере становления личности [Стожко Д., Стожко К., 2023]. Результаты опроса показывают, что для молодежи (представителей возрастной группы до 35 лет) важна зрелищность, массовость и развлекательность, что также коррелирует и с нашим исследованием.

Анализируя коммуникативную функцию праздника, следует отметить, что праздники могут вызывать не только энтузиазм, но и скептицизм, что по мнению, Д. Б. Бурменской, обусловлено разочарованием в суетности праздничных мероприятий [Бурменская, 2010]. Вероятно, проблема отсутствия заинтересованности в праздничных мероприятиях вызвана трансформацией некоторых государственных праздников (Новый год, Международный женский день, День защитника Отечества), в процессе которой произошла постепенная замена ценностно-идеологического компонента на потребительский. Это провоцирует постпраздничное опустошение, разочарование и вопрос: «Зачем?» Таким образом, определенное количество государственных праздников не способствуют духовному росту и не приобщают социум к национальной культуре, но при этом закрывают потребность людей в рекреации [Бурменская, 2010].

Примечательно, что данное явление характерно не только для современной действительности. С точки зрения французского философа

¹Центр социологических исследований «14-35». Режим доступа: <https://guu.ru/university/csr/?ysclid=lye5ujlg7i507672707>

²Там же.

П. Ж. Прудона, «потребность в празднике может уменьшаться с охлаждением идеологии, и одновременно усилением рационализма и прагматизма», что вполне дополняет изложенный выше тезис [прив. по: Жигульский, 1985, с. 178]. Результаты проведенного исследования продемонстрировали устойчивый интерес к праздникам, только 2 % от всех опрошенных заявили, что не любят и не отмечают праздники. Среди вероятных причин негативного восприятия праздника было непонимание смысла и отсутствие ценности для респондента, при этом 60 % из них не смогли определить мотивы своего отношения («не люблю праздники в целом» и «затрудняюсь ответить») [там же].

Около трети респондентов готовы изменить свое отношение к праздникам, если будет увеличено количество выходных дней, что еще раз подтверждает упомянутый ранее тезис о десакрализации праздника как явления и выдвигания на первый план потребности в отдыхе. Потребность в смыслах и традициях прослеживается у 35 % опрошенных, что подтверждает тезис об эволюции содержания государственных праздников в восприятии молодежи. 66 % хотят принять участие в качестве волонтера на праздничных мероприятиях. За участие респонденты хотели бы получить слова благодарности и сувениры с символикой мероприятия.

На восприятие праздника молодежью влияет принадлежность к городской или сельской среде. Опрос показал, что подход к празднованию сельской молодежи отличается от праздничных традиций городской молодежи. Сельская молодежь в большей степени принимает активное участие в мероприятиях, посвященных праздникам (волонтер, артист, организатор, спикер), в то время как городская молодежь предпочитает больше созерцать и принимать участие в качестве зрителя, нежели быть волонтером или активным участником. Также сельская и городская молодежь выбирают разные места для проведения праздничных мероприятий. В городе молодые люди предпочитают праздничную коммуникацию в парках и скверах, в образовательной организации, а сельская молодежь – на центральных площадях населенного пункта, в домах культуры, музеях. Опрос выявил среди сельских и городских представителей молодежи устойчивое желание участвовать в волонтерской деятельности.

Отличается и представление об ответственности за организацию праздников городской и сельской молодежи. Сельская молодежь в большей степени ожидает проведение культурно-массовых мероприятий от органов государственной власти (22 %) или общественных организаций (19 %), тогда как городская молодежь в больше

степени надеется на учреждения культуры (27 %) и образовательные организации (23 %). Вероятно, такая градация связана с отсутствием достаточного количества образовательных и культурных учреждений в сельской местности. Половина сельских (50 %) и большинство городских (62 %) респондентов по-прежнему считают ответственными за праздники свои семьи, что говорит об исключительной роли данного социального института в процессе социализации и передачи ценностей.

Можно сделать вывод и о том, что масштабы празднований изменяются, от центра к периферии. Вероятно, при этом трансформируется не только масштаб, но и содержание, которое утрачивает свой первоначальный смысл по мере удаления от центра к окраинам, что может провоцировать неоднозначную их трактовку и понимание. Очевидно, что праздник в крупном городе или региональном центре имеет отличия от праздника в российском селе, что непременно влияет на его роль, функции и, как следствие, на социальное предназначение.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, социологический анализ демонстрирует особенности восприятия праздничных событий в молодежной среде. Огромное влияние на них оказывает социокультурная трансформация современного общества. Праздник как феномен играет огромную роль в становлении межпоколенной трансляции ценностей и формировании национальной идентичности. Онлайн-опрос показал также различие в восприятии отдельных аспектов праздника городской и сельской молодежи.

Социологический анализ демонстрирует, что молодежь испытывает потребность, в первую очередь, в рекреативной и интегративной функции праздника. Огромную роль играет институт семьи, с которым респонденты связывают сохранение и трансляцию праздничных традиций, а также переживание времени, проведенного с семьей, как ценности. Публичные празднования остаются важными для идентификации с определенной социальной группой.

Данные Центра социологический исследований «14–35» показывают, что праздник как традиционный институт в восприятии молодежи видоизменяется, адаптируясь к современности и ее требованиям. Вместе с тем социальные ожидания молодых людей направлены на усиления государственной поддержки национальных праздников, которые обладают мощным ресурсом формирования национальной идентичности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Елишев С. О. Молодежная проблематика и подходы к определению понятия «Молодежь» в социологии // Вестник Московского университета. Сер.18. Социология и политология. 2017. № 3. 200–223.
2. Загребин В. В. Подходы к определению категории «молодежь» // Концепт. 2014. № 2. С. 26–30.
3. Тезаурусы и проблемы культуры: III Академические чтения памяти Владимира Андреевича Лукова : доклады и материалы Общероссийской (национальной) научной конференции (с международным участием), Москва, 4 апреля 2019 г. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета, 2019.
4. Бундин Ю.И. Праздник в механизме трансляции цивилизационных констант // Культурологический журнал. Электронное издание. 2017. № 1.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prazdnik-v-mehanizme-translyatsii-tsivilizatsionnyh-konstant/viewer>
5. Литвинцева Г. П., Петров С. П. Теоретические основы взаимодействия цифровой трансформации и качества жизни населения // Журнал экономической теории. 2019. Т. 16. № 3. С. 414–427.
6. Потенба А. А. Символы и мифы. Избранные работы. М.: Юрайт, 2023.
7. Рябков В. М. Масленица в историографии социально-культурной деятельности // Этническая культура. 2020. № 2 (3). С. 42–51.
8. Веселовский А. Н. Историческая поэтика. М.: Высшая школа, 1989.
9. Пиотровский А. Театр. Кино. Жизнь. Л.: Искусство, 1969.
10. Лаврикова И. Н. Краткий экскурс в теорию праздника // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. 2011. № 2 (217). С. 74–78.
11. Фрэзер Дж. Золотая ветвь. Исследования магии и религии / пер. с англ. М.: Азбука, 2022.
12. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М.: Азбука, 2021.
13. Стожко Д. К., Стожко К. П. Культура праздника в современных условиях: основные векторы развития // Концепт: философия, религия, культура. 2023. № 7 (2) С. 138–150.
14. Культурно-досуговая деятельность: учебник / под научной ред. академика РАН А. Д. Жаркова и профессора В. М. Чижикова. М.: Московский государственный университет культуры, 1998.
15. Опарина Н. А., Левина И. Д., Кайтанджян М. Г. Воспитательное значение семейных праздников // Проблемы современного образования. 2018. № 4. С. 172–180.
16. Бердник Т. О., Стыченко А. Праздник как эффективный фактор общественной эволюции // Научный альманах стран Причерноморья. 2024. № 10. С. 14–18.
17. Бурменская Д. Б. Философский анализ социальной сущности праздника // В мире научных открытий. 2010. № 4 (5). С. 48–50.
18. Жигульский К. Праздник и культура. М.: Прогресс, 1985.

REFERENCES

1. Elishev, S. O. (2017). Youth issues and approaches to the definition of the concept of "Youth" in sociology. Bulletin of Moscow State University. Ser. 18. Sociology and Political Science, 3, 200–223. (In Russ.)
2. Zagrebina, V. V. (2014). Approaches to "Youth" Category Definition. Concept, 2, 26–30. (In Russ.)
3. Thesauruses and problems of culture (2019): III Academic readings in memory of Vladimir Andreevich Lukov: reports and materials of the All-Russian (national) Scientific Conference (with international participation), held at the Moscow, April 4, 2019. Moscow: Publishing House of Moscow Humanitarian University. (In Russ.)
4. Bundin, Yu. I. (2017). Holiday in the mechanism of translation of civilizational constants. Culturological journal. Electronic edition, 1. <https://cyberleninka.ru/article/n/prazdnik-v-mehanizme-translyatsii-tsivilizatsionnyh-konstant/viewer>
5. Litvintseva, G. P., Petrov, S. P. (2019). Theoretical foundations of interaction between digital transformation and the quality of life of the population. Journal of Economic Theory, 16(3), 414–427. (In Russ.)
6. Potebnya, A. A. (2023). Simvol i mify. Izbrannye raboty = Symbols and myths. Selected works. Moscow: Yurait Publishing House. (In Russ.)
7. Ryabkov, V. M. (2020). Maslenitsa in the historiography of socio-cultural activities. Ethnic culture, 2(3), 42–51. (In Russ.)
8. Veselovsky, A. N. (1989). Istoricheskaya poetika = Historical poetics. Moscow: Higher School. (In Russ.)
9. Piotrovsky, A. (1969). Teatr. Kino. Zhizn' = Theater. Movie. Life. Leningrad: Art. (In Russ.)
10. Lavrikova, I. N. (2011). A brief excursion into the theory of the holiday. Bulletin of Chelyabinsk State University. Philosophy. Sociology. Cultural studies, 20, 74–78. (In Russ.)
11. Fraser, J. (2022). The Golden bough. Studies of magic and religion. Translated from English. Moscow: ABC. (In Russ.)

12. Bakhtin, M. M. (2021). *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaja kul'tura Srednevekov'ja i Renessansa* = The work of Francois Rabelais and folk culture of the Middle Ages and Renaissance. Moscow: ABC. (In Russ.)
13. Stozhko, D. K., Stozhko, K. P. (2023). Holiday culture in modern conditions: the main vectors of development. *Concept: philosophy, religion, culture*, 7(2), 138–150. (In Russ.)
14. Zharkova, A. D., Chizhikova, V. M. (Eds.) (1998). *Kul'turno-dosugovaja dejatel'nost': uchebnik* = Cultural and leisure activities: textbook (1998). Moscow: Moskovskij gosudarstvennyj universitet kul'tury. (In Russ.)
15. Oparina, N. A., Levina, I. D., Kaitanjyan, M. G. (2018). Educational significance of family holidays. *Problems of modern education*, 4, 172–180. (In Russ.)
16. Berdnik, T. O., Stytsenko, A. (2024). Holiday as an effective factor of social evolution. *Scientific almanac of the Black Sea region countries*, 10, 14–18. (In Russ.)
17. Burmenskaya, D. B. (2010). Philosophical analysis of the social essence of the holiday. *In the world of science. Discoveries*, 4(5), 48–50. (In Russ.)
18. Zhigul'sky, K. (1985). *Prazdnik i kul'tura* = Holiday and culture. Moscow: Progress. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Гончарова Ирина Валентиновна

доктор исторических наук, доцент
ведущий научный сотрудник НИИ государственной политики и управления отраслевой экономики
Государственный университет управления

Пушкарева Наталья Николаевна

кандидат социологических наук
директор Центра социологических исследований «14–35»
Государственный университет управления

Гуров Григорий Александрович

кандидат экономических наук
доцент кафедры Государственного муниципального управления
Государственный университет управления

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Goncharova Irina Valentinovna

Doctor of History (Dr. habil.), Associate Professor
Leading Researcher at the Research Institute of Public Policy and Management of Sectoral Economics
State University of Management

Pushkareva Natalia Nikolaevna

PhD (Sociology)
Director of the Center for Sociological Research «14-35»
State University of Management

Gurov Grigory Alexandrovich

PhD (Economic Sciences)
Associate Professor of the Department of Public Municipal Management
State University of Management

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

23.07.2024
04.08.2024
06.08.2024

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication