

11. Ченцов В. Політичні репресії в Радянській Україні в 20-ті рр. – К., 2000.
12. Ісаков П. Повстанський антикомуністичний рух на Лівобережній Україні (1919-1921) // Молода нація. – 2000. – № 1. – С.62-73.
13. Кульчицький С. Запровадження нової економічної політики (до 80-річчя) // Історія України. – 2001. – № 13. – С.4.
14. Боротьба зі злочинністю в Українській РСР. Сб. Документів і матеріалів. – К., 1966. – Т.1. – С.221-222.
15. Протибольшевицькі повстання на Україні в 1921 р. // Літопис Червоної калини. – 1932. – № 6. – С.19-22.
16. Центральний державний архів вищих органів влади і управління України (ЦДАВОУ).
17. Центральний державний архів громадських організацій України (ЦДАГОУ).

*Кобилянський Є.Є.,
Національний університет харчових технологій*

МАСОВА КУЛЬТУРА І УКРАЇНА: ДО МЕТОДОЛОГІЇ ПИТАННЯ

Найвизначнішим культурним феноменом ХХ – початку ХХІ ст. стала масова культура. Проте в українській науковій думці сучасності єдиної точки зору на природу цього соціокультурного явища й досі немає. Тому головною метою даної статті є питання про методологічні засади вивчення проблем щодо сутності, виникнення та функціонування масової культури, а також її значення для української культури, як складової частини державотворчого процесу в сучасних умовах.

У сучасній літературі існує декілька визначень категорії “масова культура”. Їх спільною рисою є визнання факту, що масова культура – це специфічна риса ХХ ст., яка поширилася в соціокультурному житті завдяки швидким темпам розвитку засобів масової комунікації. З цим важко не погодитися, але ця теза заперечує той факт, що будь-яких витоків для проявів масової культури до ХХ ст. не існувало.

Дослідження розвитку античної культури свідчить про те, що зародки масової культури існували вже у давньогрецькому суспільстві, – античний театр, філософські та риторські диспути, олімпійський рух тощо – свідчили про розповсюдження масових видовищ в античну добу, культура якої пройнята агонією, змаганнями, а, значить, й поширенням інтересів до її різних форм широких верств давньогрецького суспільства. Широкого розмаху набула масова культура й в Стародавньому Римі, особливо у період імперії. Адже основне гасло давньоримських громадян “Хліба й видовищ!” яскраво свідчить про історичні та соціально-економічні витoki масової культури в цей період [1].

Подальший розвиток історії, особливо європейської, також дає нам матеріал для вивчення масової культури середньовіччя, доби ренесансу, бароко, просвітництва. В кожний з цих періодів з більшою чи меншою інтенсивністю тривав процес зародження й становлення тієї чи іншої масової культури, що несла на собі відбиток “культурного обличчя” кожного із зазначених періодів, хоча в цілому вона носила прошарковий характер – аристократична, церковна, монастирська, ремісничо-бюргерська [2].

XIX століття також є логічним кроком у процесі становлення масової культури: виставки, салони, театр тощо розширяли коло її можливостей й знаходили масового глядача. Газети, журнали, альманахи, поштові картки стають більш тиражованими, а значить й більш доступними.

Проте масова культура вищекреслених епох носила більш фундаментальний характер, це була здебільшого культура елітарна (аристократичного прошарку суспільства), а також народна культура (селянська або міська побутова). Сучасна масова культура має яскраво окреслені характерні ознаки, які були відсутні в масових культурах до середини XX ст., а саме: стандартизація та широке тиражування її творів, комерційність, реклама, видовищність, максимальна спрощеність (інколи доведена до пошлості). Вона оперує граничною простотою, відпрацьованою попередніми культурами технікою. Вона традиційна і консервативна, зорієнтована на “середнього” або посереднього споживача, на просту прагматику, тому що звернена до широкої читацької, глядацької та слухацької аудиторії [3]. В цьому відношенні масова культура деякою мірою екстремальна й доволі гнучка до соціальних споживчих потреб. У прямому розумінні – це культура, що знаходить попит в основній масі населення безвідносно приналежності до тієї чи іншої держави, вікових чи інших відмінностей. Незважаючи на регіональні або національні особливості, масова культура є космополітичною. Значною мірою вона є всестановою.

Своїм виникненням та бурхливим розвитком масова культура завдячує сучасній цивілізації. З переходом людства після II світової війни від індустріальної до постіндустріальної ери значно поширився розвиток і вплив засобів масової комунікації, інформаційних технологій, суттєво підвищився рівень освіченості населення багатьох країн. Тим самим створювалися нові можливості поширення культури в суспільстві, донесення її надбань до кожного індивіда. Масова культура зайняла місце між культурою елітарною (верхівка суспільства, найбільш освічені верстви) та народною, укоріненою переважно серед сільського населення. Вона приваблює, насамперед, так звані маргінальні верстви – людей, вилучених цивілізацією з їх традиційного оточення, культурного ґрунту. Це – жителі села, що опинилися у місті, емігранти, які змушені змінити спосіб життя через втрату роботи, кваліфікації та перебувають в пошуках нових світоглядних та духовних орієнтирів [4].

Масова культура – продукт демократичного суспільства. Антична демократія народила відповідний тип масової культури. Європейський поліс, зокрема міська культура, відособлена від народних селянських традицій, мешканці яких ставали менш

релігійними, а пізніше й нерелігійними, сприяли культивуванню безособистої людини на- товпу, яка проголосила демократію ідеалом соціальної справедливості. Тому сучасна масова культура виникла в ХХ ст. не тільки завдяки розвитку техніки, що призвів до такої численної кількості джерел інформації, а завдяки розвитку й зміцненню полі- тичних демократій [5]. Не дивно тому, що найбільш розвиненою є масова культура у найбільш розвиненому демократичному суспільстві, в США – батьківщині сучасної масової культури. Тут виникли шоу–бізнес, бестселер, Голівуд, Діснейленд та чис- ленні інші феномени маскультури, що сьогодні заповнили увесь світ [6]. У свідомос- ті багатьох європейців Америка – країна суцільного маскульту, бездуховності і праг- матизму. Певна рація в цьому є, але це не зовсім так. Історичні та культурні умови Сполучених Штатів дійсно сприяли розвитку, насамперед, масової культури, адже су- спільство складалося тут як безнаціональне з численних емігрантів–маргіналів. У США не існувало традицій народної культури, не склався повноцінний фольклор. Американські діти дійсно краще знають Мікі–Мауса, ніж казки Г.–Х.Андерсена та братів Грімм, однак той же Уолт Дісней своїми геніальними фільмами зробив Білос- ніжку і Снігову Королеву популярними й улюбленими дітей, і не тільки дітей, всього світу [7].

Проте важливим є й протилежне: в тоталітарних суспільствах, не зважаючи на їх колективістський характер, масова культура практично є відсутньою, так як відсутнім є розподіл культури на масову й елітарну. Декларована як масова (в розумінні народ- на), культура такого суспільства є елітарною, оскільки її створює творча, наукова та інша еліта на замовлення політичної верхівки (достатньо згадати про соцреалізм). Наприклад, в СРСР вся культура проголошувалася “народною”; навіть національні культури визнавалися “радянськими за змістом”, особливо після проголошення пос- тулату про створення нового типу спільності “радянський народ”. В такій культурі, особливо художній, мало уваги приділяється особистим почуттям та індивідуальним інтересам, здебільшого йдеться про колектив і державу. Зокрема, більшість творів со- ціалістичного реалізму, що виходили в СРСР масовими тиражами, не користувалися справжнім попитом, навпаки, великий ажіотаж викликала поява окремих продуктів західної масової культури (фільми “Тарзан”, “Анжеліка”, мультфільми У. Діснея, де- тективи Агати Крісті, платівки західних співаків та поп–груп), які доходили до радян- ського споживача культури із запізненням у 10–15 років [8]. Цьому сприяла нівелюю- ча культурна політика тоталітарної держави, яка автоматично стандартизувала “сере- днього”, а точніше усередненого чи посереднього споживача культури. Влада нетвор- чої меншості, що нездатна піднятися над світом буденності, над меншістю справжніх особистостей, народжує анти-елітарний менталітет, який руйнує найважливішу для продуктивного розвитку інтелектуальний суспільний прошарок, іноді перериваючи віковий процес формування еліти [9], як це не один раз відбувалося в Україні.

Отже, масова культура – це своєрідний феномен соціальної диференціації сучас- ної культури. Хоча функціональні та формальні аналоги масової культури зустріча-

ються в історії, починаючи з найдавніших цивілізацій, справжня масова культура зароджується лише у Новий час в ході процесів індустріалізації та урбанізації, трансформації прошаркових суспільств в національні, зростання рівня освіти, деградації багатьох форм традиційної побутової культури доіндустріального типу, розвитку технічних засобів тиражування і трансляції інформації тощо. В постіндустріальну епоху вона стає відверто інфантильним “ерзац–продуктом” спеціалізованих галузей культури і являє собою “специфічний ембріональний прояв визріваючої пересічної культури нового типу, яка акумулює соціальний досвід життєдіяльності на індустріальному та постіндустріальному етапах соціальної еволюції, зрозуміло, яка ще не пройшла процесу історичної селекції, аксіологізації найбільш ефективних і відбракування соціально неприйнятних рис і форм” [10].

Головною рисою сучасної масової культури є її комерційний характер. У ринковому суспільстві ця культура, розрахована на основну масу населення, обов’язково виступає в ролі продукту, споживання якого повинно приносити прибуток. Для вивчення попиту на цей продукт сучасна західна цивілізація вже давно використовує могутній потенціал наук про людину – соціологію, психологію, менеджмент, політологію, культурологію тощо. Одночасно не лише вивчаються, а й формуються культурні потреби і бажання мас. Сьогодні існує досить розгалужена система індустрії масової культури, яка включає в себе такі основні напрями:

- індустрія “субкультури дитинства” (дитяча література, мистецтво, поточне виробництво іграшок та ігор, останнім часом переважно комп’ютерних, дитячі клуби і табори, воєнізовані та інші організації, технології індивідуального та колективного виховання);

- масова загальноосвітня школа, яка з процесом прилучення молоді до наукових знань стандартизує на основі типових програм цінності свого народу, держави, уявлення про природу і світ (в Україні з’являються комерційні заклади освіти, проте якість навчання й виховного процесу в них мало чим відрізняються від державних);

- засоби масової інформації, ЗМІ (практично усі приватні канали телебачення і радіо, газети і журнали існують за рахунок реклами споживчих товарів і послуг; як правило, інформація подається у формі, що відповідає інтересам ангажуючого дані ЗМІ “замовника”, тобто формуючи громадську думку в інтересах даного “замовника”; в останній час в Україні з такою рекламою пов’язані так звані піарівські рекламні технології); українські ЗМІ ще не навчилися дозувати, або структурувати рекламу, – інколи вона своїми обсягами та змістом, особливо на телебаченні, яке повністю контролюється державою, роздратовує споживача, і він переключається на інші канали здобуття інформації;

- система організації та широкого стимулювання масового попиту на продукцію (реклама на вулицях, у транспорті, індустрія моди, секс–індустрія тощо), поширення стандартів престижних інтересів, професій, образу і стилю життя, імітуюча в масових й доступних за ціною моделях “елітних” зразків, керуючих попитом рядового спожи-

вача на предмети споживання та моделі поведінки, що перетворює процес безупинного споживання різних соціальних благ у самоціль існування. “Середній” українець є мало зацікавленим у такій рекламі через низький матеріальний рівень життя;

- індустрія здоров'я, формування іміджу здорового способу життя (протягом 10 – 15 останніх років Мінздрав України на упаковках тютюнових виробів попереджує: “паління шкідливе для вашого здоров'я”, проте з величезних щитів на вулицях міст молоді здорові люди рекламують тютюнові вироби; таким же чином рекламуються й алкогольні вироби. Різниця лише в тім, що реклама тютюнових виробів офіційно заборонена на українському телебаченні. Не дивно, що українська молодь з малих років прилучається до тютюну й алкогольних напоїв);

- індустрія дозвілля, що включає в себе туризм, книговидання, популярну музику, кіно-вистави, спортивні змагання тощо. Цей напрямок маскульту в Україні є найпоширенішим, найтиражованішим, він виробляється “з доставкою до дому” за допомогою преси, теле-, радіо- та електронних ЗМІ і спрямовані здебільшого на адаптованого до невишуканих інтелектуальних та естетичних вимог масового споживача. Проте заморські подорожі, відпочинок на елітних курортах, концерти та вистави по білетах за європейськими цінами також для більшості українців залишаються недоступними, не кажучи вже про те, що науковець чи викладач далеко не завжди може дозволити собі придбати необхідне для нього видання;

масова соціальна міфологія [11]; цікаво спостерігати за розвитком цього напряму останнім часом в Україні: виходять численні матеріали про життя кумирів, поширюються міфи, псевдонаукові вчення, де складні або недостатньо досліджені проблеми зводяться до простих пояснень, типу: вплив прибульців з космосу, зірок, знаків зодіаку, передбачення Нострадамуса [12]. Хто він, кумир нашого часу? – “Останній герой” чи переможець гри “Слабка ланка”, чи її ведуча, або це термінатор чи “молодий орел” та його “орлята”? Питання, що потребує окремого наукового дослідження.

Важко та й не варто перераховувати всі напрями індустрії масової культури, бо її продуктів безліч [13]. Який же він – продукт сучасної масової культури?

По-перше, він подається як якісний. Якщо це роман або художній фільм, тут важливим є цікавий сюжет, інтрига, красиві герої, бурхливі почуття. Обов'язково при цьому треба дотримуватися чіткості жанру у розрахунку на певну категорію споживачів: для жінок “бальзаківського” віку – мелодрама, для чоловіків – бойовик, для домогосподарок – “мильна опера” (вихід на екрани Заходу перших телесеріалів у 60-х супроводжувала реклама мила та пральних порошків). Хочеш розважатися – комедія, хочеш скинути напруження і стрес трудового дня – трилер, для інтелектуалів – детектив і кросворд.

По-друге, твір масової культури повинен бути зрозумілим. Надмірна філософія та модерністські прийоми не сприймаються масою, тому у більшому попиті є традиційний реалізм (фантастика – жанр обраних його прихильників, хоча останнім часом він все більше приваблює молодь). Зокрема, в живопису серед масового загалу розпо-

всюджуються хрестоматійні твори реалістів XIX ст. та їх послідовників. Масова культура унікальна тим, що вона добре навчилася маніпулювати людськими інстинктами, доцивілізаційними реакціями та імпульсами, серед яких – ерос, страх, агресивність. Все це є, безумовно, і у великих класиків, але не в такій примітивній формі, як це тиражується в сотнях сучасних романів та серіалів.

Характерною рисою масовості підчас стає вульгарність – банальні істини, примітивні почуття та ідеї, красиво упаковані та розраховані на невибагливий смак. Квінтенцією масової культури, її найбільш одіозним, пародійним виразом є так званий кітч (*від нім.* – несмак). У 60 – 80-ті цим терміном позначали популярну художню продукцію, що відповідала міщанським смакам, була символом бездуховності. Зокрема, матрешки, керамічні фігурки котів або слоників, картини з русалками. Сьогодні кітч став вишуканішим, стилізованішим і водночас агресивнішим (найхарактерніший приклад – сучасна телевізійна реклама), він навіть претендує на один із стилів постмодерністського мистецтва [14].

Європейські інтелектуали вже не перший рік б'ють тривогу з приводу експансії американської масової культури [15]. Йдеться, проте, скоріше не про культуру взагалі, а про рівень її творів. У масовій культурі є чимало значних, навіть видатних творів, які необхідно пропагувати. Добре це чи погано, але на межі XXI ст. її кращі зразки дійовіше впливають на рівень культури суспільства, ніж твори геніїв.

Яким же є співвідношення між масовою і елітарною, фундаментальною культурою? В.П. Руднев підкреслює, що обидві культури – як “дві півкулі головного мозку”, кожна з яких здійснює принцип доповнення. “Масова культура як первинна, відтворює образ реальності, фундаментальна – виступає як вторинна, моделююча система. В цьому відношенні масова культура XX ст. була повною протилежністю елітарної культури в одному та її копією в іншому” [16]. Прикладів можна навести більш ніж достатньо. Так, знявши касовий фільм “Парк юрського періоду”, голівудський режисер С.Спілберг заощадив кошти на фундаментальну картину “Список Шиндлера”, що розповідає про трагедію голокосту. Успіх “Сибірського циркульника” М.Михалкова дає можливість відродити неприбуткове російське документальне кіно.

Отже, як ми бачимо, у багатьох країнах із добре розвинутою ринковою економікою, не зважаючи на панування масової культури, цілком успішно розвивається культура елітарна та народна, з яких й плекає свій сюжетний та тематичний матеріал перша. Масова культура, як і цивілізація, може нести потенційну небезпеку бездуховності, але під контролем суспільства та його еліти вона повинна трансформуватись у прообраз нової буденної культури людства XXI століття.

За останні роки сучасна масова культура охопила й Україну, ставши основним елементом загальної національної культури. Пропагується її доступність, поширюються художньо-естетичні та духовні цінності, замішані на “крутих” стандартах західної, особливо американської культури, а також із значною долею російськомовних творів (естрада, кінематограф, телебачення, видавнича справа). Все це відбувається в

Україні на фоні стагнації та занепаду інститутів виховання, освіти, з одного боку, а, з другого, – стрімкого зростання кола закладів дозвілля (дискотеки, нічні клуби, стрип-бари, казино тощо), малодоступних для пересічних громадян; проведення сумнівних щодо доцільності конкурсів на національному рівні, на які витрачаються численні кошти (“Золота фортуна”, “Прометей”, “Людина року”, конкурси красунь).

Проте Україна не має сьогодні високоефективної розвиненої ринкової економіки, і в цьому – головна причина того, що більшість її громадян залишаються поза межами культурних надбань сучасності. Крім того, для певних шарів населення стандарти масової культури стають невігідними для неї у порівнянні зі зразками високої культури минулого. І в попередні епохи існувала так звана низька культура, якій була притаманна певна тиражованість зразків, створення шаблонів їх сприйняття, тривіальне як естетичний ідеал, пріоритет розважальності й апеляція до низьких відчуттів та інстинктів. У сучасній українській масовій культурі всі ці риси виявляються як ніколи релігійно [17]. За якими критеріями визначають “людину року”? Адже це ніщо інше як цікава (не більше!) суміш з удаваної елітарності, коли роздають дорогі коньяки, всі одягнені в костюми від Кардена і звучить музичний супровід “попси”. Самі назви конкурсів говорять за себе, а саме за те, що це – престиж, ексклюзив розмитої повселюдно пошлості, “елітарного” кітчу. З екрану телевізорів звучать пошлі жарти української творчої “еліти” – “зірок” та ”зірочок” (“Золотий гусак”; жанр конферансу, точніше повну безжанровість, репрезентує Верка Сердючка), проголошуються пошлі номінації (“банкір року”!) тощо. Елементом масової культури стала й релігія: телевізійні проповіді, молитви в концертних залах, на стадіонах, створення альтернативних церковних сект – це ніщо інше як масово-пошле втручання в духовні почуття українців.

З точки зору елітарної, фундаментальної культури масова культура може бути примітивною, проте вона не може бути погано створеною; в своїй примітивності вона повинна бути досконалою – тільки в цьому випадку їй забезпечено комерційний успіх. Це – аксіома. Українська масова культура ще не є адаптованою до масового споживача саме через низькопробність, насиченість пошлих, вульгарних, заялжених її елементів, розрахованих лише на молодь, і формуючих відповідний попит на відповідну культуру. Іншою негативною стороною української масової культури є тенденція “вимивання” фінансових коштів: куплені премії, звання лауреатів, вчені звання не роблять її цікавою для широкого загалу, тим більше, що цей загал живе іншими, більш нагальними проблемами повсякденного буття.

Український народ завжди відрізнявся високим рівнем розвитку естетичного виховання, освіти як на рівні держави, так і на рівнях навчально-виховних закладів, сім’ї. Сьогодні в Україні не існує жодної комплексної програми розвитку естетичного виховання населення, особливо молоді. Соціологічні дослідження показують, що лише 8 % батьків задоволені естетичним вихованням своїх дітей, 24 % оцінюють його як низьке та незадовільне, решта – взагалі не можуть визначитися в цьому питанні, що свідчить про байдужість їх самих та їхніх дітей до естетичних цінностей. Натомість

мість, в США у 1988 р. 91 % батьків висловилися за важливість прилучення дітей до мистецтва з раннього віку, 72 % з них наполягали на тому, що музика, театр, живопис так само їм життєво необхідні, як і математика, фізика, рідна мова, історія [18].

В Україні у прикрому стані знаходяться бібліотеки, художні, музичні, спортивні школи, музейна справа (достатньо зауважити про незадовільний стан речей в Національному художньому музеї). Театри та концертні зали пропонують шоу, вистави, концерти здебільшого за участю виконавців з Росії, інколи творчу еліту з далекого зарубіжжя, ціни на квитки яких залишаються недоступними не тільки для пересічного громадянина, але й для людей естетично освічених, проте зголоднілих за якісним художнім продуктом. Кидаються в очі патронацтво високими посадовими особами, безграничне спонсорство та підтримка потужними комерційними структурами таких гастролерів і байдужість до власних виконавців. Гостро відчувається відсутність цілеспрямованої благодійності та меценатства українських митців.

З давніх-давен в Україні існувало підґрунтя для розвитку дійсно національної масової культури. Кобзарство, меценатство, система художньо–естетичного, фізичного виховання, заклади технічної та наукової творчості, література і видавнича справа, система освіти, інститут сім'ї – ті складові, повернувшись до яких можна було би і треба захищати та розвивати власну масову культуру у ХХІ ст. при умові наявності трьох чинників: перший – відродження мовного поля, при якому українська мова дійсно стане мовою мислення і вираження свого внутрішнього світу кожним громадянином України; другий – необхідність підтримки культуротворчих закладів з боку держави на основі цілісної комплексної програми розвитку сучасної культури в Україні, і третій – врахування урядом думок вчених з питань розвитку культури для створення такої програми.

Література

1. Куманецкий К. История культуры Древней Греции и Рима: В 2-х кн. – М., 1990.
2. Гараджа В.И. Секуляризация культуры и современность // Актуальные проблемы культуры ХХ века. – М., 1993. – С.21–25;.
3. Руднев В.П. Словарь культуры ХХ века. – М., 1997. – С.156.
4. Береговий С.І. Культура ХХ ст. (Визначний феномен. Художні течії та стилі). – К., 2001. – С.17–18.
5. Чернокозов А.И. История мировой культуры (Краткий курс). – Ростов-на-Дону, 1997. – С.160.
6. Кононенко Б.И. Культурология в терминах, понятиях, именах. – М., 1999. – С.572–575.
7. Береговий С.І. Указ. праця. – С.20.
8. Там же. – С. 19. Руднев В.П. Указ. соч. – С.156–157.
9. Чернокозов А.И. Указ. соч. – С.160.
10. Культурологи я. ХХ век. Энциклопедия в 2-х т. – С.-Пб., 1998. – Т. 2. – С.21–

22; Культурология в вопросах и ответах // Под ред. проф. Г.В.Грача. – М., 1999. – С.206–207

11. Там же.

12. Береговий С.І. Указ. праця. – С.18.

13. Культурология в вопросах и ответах. – С.206 – 207; Культурология. XX век. Энциклопедия. – Т. 2. – С. 21 – 22.

14. Руднев В.П. Указ. соч. – С.157.

15. Кононенко Б.И. Указ. соч. – С.574.

16. Руднев В.П. Указ. соч. – С.155–156.

17. Греченко В.А., Чорний І.В., Кушнерук В.А., Режко В.А. Історія світової та української культури. – К., 2000. – С.252.

18. Українська та зарубіжна культура: Навч. посіб. / За ред. проф. М.М.Заковича. – К., 2000. – С.69.

*Кучебо Т.М.,
Південноукраїнський державний педагогічний
університет імені К.Д.Ушинського*

СТАНОВЛЕННЯ РАДЯНСЬКОЇ ОБРЯДОВОСТІ: ДИСКУСІЇ СЕРЕДИНИ 20-х років

На початку 20-х років після остаточної перемоги у громадянській війні в більшовицької влади з'явилася реальна можливість перейти до безпосередньої роботи з побудови нового комуністичного суспільства. Однією із характерних рис формування нового побуту, що мав зіграти важливу роль у перевихованні людей на комуністичних засадах, була непримирима боротьба з традиційною релігійною обрядовістю. Більшовики вважали релігію з "її етичними принципами конкретних моральних заборон. перешкодою в насадженні нової етики" [7, 114]. Тому потрібно було знищити церкву, як "ідейного конкурента". Від партійців вимагали безперервної боротьби проти церкви і релігії. Д.Лебедь, другий секретар ЦК КП(б)У, вказував, що боротьба з обрядовістю декретами і заборонами була б дуже великою помилкою. Необхідно, наголошував він, проводити роботу, замінюючи старі церковні обряди новими, революційними, які виховували б нову психіку в масах: влаштовувати революційні обряди у особистому сімейному житті (шлюб, народження дитини, революційне ім'я для дитини і т. ін.) [4, 116]. Але якщо антирелігійна боротьба знайшла відображення в історичній літературі [2], то проблема становлення нової обрядовості, яку досліджували переважно етнографи, обійдена істориками [3]. Тому у даній розвідці зроблено спробу заповнити цю прогалину й розкрити полеміку навколо ролі й значення, суті й форми нових обрядів, що розгорілася в радянській пресі у 20-ті рр.

Формуванню радянської обрядовості надавалося великого значення в суспільно-