

STUDIA
ETHNOLOGICA

Experto crede Alberto

**Сборник статей к 70-летию
Альберта Кашфулловича
Байбурина**

Санкт-Петербург 2017

УДК 39
ББК 63.5
Э 41

Э 41 Experto crede Alberto : сборник статей к 70-летию Альберта Кашфулловича Байбурина — СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2017. — 464 с.; [20] с. ил. — (Studia Ethnologica; вып. 14).
ISBN 978-5-94380-238-6

Альберт Кашфуллович Байбурин — один из самых ярких и известных ученых-гуманитариев современной России. Его работы в области традиционной славянской культуры и фольклора давно стали классическими, а в последнее время не менее известны его исследования советской повседневности и истории паспортной системы. Этот сборник, изданный к 70-летию А. К. Байбурина и составленный из статей его учеников, дает представление не только о его таланте учителя, но и — разнообразием представленных тем — о широте его «педагогического диапазона». В сборник также вошли интервью с юбиляром, поздравления друзей и коллег и полный список трудов.

УДК 39
ББК 63.5

Редакторы-составители: А. Пиир, М. Пироговская

Фото на фронтисписе С. Разумовской

© Коллектив авторов, 2017
© Европейский университет
в Санкт-Петербурге, 2017

ISBN 978-5-94380-238-6

Содержание

Илья Утехин	
Инструмент осознания	7
Статьи	
Светлана Амосова	
Бытование и некоторые особенности восточнославянского варианта «Сказания о двенадцати пятницах»	10
Мария Ахметова	
«Эффекты вариативности» в употреблении названий жителей населенных пунктов	26
Дмитрий Баранов, Евгения Гуляева	
Об этнографическом описании пищи	46
Ольга Бойцова	
К семиотике детской одежды в СССР и постсоветской России: розовое и голубое	66
Юлия Бучатская	
Этнографические коллективы Берлина: взгляд из Кунсткамеры	85
Инна Веселова	
Любовные чары, или Магия на службе социально одобренных чувств.	124
Андрей Возьянов	
Беспристрастная наука и свободная импровизация, или Почему исследователи-музыканты редко исследуют музыку	135
Мария Гумерова	
«Мы никогда не видели еще такого»: создание клубов в 1920-х гг. глазами рабочих.	149
Евгения Захарова	
Игры чести: уличные ставки в пореформенном Тбилиси	163
Екатерина Капустина	
Больше, чем танец: лезгинка как социальное действие в постсоветской России	177
Александра Касаткина	
Садовый домик и его строитель в разговорах с садоводами начала XXI в.	195
Валерия Колосова	
Код природных стихий в славянской народной ботанике.	216
Жанна Кормина	
Православные ярмарки и религиозная модерность	229

- Усачева 2004 — Усачева В. В. Лихорадка // Славянские древности: этнолингвистический словарь: в 5 т. / под ред. Н. И. Толстого. М.: Международные отношения, 2004. С. 117–123.
- Уткин 1928 — Уткин Л. А. Заметки по народной медицине: представления и народные верования, связанные с растениями (в б. Томской и Алтайской губ.) // Сибирская живая старина. 1928. Вып. 7. С. 89–100.
- Чайкановић 1985 — Чайкановић В. Речник српских народних веровања о биљкама. Београд: Српска књижевна задруга, 1985.
- Шпис-Гулум 1995 — Шпис-Гулум М. Фитонимија југозападне Бачке (коровска флора) // Српски дијалектолошки зборник. 1995. Књ. 41. С. 397–490.
- Čižmárová 1994 — Čižmárová M. Ukrajinské názvy rastlín motivované pomenovaniami zvierat // Slavica Slovaca. 1994. Ročník 29, číslo 2. S. 127–137.
- Doroszkievicz 1992 — Doroszkievicz M. Antroponomy w rosyjskiej i polskiej botanicznej terminologii gwarowej // Slavica Wratislaviensia. 1992. T. 69, N 1296. S. 89–97. (Acta universitatis Wratislaviensis. Wrocław, 1992).
- Dostál 1964 — Dostál J. Zvířata v botanickém jmenosloví // Živa. 1964. N 1. S. 11–12.
- Fischer 2016 — Fischer A. Rośliny w wierzeniach i zwyczajach ludowych. Słownik Adama Fischera / red. M. Kujawska, Ł. Łuczaj, J. Sosnowska, P. Klepacki. Wrocław: Polskie Towarzystwo Ludoznawcze, 2016.
- Hladká 1997 — Hladká Z. Lidové názvy rostlin se zvířecím jménem v přívlastku // Sborník prací Filozofické fakulty brněnské univerzity. 1997. Ročník 46, A 45. S. 119–129.
- Hladká 2000 — Hladká Z. Přenesená pojmenování rostlin v českých dialektech. Brno: Masarykova univerzita, 2000.
- Lazar 1998 — Lazar B. Dobropoljska rastlinska imena // Slovensko naravoslovno-tehnično izrazje: zbornik referatov s posvetovanja o slovenskem naravoslovno-tehničnem izrazju / ur. M. Humar. Ljubljana: Založba ZRC, 1998. S. 199–207.
- Machek 1954 — Machek V. Česká a slovenská jména rostlin. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1954.
- Małocha 2005 — Małocha M. Народная ботаническая номенклатура, мотивированная анимализмами // Wyraz i zdanie w językach słowiańskich 5: Opis, konfrontacja, przekład / pod red. M. Sarnowskiego, W. Wysoczańskiego. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2005. S. 203–208.
- Militzer, Schütze 1952 — Militzer M., Schütze T. Die Farn- und Blütenpflanzen im Kreise Bautzen // Lětopis Instituta za serbski ludospyt. 1952. Číslo 1, I. džělba; 1953. Číslo 1, II. džělba. Nimorjadny zešiwk.
- Šulek 1879 — Šulek B. Jugoslavenski imenik bilja. Zagreb: Tiskom dioničke tiskare, 1879.
- Vajs 1979 — Vajs N. Zoomorfski elementi u nazivima biljaka // Rasprave zavoda za jezik Instituta za filologiju i folkloristiku. 1979. Knj. 4–5. S. 89–104.
- Vajs 1989 — Vajs N. Struktura fitonima onomasiološki motiviranih religijom i drugim srodnim sadržajima // Rasprave zavoda za jezik Instituta za filologiju i folkloristiku. Zagreb, 1989. Br. 15. S. 239–273.
- Waniakowa 2006 — Waniakowa J. Antroponimia w polskich gwarowych nazwach roślin // Munuscula linguistica in honorem Alexandrae Cieślíkowa. Kraków: Instytut Języka Polskiego PAN, 2006. S. 493–505.
- Wjela 1896 — Wjela J. Naše rostlinske mjena z primjenami // Časopis maćicy serbskeje. 1896. Lětnik IXL, zešiwk 93–94. S. 133–142.

Жанна Кормина

Православные ярмарки и религиозная модерність

Не проходите мимо! Мужской монастырь «Живоносный источник», давайте запишемся! Литургически каждый день с выемкой частички! Кирпичики, молебны!

Из услышанного на православной ярмарке

Изменения в религиозной жизни общества, которые принято обозначать термином «секуляризация», касаются не только «кризиса правдоподобия» религии (Бергер 2003), снижения регулярной религиозности (участия в жизни общины) (Davie 1994) или размывания границ между территориями разных религиозных традиций (Эрвье-Леже 2015). Эти изменения касаются также изобретения новых религиозных пространств и связанных с ними практик. Как пишет Даниэль Эрвье-Леже, религиозный модерн предполагает, наряду с индивидуализацией веры и предпочтением «подлинности личного опыта перед любой формой соответствия неким навязанным истинам, хранителями которых считают себя религиозные институты» (Эрвье-Леже 2015: 265), поиск «общинных ниш». Это такие места, где может вестись диалог о самостоятельном религиозном / духовном опыте. «Местами» таких встреч сейчас становятся интернет-форумы и тематические группы в социальных сетях, но виртуального общения для осмысленного диалога людям оказывается недостаточно. Религиозные люди ищут «своих» в реальных пространствах. Причиной тому оказывается потребность ищущих религиозной жизни не только говорить о важном, но и делать что-то вместе. В таком совместном делании — молитве, трапезе

и практически любой иной форме эмоционального или интеллектуального обмена — происходит подтверждение правильности своих убеждений или направления поисков.

Самым, казалось бы, естественным местом встреч православных верующих и симпатизантов должен быть храм: конкретное место, с собственным названием и историей, алтарем и трапезной, клиром и церковной лавкой. Однако своими местами встречи многие православные предпочитают делать другие локации, а контр-агентами по коммуникации — случайных и анонимных людей вместо членов стабильной церковной общины. Говоря словами теоретика социологии мобильности, урбаниста Джона Урри, они отворачиваются от «тесного мира» общины в пользу «режима встреч» социальной сети (Урри 2012: 410 и след.).

Любопытно, что и сами эти встречи не происходят в определенном месте; места встреч создаются событиями, такими, скажем, как прибытие в город какого-либо материального объекта, почитаемого как святыня (икона, мощи святого и т. п.). Как пишет Урри, реагируя на традицию акторно-сетевой теории, не-человеки оказываются равноправными участниками социальных сетей. Мы же добавим: они, вернее их визитации, становятся триггерами для своего рода флэшмобов, или «публик своих» (Warner 2002; см. также: Юрчак 2014: 249–253), создающих все вместе пространство для своих встреч.

Одним из таких мест встреч для православной публики в постсоветском религиозном модерне стали православные выставки (ярмарки, выставки-ярмарки, выставки-форумы). О них как об удивительном новшестве начали говорить мои православные друзья со второй половины 2000-х гг. На ярмарках можно было купить православные книги и газеты, иконы и прочие элементы религиозного обихода, так же как и религиозно неопределенные товары, которые стилистически не противоречили общему духу народного праздника — грибы и мед, цветастые длинные платья и шкатулки, лечебные травы и обереги. Но главное — можно было окунуться в радостную атмосферу, где все, из каких бы пространственно и социально отдаленных мест они не приехали, ощущали себя своими. Туда не попадали случайные люди.

Поначалу ярмарки проводились не очень часто, и то ли это обстоятельство, то ли новизна, то ли неудовлетворительная организация пропускной системы от нехватки организационного опыта обеспечивали огромные очереди на вход. Настоящей причиной большого притока посетителей, вероятно, было использование для устройства ярмарок известных исторических зданий в центре Петербурга, таких как Конногвардейский манеж на Исаакиевской площади и Михайловский манеж на Манежной. Уже это создавало ощущение праздника для людей, обычно приезжающих в центр

города, чтобы погулять или сходить на какое-то культурное мероприятие — в театр или на концерт.

Очереди, как известно, бывают разные (см.: Богданов 2001). Людей в очередях на православные ярмарки, как правило, отличало приподнятое настроение и готовность к важному совместному переживанию. Стоявшие в очереди опознавали друг друга как своих, а не конкурентов, пытающихся минимизировать свои затраты — в данном случае временные — при достижении поставленной цели. Праздник начинался не после входа в помещение, а уже с момента присоединения к очереди, так что типичное для очереди состояние ожидания (Богданов 2001: 420–421) здесь переживалось большинством не в категориях утраты (потери времени), а как осмысленное времяпрепровождение, дающее опыт со-участия и со-присутствия. Очереди на ярмарки были частью «места встречи», а в случаях с поклонением гастролирующим святыням, вроде пояса Богородицы, они становятся собственно таким местом¹. Кроме того, публичность таких очередей переживалась пришедшими на ярмарку как своего рода участие в социальном движении, в акции, возвращающей православие в публичное пространство современного города, своего рода вызовом секуляризации. Эти очереди были тихими, вроде очереди к часовне Ксении Блаженной на Смоленском кладбище. Само стояние в очереди, иногда на сильном ветру или в мороз, понималось к тому же как небольшой христианский подвиг сродни паломничеству.

Постепенно православные ярмарки стали привычной частью городской религиозной жизни в России. В новый рынок включалось все больше игроков, количество посетителей стало уменьшаться, организаторы справились с налаживанием пропускной системы, и очереди на вход исчезли.

Организация православной выставки оказалась привлекательным делом и для крупных коммерческих выставочных объединений, и для небольших организаций, и для местных епархий, которые начали проводить такие выставки — иногда своими собственными силами. Выставки стали проходить не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и во множестве других городов. В 2013 г. выставки прошли в 78 городах России и ближнего зарубежья, а в 2016-м — в 115 городах, включая дальнее зарубежье². Только екатеринбургское выставочное объединение «Уральские выставки», в котором создан специальный отдел для устройства православных

¹ Согласно portalу «Православие и мир», пояс Пресвятой Богородицы, привезенный с Афона в ноябре 2011 г., собрал в Москве двадцатичасовую очередь (<http://www.pravmir.ru/ochered-k-poyasu-bogorodicy-20-chasov-kak-byt/>; 15.02.2017).

² Информация с сайта «Православная выставка», см. о нем ниже.

ярмарок, в 2015 г.³ провело 35 православных выставок в 24 городах России и одну в Узбекистане⁴.

Удивительно широкая география православных выставок показывает, что они, в отличие от ординарных коммерческих, которые проходят только в самых крупных городах, ориентированы, во-первых, на более бедные слои населения и, во-вторых, предлагают товары насущно необходимые. Расширение географии выставок, очевидно, говорит и об улучшении экономического состояния регионов в этот период. Кроме того, оно свидетельствует о нормализации православия в российской повседневности. За пределами столиц ярмарки стали активно поддерживаться местными властями, обеспечивающими дешевую или бесплатную аренду торговых площадей и рекламу, а к середине 2010-х гг. они оказались важными, если не главными культурными событиями во многих городах Российской Федерации. Оказалось, что форма ярмарки удобна для репрезентации локальной идентичности в контексте национального проекта⁵ и для демонстрации «симфонии» религиозной и светской власти в регионе⁶.

Духовная цензура и контроль над святостью

Перемещение выставок из помещений, связанных с идеей культурного наследия, в символически бедные пространства шоппинга и секулярного досуга не только не погубило эту новую, передвижную, форму существования православной жизни, а, наоборот, помогло оформить ее особенностям. Организаторы превращают пустое пространство в православное за счет отбора экспонентов (продавцов), формирования культурной программы и создания

³ В 2013 г. они же провели 20 выставок в 20 городах, в 2011-м — 12 выставок в 11 городах, в 2009-м — 5 выставок в 4 городах, а начинали они в 2007 г. с трех выставок: двух в Екатеринбурге и одной в Тюмени.

⁴ Главным критерием потенциальной успешности выставки является, во-первых, покупательская способность местного населения и, во-вторых, заинтересованность местных светских и церковных властей в проведении выставки. Первое обеспечивает возможность что-то приобретать, а второе понижает организационные траты (бесплатная реклама и аренда помещения).

⁵ В Екатеринбурге, например, культурная программа православных ярмарок формируется за счет самостоятельных коллективов, в основном хоров и вокальных ансамблей, представляющих благочиния епархии. Эта практика очень напоминает смотры художественной самостоятельности советского времени, в которых, кроме собственно поиска талантов, поддерживалась система локальных идентичностей.

⁶ Так, выставку «Православная Осетия» во Владикавказе в 2015 г. открывали первые религиозные и светские лица республики: архиепископ Владикавказский и Аланский Зосима и председатель правительства Северной Осетии С. К. Такоев.

внутри ярмарки чего-то, напоминающего походный храм или часовню. На каждую ярмарку организаторы привозят популярную икону, которая становится символическим центром этого события и превращает чисто экономическую ситуацию выставки-продажи в религиозное событие. Такую икону устанавливают в особом месте, на сцене или другом возвышении, для нее иногда устраивается охрана или почетный караул из местных волонтеров, нередко одетых в казачьи костюмы. Для организации молебна перед иконой приглашаются священники, и такой специальный ритуал отмечает не только начало и окончание ярмарки, но проводится и в течение каждого ярмарочного дня, иногда несколько раз.

До недавнего времени этот рынок оставался нерегулируемым и практически не поддавался контролю, в том числе цензурному, со стороны официальной Церкви. В начале 2010-х гг. несколько участников этого рынка решили создать общий информационный портал «Православная выставка» для координации деятельности и обсуждения различных насущных вопросов. Как объяснил в интервью один из инициаторов создания портала, обеспечивший его администрирование, все организаторы ярмарок невольно зависят друг от друга, поскольку предлагают один и тот же продукт. По его словам, это своего рода франшиза, как МакДональдс: у каждого отдельного предприятия свой владелец, но марка — одна. Поэтому «требуется, чтобы у всех был высокий уровень. Иначе и на тебя тоже попадет»⁷. Портал, как объяснил мне мой собеседник, был придуман для своего рода контроля качества. Но вместе с тем он был вызван потребностью договариваться о регулировании своего рынка: на портале размещались календарные планы выставок во избежание неприятных ситуаций конкуренции. В 2013 г. портал размещал информацию о 34 компаниях-организаторах выставок.

Другим поводом объединиться для организаторов православных экспо стала общая для всех угроза со стороны официальной Церкви, которая небезосновательно видела в ярмарках поле для процветания неподцензурной религиозности. Регулярными участниками ярмарок стали, например, представители нью-эйдж движения «Звонящие кедры России», чья экологически ориентированная лечебная продукция вполне гармонировала с общей стилистикой ярмарок (Андреева 2012). В 2011 г. Русской православной церковью была создана Комиссия по координации выставочной деятельности РПЦ, а двумя годами позже был подготовлен документ «Требования к организаторам и участникам выставочных мероприятий Русской Православной Церкви»⁸ с целью установления контроля за брэндом

⁷ Интервью с И., СПб., октябрь 2015 г.

⁸ Документ утвержден Святейшим Патриархом Московским и всея Руси Кириллом 30 апреля 2013 г., опубликован 20 мая 2013 г. на официальном

«православие», который ярмарки живо и креативно использовали. Документ пытается объявить ярмарки нецерковной деятельностью, в частности, он гласит: «В рекламных материалах выставочных мероприятий запрещается указание: "По благословению Святейшего Патриарха Московского и всея Руси"». В то же время в нем говорится, что организаторы ярмарки должны получать разрешение на ее организацию от местного епархиального руководства в том городе, где проводится мероприятие, а продавцы (приходы, монастыри и т. п.) обязаны иметь письменное разрешение на участие от своего архиерея. В качестве примера процветающей на ярмарках неподконтрольной религиозности документ приводит некую «тоталитарную секту Бога Кузи», о которой никакой вразумительной информации мне найти не удалось.

Главным же в этом документе и ряде последующих стал вопрос о цензурировании того, что составляет смысловое ядро любой православной выставки, — святости, воплощенной прежде всего в таких ее материальных носителях, как иконы. Именно они являются главными «не-человеками» в православных сетях: идея прославления новой иконы или открытие чудотворного образа заново, как случилось, например, с иконой «Неупиваемая чаша»⁹, формирует виртуальные и реальные «места встреч» и дает информационный повод для религиозной дискуссии, в которой и создаются православные публики своих.

Кроме главной иконы ярмарки, для которой выделяют специальное пространство, где можно проводить богослужения, свою икону привозит с собой практически каждый участник-экспонент. «Требования» гласят, что принесение мощей или чудотворной иконы на ярмарку возможно лишь с особого разрешения («благословения») епархиального архиерея и что

[з]апрещается размещение на стендах подписей к иконам: «чудотворная», «мироточивая», «чудом обновляющаяся» и т. п. Очевидно, что именно такими подписями участники выставки привлекают к своему стенду внимание посетителей. Также

сайте Московского патриархата (<http://www.patriarchia.ru/db/text/2983800.html>).

⁹ На иконе изображается Богородица с младенцем Христом, стоящим в большой чаше для евхаристии. Икона была чудесным образом обнаружена в монастыре подмосковного Серпухова в последней трети XIX в. Свою специализацию — помощь в избавлении от недуга пьянства — она получила, вероятно, благодаря деятельности Серпуховского братства трезвости в начале XX в. (Березкин 1912). Название иконы определено трезвости на ее славу чудесной помощницы в деле избавления от алкогольной зависимости: название «Неупиваемая» считывалось как «та, что не дает упиваться», т. е. употреблять алкоголь без меры. В советское время икона и все списки с нее были утрачены. В начале 1990-х гг. она была написана заново и стала почитаться как чудотворная (Горлычев 2002).

запрещается установка аналоя с иконой (или другой святыней) для молитвенного поклонения около стенда¹⁰.

Основной смысл «Требований» состоит в том, что ярмарка не должна походить на церковь и посещение ее не должно заменять собой визит в православный храм. Перемещение икон с аналоя, напольной подставки для иконы, напоминающей пюпитр, на выставочный прилавок и вымарывание из подписи под ней слов, указывающих на ее особый статус, конечно, не лишают ее сакральной силы в глазах верующих. Они с готовностью прикладываются к иконам, даже если нет поясняющей надписи, потому что они старые, или большие, или просто потому, что они распознаются посетителями как иконы. С точки зрения народной теологии иконы, любое изображение святых, Христа и Богородицы может быть чудотворным, независимо не только от наличия соответствующей надписи или эстетической ценности изображения (Herzfeld 1990), но и от материального носителя. Мироточить может, как мне неоднократно объясняли верующие, охотно представляя доказательства своих слов, и фотографическое изображение иконы. Понятие чудотворности осложняется еще и тем, что верующие обычно равнодушны к аутентичности иконы, на которую в своих аргументах ориентируются церковные элиты. С точки зрения верующего, список с иконы идентичен оригиналу, обладает той же силой и наследует ту же биографию. В этой логике любая копия Тихвинской иконы Божьей Матери и есть та самая, что написана (по преданию) евангелистом Лукой. Как писал Павел Флоренский в своей работе об иконостасе, иконы — это «костыли духовности», закрепленные вещественно «небесные видения», открывающие вход в иной мир. Икона в алтарной преграде как бы является окном, через которое видно то мистическое действо, что происходит во время литургии за алтарной преградой, необходимое для лучшего понимания духовно «хрым и увечным» (Флоренский 1993: 40). Хотя Флоренский писал об иконостасе, принято считать, что он понимал под «окном в мир горний» любую икону вообще. Не знаю, правда, согласился ли бы он с утверждением о божественном присутствии в иконе, отпечатанной типографским способом, но для народного богословия иконы это не подлежит сомнению. Хотя, пожалуй, чем конкретная икона крупнее и древнее, тем все-таки убедительнее она выглядит в глазах верующих. Вероятно, это как-то связано с представлением об объеме благодати, который такому объекту удастся накопить на протяжении своей жизни.

¹⁰ «Требования к организаторам и участникам православных выставочных мероприятий Русской православной церкви» (п. 5.1.3) на официальном сайте Московского патриархата. 20 мая 2013 г. (<http://www.patriarchia.ru/db/text/2983800.html>; 15.02.2017).

Однако малознакомых с религиозной культурой посетителей выставки запрет на поясняющие надписи может затруднять в ориентации среди ярмарочных святынь. К тому же особые иконы — старые, чудотворные, имеющие конкретную востребованную специализацию — являются на православных ярмарках своего рода визитной карточкой обладающего такой иконой прихода или монастыря. На православной выставке в Санкт-Петербурге через два года после выхода «Требований» я насчитала 62 иконы — «визитные карточки» участников выставки. Ни у одной из них теперь не было надписи «чудотворная», но в некоторых случаях к иконам были подвешены ювелирные украшения, очевидно, *ex voto* исцелившихся или получивших иную помощь от иконы. Эти награды указывают на особую биографию иконы (Копытофф 2006), ее нетоварную ценность и говорят посетителям об «объеме благодати» в этом суде святости.

Своя главная икона каждому стенду¹¹ совершенно необходима, поскольку помогает посетителю отличить на ярмарке одного экспонента (приход или монастырь) от другого и участвует в создании конвенций относительно происходящего. Иными словами, именно присутствие икон позволяет всем участникам интерпретировать ярмарку как особое, правильное «место встречи» для своих — православной публики. Кроме того, их разнообразие помогает пережить посещение ярмарки как путешествие по святым местам. Об этом нередко говорят участники, например, в книгах отзывов:

Спаси Господи! Всех, кто организовал и участвовал в этой ярмарке-выставке на нашей Воронежской земле! Как паломническая поездка по России! Р. Б. Симонова Татьяна 12 октября Воронеж¹².

Споры о том, что такое «особо чтимая» или чудотворная икона¹³, могут служить убедительными иллюстрациями постоянной борьбы между креативной и институциональной религиозностью, выявлением внутрицерковной рациональностью и мистицизмом, выявлением новых источников религиозной харизмы, «контейнеров святости»

¹¹ Это правило необязательно для продовольственных стендов, которые обычно выносятся из основной части ярмарки в отдельный зал.

¹² Книга отзывов о православной ярмарке, организованной творческим объединением «Духовное наследие», Воронеж, 2015 г. Выражаю свою благодарность Ольге Л., предоставившей возможность пользоваться этими ценными источниками.

¹³ См., например, публикации на сайте «Православная выставка»: 9 апреля 2015 г. — «Чтимая святыня: формулировка не определена» (<http://pravoslavie-expo.ru/opinions/detail.php?ID=1221>; 15.02.2017); 1 октября 2015 г. — «Святыня мелким шрифтом: болезни переходного периода» (<http://pravoslavie-expo.ru/opinions/detail.php?ID=993>; 15.02.2017).

и работой по ее рутинизации (см., например: Shevzov 2014). Возникающие, казалось бы, на границах православной жизни выставки демонстрируют разные ее современные достижения и тренды, от поющих под гитару священников до активистов, увлеченных возрождением знаменного пения, и становятся площадками для встречи и людей разной степени вовлеченности в церковную жизнь, и разных стилей религиозности.

Купцы и миссионеры

Организовать православную ярмарку может кто угодно, хотя занятие это хлопотное и не особенно коммерчески выгодное. В действительности ярмарки проводятся не только из соображений коммерческого интереса, но и по другим причинам. Кроме естественного для верующего человека стремления к спасению и религиозному служению, желание проводить ярмарки связано с тем, что они, с точки зрения организаторов, являются этически позитивными, социально полезными проектами, значимость которых признается и городскими светскими властями. На открытие ярмарок нередко приходят представители городской администрации, а иногда и первые лица города. Дело в том, что, начиная с середины 1990-х гг., православие (как и другие государственные одобримые религии) в Российской Федерации стало удобным полем, или клубом, встреч и ведения переговоров разных элит. Так, начавшийся в 1990-е гг. как финансово невыгодный проект православных выставок-ярмарок выставочной компании РЕСТЭК в результате сделал эту коммерческую структуру партнером патриархии и правительства Москвы в проведении серии выставок «Моя история — XX век», куда приходят патриарх и президент, и, вероятно, вообще повлиял на экономическое процветание этой организации¹⁴.

На первый взгляд, любая православная ярмарка устроена по принципу обычной коммерческой выставки, где организаторы обеспечивают покупателям и продавцам площадку для взаимно интересной встречи, продавцы демонстрируют свой товар и продают его, покупатели знакомятся с ассортиментом товаров определенной категории и что-то приобретают, а организаторы имеют свой экономический интерес за счет взносов участников. Однако в действительности коммерческая составляющая православных ярмарок оказывается не их смыслом, как в коммерческих выставках, а, как сказал один из устроителей выставок, «формальным способом

¹⁴ Именно компанией РЕСТЭК была проведена первая православная ярмарка в России. Она состоялась в 1995 г. в Санкт-Петербурге под названием «Православная Русь» в историческом здании Михайловского манежа.

организации». Деньги тут, с его точки зрения, нужны не для наживы, а «чтобы всем было интересно»¹⁵.

Сам этот человек занимается православными выставками не только потому, что этот бизнес приносит некоторый доход, но прежде всего по той причине, что рассматривает их как свое христианское служение. И. — православный христианин, пришедший в церковь в студенческой юности в начале 1990-х гг. Он получил высшее гуманитарное образование, потом был вынужден зарабатывать на жизнь, трудясь на коммерческом предприятии, чем очень тяготился, поскольку даже в церкви, стоя на службе, не переставал думать о работе, отнимавшей все его силы и время. О начале выставочной деятельности он рассказывает как о Божьем провидении: однажды, стоя в длинной очереди на православную ярмарку, организованную РЕСТЭК, И. простудился и серьезно заболел. Болезнь потребовала длительного лечения и лишила его средств к существованию, но именно этот случай заставил его задуматься о начале собственной выставочной деятельности. Решив, что если есть очередь на ярмарку, значит, спрос не удовлетворен, и заручившись благословением уважаемого в православной среде Санкт-Петербурга священника, И. принялся за работу, расширяя репертуар своего уже существовавшего к тому моменту творческого объединения «Духовное наследие». До православных ярмарок «Духовное наследие» занималось различными просветительскими проектами, такими как организация паломнических поездок и издательская деятельность.

Для И., как и для других сотрудников его небольшой организации, снимающей офис в две комнаты на первом этаже скромной гостиницы в Санкт-Петербурге, устройство православных ярмарок — это ценная возможность работать в православной среде и быть христианином семь дней в неделю, а не только по выходным. Дополнительный смысл их работы, как они сами его объясняют, состоит в возможности заниматься христианским служением, в которое они включают просвещение, воцерковление и благотворительность.

Организаторы православных ярмарок вынуждены вести явную или скрытую полемику не только с официальными структурами своей Церкви, но и с секулярными критиками православия. Общественная критика РПЦ в 2010-е гг. возникала прежде всего вокруг вещественных доказательств экономического изобилия и престижного потребления среди церковных иерархов, таких как дорогие часы, машины или резиденции. Признаком обмирщения церкви, как следует из этих дискуссий в СМИ и социальных сетях, считается ее участие в экономической жизни. Критические заметки и ре-

¹⁵ Интервью с И., Санкт-Петербург, октябрь 2015 г.

плики в средствах массовой информации, как секулярных, так и консервативных православных, вроде «Народной линии», в отношении православных ярмарок также основаны на представлении о жесткой границе между религиозным и секулярным по принципу уместности в соответствующей сфере отчетливых экономических интересов. Повседневный прагматизм и экономически-рациональное поведение в воображении современного обывателя, независимо от его личных симпатий к православию, уверенно рифмуются с секулярностью и бездуховностью.

С точки зрения И., критика православных ярмарок исходит главным образом от тех людей, кто сохранил идущее из советского времени пренебрежительное отношение к торговле как неблагоприятному, недостойному занятию. Сам он предпочитает выстраивать генеалогию своего бизнеса от «мягкой силы купечества», в эпоху колонизации прокладывавшего путь христианским миссионерам, и уверен, что «торговля может и должна приводить к духовно-просветительным целям». Он считает, что привычная атмосфера рынка снижает барьер между просветителем-продавцом и покупателем и, обсуждая со священником, продающим, скажем, мед со своей пасеки, качество его товара, посетитель ярмарки может узнать что-то и об особенностях вероучения, религиозного обихода или этики (ср. также: Налетова 2006). Иными словами, ситуация ярмарки, с точки зрения И., делает покупателей и продавцов равными участниками переговоров по поводу цены на товар и особенностей товара. Кроме того, она создает особую радостную атмосферу праздника, также снижающего социальные барьеры. С ним согласны и посетители, как следует из записей в книгах отзывов.

Сердечная благодарность вам всем, возлюбленные Отцы, Батюшки, Матушки, Братья, Сестры!!! Эта ярмарка очень впечатлила нас, радостью наполнились души!!! Заказаны требы, приложились к иконам, приобретены подарки. Приехали из г. Грязи. Я сегодня второй раз приехала с сыном 14 лет, а вчера была одна. Благодарю за общую молитву. Спаси Бог Вас всех и всех людей. Аминь. Ксения. г. Грязи¹⁶.

Любопытно, хотя и не удивительно, что участники выставочного бизнеса (или движения, как они сами предпочитают понимать свою деятельность) солидарны в том, что отчет российских православных выставок следует вести от Первой всероссийской выставки монастырских работ и церковной утвари, состоявшейся в 1904 г. в Таврическом дворце (Санкт-Петербург). Через построение этой генеалогии современные устроители православных выставок хотят

¹⁶ Книга отзывов о православной ярмарке, организованной творческим объединением «Духовное наследие», г. Липецк, 2014 г.

придать своей деятельности дополнительную значимость и легитимность. Между тем сходства между выставкой 1904 г. и современными ярмарками не так значительны, как различия.

Благотворительность, милостыня, помощь

Одно из сходств между выставкой монастырских хозяйств 1904 г. и современными православными ярмарками состоит в общей для них идее благотворительности. Выставка начала XX в. была устроена Обществом попечения об улучшении быта питомцев Императорского воспитательного дома района Балтийской железной дороги как благотворительное мероприятие, сборы от которого предназначались для нужд этой организации (Вестник 1904). В начале XX в. такого рода ярмарки стали типичными мероприятиями по целевому сбору денег благотворительными обществами на покрытие расходов учреждений, попечением о которых они занимались (Ульянова 2005: 62). Как показала в своих работах по истории филантропии в России Адель Линденмейр, в течение XIX в. произошла своего рода секуляризация благотворительности: христианская идея спасения души через раздачу милостыни стала вытесняться гуманистическими представлениями о помощи нуждающимся как этически правильном поведении (Lindenmeyr 1990). Отличие филантропа от дающего милостыню заключается в том, что первый делает вклад в общее благо, рассматривая объект своей финансовой поддержки как со-гражданина, второй же стигматизирует принимающего милостыню, выталкивая его на границу социального мира. Иными словами, воспитанник сиротского дома может стать полноценным гражданином, нищий — нет¹⁷.

Современные выставки также предлагают своим посетителям возможность почувствовать себя благотворителями, но объектом их меценатства выступают не бедные сироты, а отдаленные приходы и монастыри. На выставке 1904 г. монастыри были не реципиентами милостыни, как на современных ярмарках, а активными участниками благотворительной акции: они обеспечивали выставку продуктами ручного труда, которые приобретали состоятельные посетители. Из 78 монастырей-участников выставки только восемь было мужских (Вестник 1904), т. е. основные представленные там монастырские товары были продуктами женского рукоделия¹⁸.

¹⁷ Об истории благотворительности в Российской империи существует довольно богатая литература. Кроме упомянутой книги Адель Линденмейр см., например: (Ульянова 2005; Соколов 2007; Рождественская 2010).

¹⁸ Помимо собственно монастырских товаров, на выставке работали еще три отдела: 1) церковной утвари и живописи (40 экспонентов); 2) исторический

Многие организаторы и посетители современных выставок говорят о своем экономическом взаимодействии с продавцами как о добровольном оказании помощи нуждающимся в ней собратьям по вере. Как ответила явно расстроенная посетительница выставки на мой вопрос о том, все ли она сделала, что планировала: «Хочется всем помочь, а нет возможности». Для нее, как и многих других посетителей, ценность выставки заключается еще и в том, что они получают возможность играть роль социально более успешных, чем принимающие их помощь. Эта роль позволяет многим из них почувствовать себя и более значимыми, чем в своей обычной жизни, а главное — совершить этически безупречный поступок.

Понятие *помощи* («посильная помощь», «помочь немножко») не совпадает с категориями милостыни и филантропии, хотя находится в одном с ними сегменте экономических интеракций, а именно добровольного дара: в отличие от первой, оно предполагает инициативу не просящего, а дающего, а в отличие от второй не подчеркивает, а, наоборот, скрадывает социальную иерархию между реципиентом и дарителем. Помощь предполагает эмоциональную вовлеченность, минимизированную в милостыне, и может иметь форму не только денежных пожертвований, но и оказания бесплатных услуг, в частности, кратковременных работ по восстановлению монастырских или церковных зданий, которыми занимаются клубы реставраторов. При этом *помощь* может оказывать лишь свободный и равный или чуть более сильный: бесплатная работа в качестве *трудника* в монастырском хозяйстве, предполагающая жесткий контроль и послушание, далеко не всегда будет пониматься как *помощь* (ср.: Дубовка 2015).

Посильная помощь храмам и монастырям на православных ярмарках осуществляется в разных формах. Одна из них — это плата за *требы*, т. е. упоминание имени (имен) родственников и близких во время особых церковных служб за здоровье или, чаще, за упокой. Каждый приходской или монастырский стенд на выставке предлагает такие услуги, понимаемые как благодарность в обмен на пожертвование. Теоретически размер жертвы должен определяться самим дающим, но на практике по правилам выставок каждый участник обязан иметь заверенный настоятелем прейскурант на *требы*, который он должен предъявить в том, например, случае, если заказчик потребует доказать, что цена на *требу* не завышена. То же правило действует в православных храмах, что приводит к часто критикуемой и светскими людьми, и церковными бюрократами

отдел, где были выставлены церковные древности из частных коллекций и 3) торгово-промышленный (70 экспонентов), не связанный с выставкой тематически и открытый из коммерческих соображений (Вестник 1904).

практике вывешивать «прейскурант» цен, пусть и именуемых рекомендуемыми пожертвованиями, в церквях. При этом и заказывающий требу, и принимающий заказ на ярмарке стремятся представить происходящий обмен как дар с последующим отдарком-благодарностью.

Слава Богу за оказанную нам грешным, за такую милость. Огромное спасибо организаторам за ярмарку, храмы и монастыри за их милость к нам, приехавшим к нам, чтобы мы могли сделать маленькую по нашей возможности, посильную помощь им и себе¹⁹.

В этой записи в книге отзывов на православной ярмарке в Воронеже автор, подписавшийся «раба божия Александра», пишет о реципрокности дара: милость храмов и монастырей, приехавших в ее город, позволяет местным жителям проявить благодарность и оказать свою посильную помощь.

Фактически многие православные участники выставок — приходы и монастыри, особенно удаленные и нуждающиеся, — приезжают за милостыней. Устроители выставок разрешают ряду участников не платить за аренду места и стоять на выставке, как сказала руководитель православного направления одной из светских выставочных компаний, «во славу Божию»²⁰. Однако все участники действия превращают христианскую милостыню во что-то иное, более для них приемлемое: в торговлю, благотворительность или *помощь*. Бытовая философия секулярной трудовой этики предполагает, что правильно давать деньги в обмен на какое-то усилие, на труд. Таким трудом может быть чтение молитв или же изготовление какого-то более материального товара — скажем, заготовка лекарственных трав, вязание носков или хотя бы расфасовка и упаковка такого незатейливого продукта, как сухарики, освященные на святых мощах²¹. Но идея дать деньги просто так,

¹⁹ Книга отзывов о православной ярмарке, организованной творческим объединением «Духовное наследие», Воронеж, 11 октября 2015 г.

²⁰ Интервью с Р., Санкт-Петербург, выставочная компания «Сивел», 1 декабря 2015 г.

²¹ На нескольких ярмарках мне доводилось видеть пакетики с такими сухариками, освященными на мощах святых, которыми обладает приход или, чаще, монастырь. На мощах могут освящать не только продукты, но и вещи: например, на ярмарке в Екатеринбурге в 2013 г. Свято-Троицкое Архиерейское подворье г. Алапаевска предлагало купить, кроме сухариков, ситцевые головные платочки, освященные на мощах преподобномученицы Елисаветы. Сестра жены Николая Второго, известная благотворительница и основательница Марфо-Мариинской обители Елизавета Федоровна была расстреляна под Алапаевском в 1918 г., канонизирована РПЦ в 1992-м. Ее останки, вместе с останками также канонизированной сестры Марфо-Мариинской обители Варвары, хранятся в Иерусалиме. Частица мощей есть в Алапаевске.

т. е. собственно пожертвовать, не вполне понятна посетителям выставки. Впрочем, она не поддерживается и официальной церковью. Именно так можно проинтерпретировать запрет экспонентам ограничивать предлагаемый на выставке «продукт» требованиями, которые находятся в опасном пограничном положении между торговлей и милостыней (о подозрительном отношении к нищим и милостыне в современном российском православии см.: Точева 2011). Православные экспоненты непременно должны также предлагать что-то по-настоящему материальное, что выглядит как товар.

Жертва за требу все-таки понимается скорее как оплата определенной услуги. Этот акт обмена предполагает, между прочим, высокую степень доверия к продавцу, поскольку тем самым оплачивается будущий труд священника. Заказывающий требы не может проверить, прочтут ли имена, указанные в его записке, или даже будут ли доставлены деньги и списки имен исполнителям заказа. Впрочем, в некоторых случаях заказ требы может привести к установлению длительных контактов между заказчиком и исполнителем. Так, на одной из выставок женщина лет 45–50 рассказывала мне, как заказала в отдаленном монастыре молебен о здравии своей беременной дочери и в момент наступления родов позвонила туда, попросив молиться об удачном разрешении роженицы, а после — о здравии молодой матери и младенца. Заметим, что таким своеобразным участием в появлении на свет внука она утверждала свое — матрилинейное — право на этого ребенка и подтверждала статус старшей женщины в семье, предполагающий специальные знания и культурные компетенции.

Участники ярмарок стараются предложить свои услуги в качестве эксклюзивных, редких. Обычно это связано с обладанием особыми ресурсами, в частности особыми иконами, и направлено на определенную целевую группу потребителей или, чаще, на удовлетворение конкретной потребности. Так, в современной России востребовано предложение о молитвах за спасение души умерших без церковного покаяния (т. е. не успевших покаяться перед своей, обычно внезапной, смертью), которое понимается посетителями выставок как возможность молиться за некрещеных и неверующих, что не соответствует церковным правилам. Востребованность этого предложения объясняется желанием верующих посмертно «воцерковить» своих умерших неверующими родственников, чтобы через коммеморативные практики воссоединить свой род здесь, на земле, и в будущей жизни на том свете. Довольно популярны на ярмарках иконы, которым молятся о женщинах, совершивших аборт, — великомученика Уара и младенцев Вифлеемских (Luehmann 2017). Впрочем, главными иконами ярмарок они не бывают. Зато основной святыней часто становится

икона «Неупиваемая чаша», перед которой предлагается молиться и заказывать долгосрочные молебны ее владельцам для избавления от зависимости — пристрастия к пьянству, наркомании, игромании, табакокурению.

Примером чистой благотворительности на выставках и в храмах является практика продажи *именных кирпичиков*. Идея заключается в том, что каждый может внести лепту в строительство храма, оплатив условную единицу строительного материала — «кирпичик». Жертвователю дается грамота или сертификат о покупке кирпичика, иногда ему обещают написать его имя на кирпиче (или кирпичах, если их куплено много), который пойдет на возведение церковного здания. Собственно, кирпич должен служить метафорой личного вклада в конкретное дело — строительство храма. Приглашая совершить такой взнос, продавцы предлагают своему клиенту почувствовать себя меценатом, человеком социально ответственным и успешным, способным *помогать*.

Иногда в специальных буклетах о строительстве храма, на который предлагается жертвовать, поясняется, что кирпич, вместе с его дарителем, станет постоянным участником всех служб, какие будут когда-либо совершены в этом храме, порой специально оговаривается, что кирпич положат в особо сакральную, алтарную часть церкви. В других случаях продавцы отказываются от буквализации метафоры и могут сообщить, например, что «кирпичик» пойдет на обустройство куполов, т. е. обозначает пожертвование на строительство. В любом случае, насколько мне известно, продажа кирпичей пользуется существенно меньшим спросом, чем заказы треб.

«Господь будет помогать, пока мы помогаем, это однозначно», — так резюмировал свой рассказ о трудностях в организации выставки в одном областном центре Южной России мой информант И. В 2015 г. центральным участником своих выставок И. сделал представителей украинской Луганской епархии, разоренной военными действиями. В упомянутом городе епископ отказался давать благословение на проведение выставки, причем его особое возмущение вызвало участие в ярмарке луганских экспонентов. Причины отказа, по словам И., носили прагматический характер: руководитель епархии опасался, что его паства отнесет свои небольшие деньги чужакам, вместо того чтобы отдать их в местные церкви. Решение епископа вызвало ответное возмущение моего собеседника как христианина и недоумение — как хорошо понимающего свой сегмент рынка бизнесмена. Приходящие на православные ярмарки все равно не пойдут в церкви, объяснял он мне, это другая «целевая аудитория». В результате выставка состоялась и без благословения епископа.

Заключение

Формат православных ярмарок предлагает сомнительное, с точки зрения критически настроенной публики (а вернее — публик, включающих официальную Церковь, секулярное общественное мнение (СМИ) и консервативных православных), соседство сакральных вещей и услуг, с одной стороны, и монетарного способа коммуникации с ними — с другой. Во время разговоров у стенда по поводу содержания продукции продавцы и покупатели вступают в экономические отношения, оставляя суть совершаемой сделки неясной. Перекодирование оплаты услуги (молитвы за здоровье или упокой и проч.) в чистый дар, *помощь*, позволяет посетителям православных ярмарок переживать свое посещение ярмарки как социально полезное действие, а себя почувствовать моральными субъектами и членами сообщества православных людей.

Напряжение между «даром» по форме (словесному выражению) и товаром по содержанию остро ощущают официальная Церковь и критические наблюдатели, но не сами участники ярмарок. Секулярная критика заставляет ответственную за религиозную жизнь институцию (Церковь) бороться за то, чтобы вещи, которым приписывается религиозная харизма (т. е. святость, способность к чудотворению), не переходили в разряд «товаров». Иными словами, религиозный институт борется за определение контекста, в котором происходит обмен.

Критики православных ярмарок остро реагируют на принципиальную неопределенность типов сделки. В самом деле, в ситуации православной ярмарки смысл транзакций, в первую очередь оплаты треб, остается очень неясным. Одна из причин такой неясности вытекает из самого концепта ярмарки, которая, с одной стороны, предполагает торговлю, а с другой — гостеприимство, разгул и праздник. Другая причина связана с природой основного продукта: молитвы за родных и близких, делегированной авторитетному исполнителю, монастырю или удаленному приходу. Существенно, что для самих участников транзакций важен не статус совершенного обмена (дар или товар): они практически никогда не пытаются оспорить смысл сделки или развеять возникающую в связи с ней неопределенность (ср.: Ссорин-Чайков 2012). Пожалуй, не будет большим преувеличением сказать, что многие приходят на ярмарку не для того, чтобы получить какие-то конкретные результаты — сделать покупки и заказать молебны. Прагматизм посещения состоит в со-участии, присутствии в таком месте, где все свои, и в подтверждении реальности, значимой для участников социальной сети. Важно не столько получить гарантированную помощь в молитве, а заказать ее, оказать тем самым скрытую

милостыню участнику своей сети, заставить систему двигаться или, как говорил И., сделать так, чтобы всем было интересно.

Обычно пришедшие на ярмарку подолгу бродят по ней, переходя от одного стенда к другому, разговаривая с другими посетителями и с продавцами, прислушиваясь к призывам «заказать ли тургичку» и разглядывая предлагаемый товар. Они могут приложиться к иконам, заказать молебны и поучаствовать в настоящем богослужении, но никто их к этому не принуждает. Они купили входной билет в кассе и сами вправе решать, что в этом празднике порадует их больше.

Православные ярмарки, эти удивительные факты религиозной современности, стали «режимом встречи» для внецерковных православных. Вместе с организаторами и «не-человеками» посетители создают здесь свои места встречи, делающие существование их общества более реальным и удерживающие их собственную индивидуальную религиозность в рамках православия.

Библиография

- Андреева 2012 — Андреева Ю. Вопросы власти и самоуправления в религиозном движении «Анастасия»: идеальные образы родовых поселений и «воплощение мечты» // Антропологический форум. 2012. № 17 Online. С. 101–128. (<http://anthropologie.kunstkamera.ru/07/17online/>).
- Бергер 2003 — Бергер П. Религия и проблема убедительности // Неприкосновенный запас. 2003. № 6 (32). (<http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/berger.html>).
- Березкин 1912 — Березкин И., свящ. Неупиваемая чаша // Воскресный листок (Серпухов). 1912. № 14. 15 апр.
- Богданов 2001 — Богданов К. А. Повседневность и мифология: исследования по семиотике фольклорной действительности. СПб.: Искусство-СПб., 2001.
- Вестник 1904 — Вестник Первой всероссийской выставки монастырских работ и церковной утвари. 1904. № 1. 22 фев.
- Горлычев 2002 — Горлычев А., иеромонах. Святыни Высоцкого монастыря // Варлаам-Афанасьевские чтения: материалы Первой научно-просветительской православной конференции. Серпухов: б. и., 2002. С. 43–52.
- Дубовка 2015 — Дубовка Д. Послушание как физический труд и как добродетель: семиотическое насыщение производства в современных монастырях РПЦ // Изобретение религии: десекуляризация в постсоветском контексте / под ред. Ж. В. Корминой, А. А. Панченко, С. А. Штыркова. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2015. С. 63–81.
- Копытофф 2006 — Копытофф И. Культурная биография вещей: товаризация как процесс // Социология вещей / под ред. В. Вахштайна. М.: Территория будущего, 2006. С. 134–166.
- Налетова 2006 — Налетова И. Православные ярмарки как современное выражение православной веры вне храма (анализ религиозных практик) // Религиозные практики в современной России: сб. статей / под ред. К. Русселе, А. Агаджанян. М.: Новое издательство, 2006. С. 178–198.
- Рождественская 2010 — Рождественская Н. Ю. Нищенство и благотворительность в Ярославской губернии в конце XIX — начале XX в. Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, 2010.
- Соколов 2007 — Соколов А. Р. Благотворительность в России как инструмент взаимодействия общества и государства (начало XVIII — конец XIX в.): 3-е изд., испр. и доп. СПб.: Лики России, 2007.
- Ссорин-Чайков 2012 — Ссорин-Чайков Н. Медвежья шкура и макароны: о социальной жизни вещей в сибирском совхозе и перформативности различий дара и товара // Экономическая социология. 2012. Т. 13, № 2. С. 59–81.
- Ульянова 2005 — Ульянова Г. Н. Благотворительность в Российской империи, XIX — начало XX века. М.: Наука, 2005.
- Урри 2012 — Урри Д. Мобильности / пер. с англ. А. В. Лазарева; вступ. ст. Н. А. Харламова. М.: Праксис, 2012.
- Флоренский 1993 — Флоренский П. Иконостас: избранные труды по искусству. СПб.: Мифрил — Русская книга, 1993.
- Эрвье-Леже 2015 — Эрвье-Леже Д. В поисках определенности: парадоксы религиозности в обществах развитого модерна // Государство, религия, Церковь в России и за рубежом. 2015. № 1 (33). С. 254–268.
- Юрчак 2014 — Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось: последнее советское поколение. М.: НЛО, 2014.
- Davie 1994 — Davie G. Religion in Britain since 1945: Believing without Belonging. Oxford: Blackwell, 1994.
- Herzfeld 1990 — Herzfeld M. Icons and Identity: Religious Orthodoxy and Social Practice in Rural Crete // Anthropological Quarterly. 1999. Vol. 63, N 3. P. 109–121.
- Lindenmeyr 1990 — Lindenmeyr A. The Ethos of Charity in Imperial Russia // Journal of Social History. 1990. Vol. 23, is. 4. P. 679–695.
- Luehrmann 2017 — Luehrmann S. Innocence and Demographic Crisis: Transposing Post-Abortion Syndrom Into a Russian Orthodox Key // A Fragmented Landscape: Abortion Governance and Protest Logics in Europe / ed. by S. De Zordo, J. Mishtal and L. Anton. New York; Oxford: Berghahn, 2017. P. 103–122.
- Shevzov 2014 — Shevzov V. The Struggle for the Sacred: Russian Orthodox Thinking about Miracles in a Modern Age // Thinking Orthodox in Modern Russia / ed. by J. D. Kornblatt, P. L. Michelson. Madison: Univ. of Wisconsin Press, 2014. P. 131–150.
- Tocheva 2011 — Tocheva D. Crafting Ethics: the Dilemma of Almsgiving in Russian Orthodox Churches // Anthropological Quarterly. 2011, fall. Vol. 84, N 4. P. 1011–1034.
- Warner 2002 — Warner M. Publics and Counterpublics // Quarterly Journal of Speech. 2002. Vol. 88, N 4. P. 413–425.