

2. Налетова И. Современные православные ярмарки как выражение православной веры вне храма // Религиозные практики в современной России: Сборник статей: новые материалы и исследования по истории русской культуры. – М.: Новое издательство, 2006. – С. 175–198.
3. Валетова Е. А. Православные выставки-ярмарки – «Новое забытое старое» // <http://www.pandia.ru/>: ежедн. интернет-изд. 2009. URL: <http://www.pandia.ru/text/78/179/7566.php> (дата обращения: 20.12.2017).
4. Косых И. Православие в торговых рядах. Количество чудотворных икон, привезенных на ВВЦ, поражало воображение // <http://credo.press/>: ежедн. интернет-изд. 2002. URL: <http://credo.press/site/?act=news&id=71723> (дата обращения: 20.12.2017).
5. Мартынова Н. В., Петрова Т. Ю. Православная ярмарка-выставка: особенности аудитории и мотивации посещения // Религиоведение. – 2008. – №1. С. 123–134.

Ф. Д. Редин., А. Д. Колпакова, Т. Л. Ковыляев

ИДЕНТИЧНОСТЬ И РЕЛИГИОЗНОСТЬ УЧАСТНИКОВ ПРАВОСЛАВНОЙ ЯРМАРКИ

Ключевые слова: православная ярмарка, идентичность, религиозность, православие, православие на Урале.

Мероприятия, подобные православным ярмаркам, являются одним из видов внецерковной деятельности религиозных сообществ, несомненно, заслуживающих всестороннего изучения религиоведами.

Исследовательской группой были произведены наблюдения за участниками ярмарки «Рождественский подарок», проходившей с 13 по 18 декабря 2017 г. в Уральском центре развития дизайна [1]. Задачами исследования было изучение групп-участников православной ярмарки, причин, побудивших их принять участие в мероприятии, а также изучение формы и содержания коммуникаций на ярмарке. Сбор эмпирических данных был произведен методами наблюдения и интервьюирования с последующим анализом полученного материала.

В результате аналитических процедур нами были сформулированы следующие тезисы:

1. Среди присутствовавших на ярмарке лиц оказалось возможным выделить группы по таким критериям как пол, возраст и цель посещения мероприятия. Среди представителей религиозных организаций,

предлагавших на ярмарке свои товары и услуги, оказалось больше женщин, чем мужчин. Возраст присутствовавших был различен, но в среднем колебался от 30 до 60 лет. Подавляющее большинство покупателей было представлено женщинами пожилого возраста – «56–74 года» [2, с. 349]. Данное обстоятельство позволяет предположить, что в этой половозрастной группе существует повышенный запрос на подобные мероприятия. Вероятно, это может быть связано с уменьшением количества социальных взаимодействий после выхода людей на пенсию, что может быть успешно компенсировано участием в ярмарках. Так же имеет значение и религиозная ориентированность события – так, оно становится способом приобщения к духовным ценностям наряду с посещением богослужений.

2. Основой для выстраивания большинства коммуникаций между участниками ярмарки, по нашему мнению, является экономический и социальный обмен. Кроме того, что одна из главных целей любой ярмарки с очевидностью заключается в осуществлении акте купли-продажи товаров и услуг, присутствующие на ярмарке заинтересованы в обмене опытом, полученным ими в результате духовных практик. Особо в этой связи следует отметить, что на ярмарке миряне и интересующиеся православием, имеют возможность в неформальной обстановке общаться с представителями духовенства, которые пользуются наибольшим авторитетом в вопросах интерпретации результатов коммуникации людей со сверхъестественным. Кроме разговоров на религиозные и смежные с ними темы, участниками ярмарки не менее активно обсуждались детали их повседневной жизни и новости об актуальных на тот момент событиях в России и мире. Среди характерных особенностей речи, позволяющих предположить самоидентификацию участников ярмарки как православных, следует выделить обилие специфической лексики («Храни вас бог», «Господь с вами», обращение друг к другу и к участникам ярмарки, начинающееся со слова «матушка»), активно используемой вне зависимости от темы разговора.

3. Среди сугубо религиозных аспектов ярмарки, наиболее акцентированных респондентами, следует отметить возможность приложиться к привозимым из разных мест святыням (например, иконам) и почтить их. Все респонденты отметили, что кроме паломничества людей, заранее осведомлённых о наличии на ярмарке святынь, связанных с тем или иным монастырём или храмом, имеет значение и религиозное просвещение посетителей, оказавшихся на ярмарке случайно.

4. Специфика отношения к товарам и услугам, предлагаемым на ярмарке, со стороны посетителей, свидетельствует об отсутствии у большинства из них чёткого представления о православии (и, вероятно, о христианстве вообще) как о целостной системе, каждый из элементов которой обладает смыслом только в своей взаимосвязи с остальными. В частности, это видно из практики причисления к «благодати», категорий, позволяющих вести в её отношении операции купли-продажи (см. пункты 2, 3, 5 приложения). Часть опрошенных покупателей отметила, что предметы, имеющие отношение православию, являются хорошим подарком для любого человека вне зависимости от его отношения к религии, поскольку содержащаяся в них «благодать» обладает «пассивным благотворным эффектом на жизнь человека». В свою очередь, это позволяет сделать вывод о наличии у верующих «магического сознания» - модели мышления, в соответствии с которой свойства объектов сверхъестественного мира можно, во-первых, передать объектам мира материального, во-вторых, распорядиться этими свойствами по собственному усмотрению, актом индивидуальной воли обратив их на благо себе и своим близким. Вышесказанное, по всей видимости, не относится к представителям духовенства. Люди, не имеющие специальных знаний в области православного богословия, но включённые в контекст православной традиции, зачастую склонны мифологизировать свои представления о православии, дополнять их элементами, которые могли бы просто и понятно функционировать в контексте их повседневного опыта. Тот факт, что некоторые из этих дополнений при детальном рассмотрении могут противоречить христианским догматам и друг другу, по-видимому, не является препятствием для их дальнейшего использования.

Итак, личная религиозность индивидуума может конструироваться из взаимоисключающих элементов и, несмотря на это, выполнять возложенные на неё функции. Большинство опрошенных, на наш взгляд, продемонстрировали именно такой тип религиозности, состоящий в своей основе из вольно истолкованных элементов православной традиции в совокупности с данными их повседневного житейского и прочего опыта.

Границы между группами-участниками обнаруживаются через оппозицию духовенство - миряне. Разграничить внутри группу «миряне» сложнее. Однако, даже после проведения первичного исследования, очевидна её неоднородность, которая основывается не только на степени воцерковленности (понимаемой как следование официальным предписаниям церкви и знание догматов), но и на религиозных практиках противоречащих «правилам» и одновременно

дополняющих представления о православной традиции данной группы.

Православная ярмарка – место обмена опытом и место производства/воспроизводства индивидуальной и коллективной религиозной идентичности.

Библиографический список:

1. 13 декабря в Екатеринбурге откроется международная православная ярмарка «Рождественский подарок» <http://www.ekaterinburg-eparhia.ru/news/2017/12/11/16961/> (дата обращения 20.12.2017).
2. Болотова А. К., Молчанова О. Н. Психология развития и возрастная психология. Учебник для вузов. – СПб., 2018. – 512 с.