
ПРЕДСТАВЛЯЕМ ИССЛЕДОВАНИЕ

DOI: 10.14515/monitoring.2018.2.15

Правильная ссылка на статью:

Мелкумян Е. Б. Годичные циклы православных верующих, участвующих в освящении пасхальной пищи // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 2. С. 261—273. DOI: 10.14515/monitoring.2018.2.15.

For citation:

Melkumyan E. B. Annual cycles of the Orthodox believers participating in the blessing of Easter food. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2018. № 2. P. 261—273. DOI: 10.14515/monitoring.2018.2.15.



Е. Б. Мелкумян

ГОДИЧНЫЕ ЦИКЛЫ ПРАВОСЛАВНЫХ ВЕРУЮЩИХ, УЧАСТВУЮЩИХ В ОСВЯЩЕНИИ ПАСХАЛЬНОЙ ПИЩИ

ГОДИЧНЫЕ ЦИКЛЫ ПРАВОСЛАВНЫХ
ВЕРУЮЩИХ, УЧАСТВУЮЩИХ В ОСВЯ-
ЩЕНИИ ПАСХАЛЬНОЙ ПИЩИ

ANNUAL CYCLES OF THE ORTHODOX BE-
LIEVERS PARTICIPATING IN THE BLESS-
ING OF EASTER FOOD

МЕЛКУМЯН Елена Багратовна — науч-
ный сотрудник Научной лаборатории
«Социология религии», Православный
Свято-Тихоновский гуманитарный уни-
верситет, Москва, Россия.
E-MAIL: melkumelena@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5357-4241

*Elena B. MELKUMYAN*¹ — Researcher
E-MAIL: melkumelena@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5357-4241

¹ St Tikhon's Orthodox University of the Humanities,
Moscow, Russia

Аннотация. Статья нацелена на опре-
деление типов годичных циклов пра-
вославных верующих, которые принима-
ют участие в ритуалах, связанных
с подготовкой к Пасхе. В исследовании
используются данные, полученные
в рамках проекта «Великая суббота:
Социологический опрос в храмах Во-

Abstract. The author seeks to define
the types of annual cycles of the Or-
thodox believers who take part in the
preparation for Easter. The analysis is
based on the data of the «Holy Satur-
day: An opinion poll in the temples of
the Eastern Vicariate of Moscow» survey
conducted on April 30, 2016. The sam-

сточного викариатства города Москвы» 30 апреля 2016 г. Объем выборки составил более 13 тысяч респондентов. Автор анализирует данные указанного исследования с помощью метода иерархического кластерного анализа. В результате удалось выявить четыре кластера респондентов, отличающихся друг от друга по критерию отношения к религиозным праздникам и степени вовлеченности/отрешенности от деятельного и мировоззренческого участия в них: ориентированные на церковные праздники, ориентированные на светские праздники, неспражняющие и спражняющие. Среди эвристических результатов исследования — выявление и анализ темпоральной составляющей идентичности респондентов. Каждый кластер характеризуется уникальным календарем в пределах годового цикла. В одних кластерах он детерминирован религиозным или светским календарем, в других вообще их не учитывает.

Ключевые слова: темпоральная типология верующих, календарь сакральных действий, православие, Пасха

Благодарность. Статья подготовлена в рамках Программы научных исследований Фонда развития ПСТГУ в 2017 году. В качестве иллюстраций представлены фотографии Владимира Михайлова с разрешения автора.

ple size was over 13,000 respondents. The author analyzes the survey data using the method of hierarchical cluster analysis. As a result, four clusters of respondents were identified. They differ from each other in terms of respondents' perceptions of religious holidays and their degree of involvement/detachment from an active and ideological participation in them. These four groups are (1) persons oriented toward church holidays, (2) persons oriented toward secular holidays, (3) those who do not celebrate holidays, and (4) those who celebrate them. As to heuristic results, a temporal component of respondents' identities was explored and explained. Each cluster has its own unique calendar within the annual cycle. In some groups this calendar is determined by religious or secular calendar, while others do not take into account at all.

Keywords: temporal typology of believers, religious calendar, Orthodox Christianity, Easter

Acknowledgment. The paper is made within the framework of the research program of PSTGU Development Foundation in 2017. The photographs are provided by Vladimir Mikhaylov and published with the consent of the author.

Праздник занимает особое место в жизни каждого человека. Это то, что объединяет людей, собирает сообщества и позволяет почувствовать единство с окружающими. О каждом празднике можно сказать, что он подтверждает принадлежность человека к той или иной группе — определенной религии, нации, полу, профессии, субкультуре и проч. В большинстве социологических и антропологических исследований праздников и их социокультурных функций обнаруживаются утверждения о празднике как способе формирования социальной идентичности

[Карпова, 2001] или способе воспроизведения и демонстрации связи с группой тех, кто празднует [Жигульский, 1985].

Праздник задает ритм жизни, ритм годового цикла. Сообщества и группы используют темпоральную составляющую годовых циклов в том числе и для обозначения собственных границ. Особенности летоисчислений, зафиксированные в календаре, отражают социальные контрасты, различия каждой из групп.

Э. Зерубавель писал о праздниках как о маркерах социального времени и синхронизации сообщества, о тесной связи между календарями и групповой идентичностью [Zerubavel, 1982]. Условно все праздники можно разделить на религиозные (церковные) и нерелигиозные — светские или государственные. Однако необходимо учитывать, что с точки зрения различных групп религиозные и нерелигиозные праздники могут быть неразличимы. С одной стороны, кому-то нужен просто праздник, все равно какой, поскольку праздник — это развлечение, веселье. Праздник «всегда содержит в себе зачаток эксцесса и кутежа» [Кайуа, 2003: 219]. С другой стороны, кто-то вообще не празднует, воспринимая праздники просто как отдых от трудовых будней.

В отечественной социологии религии тема темпоральной оси идентичности верующих вообще не обсуждается. Меж тем именно отношение ко времени, его деление на ритмы праздников и будней, постов и т. д. отличает религиозную идентичность от прочих. Наряду с этим темпоральные особенности в трактовке праздников, деятельности участия или неучастия в них есть способ построения и стирания границ, четкое воплощение подлинной мировоззренческой аффилиации с той или иной группой.

Настоящая статья посвящена типологии верующих на основании их отношения к праздникам, осмыслению календаря и соотнесению с ним жизненных траекторий респондентов. Анализ основан на данных, полученных в ходе проведения опроса «Великая суббота», в котором мне довелось принимать участие на всех этапах проведения.

«Великая суббота: Социологический опрос в храмах Восточного викариатства города Москвы»¹ — исследовательский проект, проведенный Научной лабораторией «Социология религии» Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета совместно с Синодальным отделом по Церковной Благоустройственности и Социальному Служению (ОЦБСС) РПЦ. Опрос проводился в Великую субботу 30 апреля 2016 г. — последний день перед Пасхой. Пасха в 2016 г. попала на 1 мая.

Пасха — главный христианский праздник, праздник всех праздников в церковном календаре. Великая суббота — это день накануне Пасхи, когда большинство верующих людей приходит в храм, чтобы освятить пасхальную трапезу — яйца, куличи, творожные пасхи. В течение этого дня в храмах наблюдается огромный наплыв верующих, как ни в один из других дней в году. Одной из задач исследования было получение ответов на вопросы: кто эти люди, приходящие на освящение куличей и готовые выстаивать длинные очереди? Что означает для них этот

¹ Более подробная информация о проекте представлена на сайте Исследовательского семинара «Социология религии» ПСТГУ. URL: <http://socrel.pstgu.ru/RU/grants/holy-saturday> (дата обращения: 12.03.2018).

праздник? Верят ли они в Воскресение Христа? Что мешает им приходить в храм чаще, участвовать в таинствах?



Всего было опрошено 13170 человек из более чем 60000, пришедших в храмы в Великую субботу. Опрос проходил в 31 храме Восточного викариатства Москвы, респондентами выступили пришедшие на освящение куличей. Метод — самостоятельное заполнение анкеты респондентом в период пока он/она стоит в очереди на освящение пасхальной пищи. Находясь в очереди, респондент обладал достаточным количеством времени, чтобы самостоятельно заполнить анкету, что в свою очередь позволило охватить максимальное количество пришедших в этот день людей.

Предлагавшаяся для заполнения анкета представляла собой список закрытых вопросов, в которых респонденту следовало выбрать из предложенных вариантов ответа подходящий (один или несколько, в зависимости от вопроса). Во многих вопросах также имелся вариант «другое», где респондент мог предложить свои варианты ответа в дополнение к указанным в списке. Анкета содержала также несколько открытых вопросов, но в моем дальнейшем анализе они не участвовали, поэтому не буду на них подробно останавливаться.

Поскольку целью исследования было построение типологии православных верующих на основании их отношения к праздникам, я сконцентрировалась на вопросе: «Какие праздники для Вас самые важные?». Это был закрытый вопрос с возможностью выбрать один или несколько вариантов ответа.

Среди вариантов были представлены и церковные, и светские праздники. Из церковных праздников в анкете можно было выбрать следующие: Рождество, Крещение, Благовещение, Пасха, Троица, Покров. Из светских — Новый год, День защитника Отечества, Международный женский день, День весны и труда, День Победы, День России и другие праздники. Кроме того, был добавлен пункт «другое», где респондент мог указать свой вариант ответа. Примечательно, что этой возможностью воспользовались не более 5 % респондентов. Среди альтернативных вариантов, не представленных в анкете, можно выделить только «день рождения» (отметило около 2 % респондентов).

Ответы распределились следующим образом (см. рис. 1). Чаще всего среди ответов встречается Пасха (92%), на втором месте — Рождество (88%). За ними следуют уже два наиболее часто упоминаемых светских праздника — День Победы (9 мая) и Новый год (70% и 69% соответственно). Замыкает пятерку лидирующих праздников Крещение (65%).



Рисунок 1. Какие праздники для вас самые важные?

Для выявления типов православных верующих полученные ответы были подвергнуты кластерному анализу². Иерархический кластерный анализ проводился по методу Варда (мера — квадрат Евклидоваго расстояния). Данный метод направлен на объединение близко расположенных кластеров [Ward, 1963]. Анализ проводился среди тех, кто ответил на данный вопрос.

В результате анализа удалось выделить несколько кластеров респондентов, отличающихся друг от друга. Я обозначила их как ориентированные на светские праздники, ориентированные на церковные праздники, празднующие и непразднующие³. Полученные результаты кластерного анализа представлены в таблице 1. Выделенные цветом характеристики кластеров значимо отличают соответствующую группу от среднего по выборке ($p \leq 0,05$).

Таблица 1. **Результаты кластерного анализа**
(в % от числа опрошенных для соответствующей группы)

	Всего	Непразднующие	Ориентированные на светские праздники	Ориентированные на церковные праздники	Празднующие
Новый год	69	69	90	50	95
Рождество	88	78	86	98	100
Крещение	65	38	56	87	99
День защитника Отечества (23 февраля)	29	3	62	16	90
Масленица	45	22	56	43	94
Международный женский день (8 марта)	31	3	81	15	80
День присоединения Крыма (18 марта)	11	3	8	10	41
Благовещение	44	4	5	84	95
Пасха	92	84	95	98	99
День весны и труда (1 мая)	13	1	25	4	53
День Победы (9 мая)	70	56	84	70	95
Троица	51	18	27	83	89
День России (12 июня)	17	5	18	16	52
Покров	38	1	7	75	77
День народного единства (4 ноября)	14	4	11	13	43
База (количество респондентов)	11817	4100	2015	3970	1637

² Предварительно была проведена перекодировка — каждый из вариантов ответов кодировался «1» или «0», в зависимости от того, был он выбран респондентом или нет.

³ В кластерный анализ не вошли респонденты, не ответившие на вопрос «Какие праздники для вас самые важные?», а также те, кто затруднились с ответом (выбран вариант «Затрудняюсь ответить») или отметили другой праздник, не входящий в наш список (выбран вариант ответа «Другое»).

В первый кластер — «ориентированные на церковные праздники» — вошло 30 % опрошенных. Иными словами, сюда попали респонденты, планирующие свой годичный цикл по главным церковным праздникам. В качестве важных они отметили такие праздники, как Рождество (98 % респондентов), Крещение (87 %), Благовещение (84 %), Пасха (98 %), Троица (83 %), Покров (75 %) ⁴. Необходимо также подчеркнуть, что светские праздники респонденты из первого кластера не отмечали или отмечали избирательно по одному-два из длинного списка. Так, Новый год выбрало всего 50 % респондентов. Среди светских праздников самым важным оказался День Победы (70 %).

Второй кластер — «ориентированные на светские праздники» — включил 15 % из полученных анкет. Эти респонденты отдавали предпочтение таким светским праздникам, как Новый год (90 %), День защитника Отечества (62 %), Международный женский день (81 %), День Победы (84 %) и др. Среди выделенных ими церковных праздников преимущество было отдано Рождеству (86 %) и Пасхе (95 %).

Третий кластер — «непразднующие» (31 % респондентов). Отличительная особенность этого типа респондентов состоит в том, что для них любые праздники не имеют значимой роли при планировании годичного цикла жизни. Они указали в среднем только 4 праздника, в то время как представители других групп считали важными и маркировали в анкете от 7 до 12. Более того, у респондентов из кластера «непразднующих» значения практически по всем вариантам ответов значимо меньше, чем в среднем по выборке ($p \leq 0,05$). Единственным исключением стал Новый год. Этот праздник для всех, включая непразднующих, является важным событием годового цикла.

Четвертый кластер — «празднующие» — включил 12 % опрошенных. Респонденты, вошедшие в этот кластер, отметили как важные практически все праздники из представленного списка — и церковные, и светские.

Рассмотрим каждый из кластеров более подробно, сравнив, как респонденты каждого из них отвечали на остальные вопросы из анкеты. Далее мы увидим, что представители этих четырех кластеров заметно различаются не только по тому, какие праздники для них самые важные, но и по восприятию смысла Пасхи, по способам подготовки к ней, социально-демографическим характеристикам и другим параметрам.

Ориентированные на церковные праздники. Респонденты, ориентированные на церковные праздники, в основном указывали церковные способы подготовки к Пасхе. Они чаще других отмечали такие способы, как соблюдение поста (отметило 55 % респондентов), исповедь (49 %), причастие (48 %), чтение Евангелия и церковной литературы (44 %), регулярное посещение храма в течение Великого поста (37 %). На Пасху они собирались посетить храм (75 %) и причаститься (32 %). А сам праздник Пасхи вызывает у них христианские и церковные ассоциации. Для них Пасха — это «единение верующих людей, христиан», «церковные таинства, богослужение», «окончание Великого поста», «очищение от грехов», «главный христианский праздник», «воскресение Христа». Именно такие варианты они пре-

⁴ Все характеристики кластеров, упоминаемые далее в тексте, значимо отличают соответствующую группу от других ($p \leq 0,05$).

имущественно отмечали при ответе на вопрос «С чем у вас ассоциируется Пасха? Какую идею она в себе несет?».



Пасха для респондентов, ориентированных на церковные праздники, — это не просто выстаивание в очереди и освящение пасхальной пищи. Они хорошо осведомлены, в чем состоит смысл праздника, и осознанно готовятся к нему. Они отмечали, что соблюдают пост, посещают церковные службы и таинства, читают Евангелие и церковную литературу.

В этот кластер попали наиболее воцерковленные, религиозные респонденты, регулярно участвующие в церковной жизни. Они чаще других исповедуются и причащаются — в среднем девять раз в году. От прочих респондентов отличаются и тем, что знают священнослужителя, к которому могли бы обратиться за советом в трудной жизненной ситуации (56%), и обращались к священнику по жизненно важным вопросам (55%). Они не только регулярно участвуют в богослужениях и соблюдают церковные постановления, но и стремятся жить по-христиански. Респонденты, ориентированные на церковные праздники, посещают храм ради церковных служб, исповеди, причастия, чтобы помолиться, для личного разговора с батюшкой. Для них не имеют решающего значения удобство и близость расположения храма к месту проживания, его красота и убранство. Например, было обнаружено, что в день опроса они пришли освящать кулич именно в этот храм, потому что считают себя его прихожанами (43%) или отмечают, что там хорошие священники (34%), хор (15%) и приветливые прихожане (19%).

Первый кластер составили в основном женщины (84%), респонденты пожилого возраста (предпенсионного и пенсионного) (56%), состоящие в венчанном браке, имеющие детей, не имеющие оплачиваемую работу. В отличие от представителей трех других групп, они чаще отмечали, что пришли на освящение куличей в одиночку (29%), либо с прихожанами этого храма, но не с членами своей семьи (с семьей пришли всего 9%). В ответе на вопрос «Как Вы будете поздравлять друзей и родных

с Пасхой?» они отметили, что «специально навещают тех, кого хотят поздравить», «позвонят или напишут лично».

Респонденты, попавшие в первый кластер, скорее всего, давно являются прихожанами данного храма, хорошо знают священника и прихожан. Ключевое значение для них имеет членство в приходе или самоидентификация с данным приходом, а также высокая оценка священников и прихожан. Церковный праздник в их жизненном целеполагании — это не просто фрагмент годичного цикла, а растянутая во времени детерминанта повседневности.

Ориентированные на светские праздники. Респонденты, попавшие в этот кластер, из вариантов ответов по способам подготовки к Пасхе в основном выбрали те, что связаны с проведением праздника, а не с церковными и духовными практиками как сутью этого праздника. И здесь обнаруживаются низкие показатели по церковным способам подготовки к Пасхе. Только треть респондентов, попавших в этот кластер, упомянули о церковных способах подготовки к празднику: соблюдение поста (отметило 19 % респондентов), чтение Евангелия и церковной литературы (12 %), исповедь и причастие (по 11 % каждый), посещение храма (9 %).

Чаще здесь выбирали нецерковные способы подготовки к Пасхе — уборку и наведение порядка в доме (80 %), окрашивание яиц (91 %), приготовление или покупку праздничных угощений (59 %). В этом кластере Пасха в большей степени увязана с нерелигиозными ассоциациями. Так, респонденты отмечали в анкете, что это «радостный, добрый, светлый праздник, веселье» (58 %); «весенний день, который хочется отметить как-нибудь особенно» (19 %); «воскресный день, который традиционно проходит в кругу семьи» (29 %); «древняя традиция, история» (31 %).

Среди ориентированных на светские праздники больше, чем в среднем по выборке мужчин (25 %), респондентов не имеющих детей (32 %) и молодых людей 18—34 лет (36 %). Они чаще других отмечали, что освящать куличи пришли с родителями (22 %). На Пасху они собирались устроить застолье в кругу семьи (57 %), а поздравлять друзей и родных с Пасхой они будут, сделав поздравительную электронную или телефонную рассылку (sms или email) по списку контактов (27 %). В этот кластер попали молодые люди — дети верующих родителей, сопровождающие их, активные пользователи мобильных телефонов и социальных сетей.

Респонденты, составившие второй кластер, реже других исповедуются и причащаются. Треть из них не делали этого никогда, другая треть делала это реже одного раза в год. Они в большинстве своем не знакомы со священнослужителем, к которому могли бы обратиться за советом в трудной жизненной ситуации (62 %). Если судить по выбранным вариантам ответов, то следует констатировать, что они и не имели опыта обращения к священнику за помощью (68 %). Респонденты, попавшие в этот кластер, не вовлечены в церковную жизнь, редко посещают храм. Они выбирают храм, куда идут освящать куличи, по территориальному, а не по какому-либо другому признаку. Одной из главных причин прихода в храм для них оказалось его удобство расположения по отношению к дому (66 %).

Респонденты из этого кластера воспринимают Пасху как один из светских весенних праздников. От прочих его отличают символика и атрибутика (крест, красный цвет, пасхальный агнец, куличи, крашеные яйца, творожная пасха). Пасха трактуется как дополнительный повод поздравить друг друга, купить/пригото-

вить и отведать пасхальное угощение, как некий полутрадиционный семейный праздник, а не переживание собственной веры и ее исповедание. Таким образом, во втором кластере целеполагание респондентов не регламентировано религиозным календарем.

Непразднующие. Респонденты из третьего кластера так же, как и ориентированные на светские праздники, выбирали в основном нецерковные способы подготовки к Пасхе — уборку и наведение порядка в доме, окрашивание яиц, приготовление или покупку праздничных угощений.

Данный кластер отличает то, что практически по всем вопросам, представленным в анкете, респондентами было отмечено меньшее количество вариантов ответов, по сравнению с представителями других групп — показатели по многим параметрам для непразднующих оказались значимо меньше. Среди них меньше и тех, кто в вопросе о том, как они будут поздравлять друзей и родных с Пасхой, отметил, что они позвонят/напишут лично или специально навещают тех, кого хотят поздравить.

В вопросе о том, с чем ассоциируется Пасха, какую идею она в себе несет, представители данной группы отметили, что для них Пасха — это «воскресный день, который традиционно проходит в кругу семьи»; «радостный, добрый, светлый праздник, веселье».

Среди непразднующих больше холостых/незамужних (20 %), не имеющих детей (31 %), имеющих высшее образование (52 %), людей возраста 25—34 лет (29 %), у которых есть оплачиваемая работа.

Большинство из них не знают священнослужителя, к которому могли бы обратиться за советом в трудной жизненной ситуации (55 %), и никогда не обращались к священнику какого-либо храма по жизненно важным вопросам (62 %). Они не знают храма, в который пришли святить куличи, и не считают себя его прихожанами.

Жизнь «непразднующих» респондентов так же, как и для ориентированных на светские праздники, никак не регламентирована религиозным календарем, им неинтересны праздники как таковые. В этот кластер попало наиболее трудоспособное население, которое на момент проведения опроса находилось на пути становления своей жизненной траектории и карьеры. Возможно, их жизнь протекает в режиме чередования будней и выходных дней.

Празднующие. Респонденты четвертого кластера, отвечая на вопрос о том, что входило в их подготовку к Пасхе, указывали как церковные, так и нецерковные способы подготовки. У них Пасха вызывает и религиозные, и нерелигиозные ассоциации. Они отмечают, что Пасха — это и «один из главных праздников русского народа», и «радостный, добрый, светлый праздник, веселье», «древняя традиция, история», и «весенний, воскресный день, который традиционно проходит в кругу семьи». Несмотря на такую, казалось бы, сугубо светскую трактовку, они четко проявляют свои знания о церковной и христианской составляющей праздника. Они говорят о том, что для них это «главный христианский праздник», «воскресение Христа», «единение верующих, христиан», «окончание Великого поста», «церковные таинства, богослужение», «очищение от грехов».

По социально-демографическим характеристикам среди празднующих больше, чем среди других кластеров, вдов или вдовцов (18 %), людей пенсионного воз-

раста (46%), респондентов со средним / средним специальным образованием (40%), имеющих детей. Для них Пасха является поводом встретиться с близкими людьми. На Пасху они собирались устроить застолье в кругу семьи (57%), а также принимать гостей или отправиться в гости (46%) и посетить кладбище (26%). Это одинокие, пожилые люди, для которых ценно общение, а потому они лично собирались поздравлять друзей и родных с Пасхой. Респонденты отметили, что позвонят/напишут лично (82%) или специально навещают тех, кого хотят поздравить (31%).



Респонденты, попавшие в этот кластер, посещают храм. Половина из них знает священнослужителя, к которому могли бы обратиться за советом в трудной жизненной ситуации, и обращались к священнику храма по важным вопросам. Они участвуют в церковных таинствах, но гораздо реже, чем респонденты, ориентированные на церковные праздники. Исповедуются и причащаются они примерно четыре-пять раз в год (скорее всего, только по великим церковным праздникам). Их нельзя назвать регулярно практикующими верующими, поскольку чаще всего они указывали, что приходили в храм не ради службы, исповеди и причастия, а для того, чтобы «поставить свечку», «помолиться», «подать записки», «приобрести товары в церковной лавке» или «по случаю праздника».

Выбор храма для них опосредован оценкой как внешних, так и внутренних его достоинств. Среди причин, по которым они пришли святить куличи именно в этот храм, празднующие отмечали и удобство расположения храма, и его красоту, и священников, и прихожан, и хор.

Респонденты данного кластера — в большинстве своем пожилые люди, жизнь которых регламентирована церковным календарем, но он не является для них единственным при планировании годового цикла.

Социальные портреты верующих — годовые циклы. Анализ характеристик респондентов позволил выделить четыре типа верующих, ярко отличающихся друг от друга и живущих в соответствии с четырьмя различными годовыми циклами.

Респонденты, ориентированные на церковные праздники, — это верующие, пожилые люди. Они в значительной степени вовлечены в жизнь церкви — регулярно участвуют в церковной жизни, посещают храм, соблюдают пост, исповедуются и причащаются, отмечают все основные церковные праздники. Эти респонденты располагают знаниями о своей вере, о смысле Пасхи, читают Евангелие и церковную литературу. Они лично знают своего священника, обращались к нему по жизненно важным вопросам, идентифицируют себя как прихожан конкретного храма, в который идут святить куличи. Их жизнь подчинена церковному календарю, они выстраивают свою жизнь, ориентируясь на церковный годовичный цикл. Таким образом временной фокус их идентичности составляет религиозный календарь, сообразуясь с которым, они отстраивают свою повседневность.

У респондентов, ориентированных на светские праздники, иной годовичный цикл. Они почти не участвуют в церковной жизни. Пасху они ассоциируют с нерелигиозными темами — весной, радостью, единением семьи, чередой весенних праздников. Временной фокус их идентичности задают светские праздники — Новый год, 23 февраля, 8 Марта, День Победы и др. Их годовичный цикл — это светский календарь, принятый на государственном уровне.

Непразднующие — это молодые, бездетные респонденты, в основном это трудоспособное население в возрасте, когда планируются и реализуются жизненный путь и становление карьеры. Их временное обустройство повседневности не ориентировано ни на светские, ни на церковные праздники. Им неинтересны праздники как таковые, для них они неразличимы. Значения по каждому из праздников у непразднующих респондентов ниже, чем в среднем по выборке, за исключением разве что только Нового года. Поэтому можно сказать, что у непразднующих респондентов трудовой годовичный цикл (скорее всего, для них важен отпуск). Этим, возможно, объясняется то, что из праздников они выделяют только Новый год, который обеспечивает дополнительные десять выходных дней.

Празднующие респонденты — это одинокие люди пенсионного возраста. Праздник для них — это возможность избавиться от одиночества, повод встретиться с близкими и родными людьми, сходить в гости или принять гостей. Для них ценно общение как способ перестать чувствовать себя одинокими. Им просто нужен праздник, все равно какой. Вместе с тем они хорошо осведомлены о содержании религиозных праздников, они имеют для них отчетливые церковные смыслы, значения. Их годовой цикл выстраивается через комбинацию церковных и светских праздников. Таким образом, временной фокус их идентичности представлен произвольным соединением светского и церковного календарей.

Список литературы (References)

Жигульский К. Праздник и культура. М. : Прогресс, 1985.

Zhigulsky K. (1985) Holiday and culture. Moscow: Progress. (In Russ.)

Кайуа Р. Миф и человек. Человек и сакральное. М. : ОГИ, 2003.

Caillois R. (2003) *Myth and person. The man and the sacred.* Moscow: United Humanitarian Publishers (OGI). (In Russ.)

Карпова Г. Г. Праздник в контексте социальных изменений : дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2001.

Karpova, G.G. (2001) *Holiday in the context of social change: PhD thesis, Saratov.* (In Russ.)

Ward J. H. (1963) Hierarchical grouping to optimize an objective function. *Journal of the American Statistical Association.* Vol. 58. No. 301. P. 236—244. <https://doi.org/10.1080/01621459.1963.10500845>.

Zerubavel E. (1982) Easter and Passover: On calendars and group identity. *American Sociological Review.* Vol. 47. No. 2. P. 284—289. <https://doi.org/10.2307/2094969>.