

КУЛИЧИ В ИНСТАГРАМЕ. СПЕКТАЛИЗАЦИЯ ПАСХИ МОЛОДЫМИ РОССИЙСКИМИ ЖЕНЩИНАМИ*

Т. М. КРИХТОВА

Аннотация: Статья рассказывает о некоторых значениях и интерпретациях празднования Пасхи у современных москвичей. Проводя в 2016 г. опрос «Великая Суббота», направленный на выявление главных причин, по которым люди сегодня посещают православные храмы в день Пасхи и накануне ее, исследовательская группа использовала хэштэг #куличи2016 на анкетах и плакатах, которые респонденты могли увидеть на территории проведения опроса. Это было сделано, для того чтобы увидеть записи респондентов в социальных сетях, таким образом увидеть этот день «их глазами». В результате большинство фотографий были выложены женщинами, находящимися в отпуске по уходу за ребенком. На большинстве фотографий запечатлена праздничная еда, сфотографированная в четкой постановочной композиции. Это явление иллюстрирует то, что для хозяев этих аккаунтов Пасха становится возможностью для спектализации своей жизни, что в свою очередь необходимо для создания более комфортной среды для себя.

Идея этой статьи появилась во время обсуждения гипотез для опроса «Великая Суббота», который проводился в 2016 г.¹ Однако в статье будут рассмотрены не данные, собранные с помощью анкет, а результаты побочного исследования.

* Статья подготовлена в рамках проекта «Невидимая религия» Т. Лукмана: истоки концепции и возможности применения для анализа современного русского православия» при поддержке Фонда развития ПСТГУ.

¹ Опрос проводился Лабораторией социологии религии ПСТГУ 30 апреля 2016 г. накануне Пасхи в 31 храме Восточного викариатства Москвы, в нем приняли участие более 13 тыс. респондентов. Анкеты во время опроса раздавались в течение дня, между утренней литургией и пасхальной утреней, всем, кто в этот день оказывался на территории возле храма, не только тем, кто приходил в храмы освящать куличи. Люди заполняли их, стоя в очереди на освящение, в храмах и перед храмами, некоторые брали анкеты домой и приносили заполненными в течение следующей недели. Если кратко сформулировать главную задачу опроса, то она заключалась в том, чтобы понять, почему люди приходят освящать куличи и другую еду в церковь накануне Пасхи, притом что в остальные дни года они могут быть равнодушны к религии. Вопросы анкеты касались того, какой смысл человек вкладывает в празднование Пасхи, как он готовится к празднику, как часто посещает храмы и с какими целями, с кем пришел в этот раз и почему именно в этот храм. Во время опроса велась фотосъемка, волонтеры в храмах также заполняли анкеты о том, как проводилось освящение: сколько людей посещало храм, были ли дополнительные мероприятия.

С помощью дополнительного метода, использованного во время проведения опроса, нам удалось получить материал, интерпретация которого помогла прояснить некоторые аспекты того, кто и с какими целями посещает церковь в Великую Субботу.

Празднование Пасхи — это ежегодное событие, которое, так или иначе, затрагивает всех жителей России, вне зависимости от их уровня религиозности и воцерковленности. Даже люди, считающие себя далекими от религии, в эти дни наблюдают продажу пасхальной еды и украшений, получают поздравления, видят тематические материалы в прессе и по телевизору. При этом многие из тех, кто не является постоянным прихожанином храмов, причащается реже, чем раз в год, и не соблюдает церковных предписаний, часто стараются отмечать Пасху так, как сами считают нужным, и, как правило, не видят в этом проблемы.

Количество людей, посетивших храмы накануне Пасхи с точки зрения Церкви может указывать на уровень религиозности населения, его желания следовать православным обрядам². Однако, поскольку в другие дни в храмах не наблюдается такого большого наплыва людей, посещаемость храмов на Пасху не может точно свидетельствовать о религиозной ситуации в стране в целом и количестве православных верующих. В результате само празднование Пасхи в каждой семье может принимать самые разные формы, включающие в себя те или иные элементы в произвольном порядке. В этой статье будет описан только один из возможных вариантов.

Результаты опроса «Великая Суббота» показывают, что далеко не все пришедшие освящать куличи, постились или исповедовались перед Пасхой и собираются выполнять другие практики православных христиан после нее³. Из этого возникает предположение, что часть людей посещает храм с какими-то другими целями и, возможно, таких групп несколько. Самая очевидная гипотеза заключалась в том, что для части людей Пасха становится просто красивым весенним ритуалом, смысл которого сводится к приготовлению, освящению и последующему употреблению праздничной еды и, возможно, украшению дома, поздравлению друзей, без интереса к тому, что эта праздничная еда и другие символы могут означать.

Символизм пасхальной еды

В первую очередь праздничная еда интересна как явление, которое вмещает в себя сразу несколько систем смыслов. Символическая природа пищи и трапезы — распространенная тема в антропологических и социологических исследованиях. Этого вопроса касаются классические труды разных направлений антропологии: М. Дуглас (проблемы разделения еды на чистую и нечистую)⁴,

² Полиция и РПЦ: Пасхальные службы в Москве побили рекорд // Русская служба BBC. 12.04.2015. URL: https://www.bbc.com/russian/russia/2015/04/150411_russia_easter (дата обращения: 10.05.2018).

³ Подробнее об этом см.: Пруцкова Е. Куличи и/или Причастие: типология православных верующих, участвующих в освящении пасхальной пищи // Мониторинг общественного мнения. 2016. № 2.

⁴ Douglas M. Purity and danger: An analysis of concepts of pollution and taboo. L., 2003.

М. Харрис (как природные и экономические условия формируют символические аспекты еды)⁵, Д. Гуди (влияние политической ситуации на формирование национальных кухонь)⁶, Г. Зиммель (о символическом значении совместного принятия пищи)⁷. Русскоязычные работы осуществляли главным образом скрупулезное этнографическое описание традиций принятия пищи в разных культурах, для чего была разработана специальная система фиксации питания⁸. Значением еды в ритуально-знаковом аспекте на материале русской культуры занимался С. Токарев⁹.

Р. Барт в книге «Мифологии» помещает сразу несколько эссе о символической природе еды. В них он пишет о том, что еда — это гораздо больше, чем набор продуктов с питательными свойствами¹⁰. Еда — это во многом образы, знаки и практики, которые существуют во всех культурах и необходимы для коммуникации между людьми. Более того, одному и тому же продукту в одной и той же культуре могут приписываться разные свойства в зависимости от контекста, которые будут не конкурировать, а дополнять друг друга. Р. Барт пишет о многогранном значении привычных продуктов — вина, мяса, картошки — в жизни французов, для того чтобы показать, как они формируют символическую систему, понятную всем ее носителям и влияющую на другие сферы: политику, продажи, семейные отношения. Показывая, что у одного человека блюдо может нести в себе одновременно разные идеи, Р. Барт выделяет основные группы смыслов, приписываемые еде: кулинарные традиции, гендерная идентичность и осознанное питание.

Точно так же куличи занимают свое место в символической системе современных россиян и являются уже не только выпечкой и даже не только пасхальной выпечкой. Кулич — это один из самых символических продуктов в русской культуре (наравне с блинами на Масленицу и едой новогоднего стола, вокруг которых также существует большое количество ритуалов, текстов и практик). Кулич готовится только в определенное время года, по строгим рецептам, его изготовление и потребление сопровождается конкретными действиями и рассказами.

Смыслы кулинарных традиций проявляются в том, что рецепты куличей, встречающиеся в интернете, часто представляют собой не просто технологию приготовления блюда, а отсылку к истории своей семьи или своего народа. «Свой народ» при этом может быть как традиционно русским (часто выкладывают рецепт Молоховец¹¹ и другие дореволюционные книги¹²), так и советским

⁵ *Marvin H.* Cows, Pigs, Wars and Witches—The Riddles of Culture. N. Y., 1974.

⁶ *Goody J.* Cooking, cuisine and class: a study in comparative sociology. Cambridge, 1982.

⁷ *Simmel G.* Soziologie der Mahlzeit in Das Individuum und die Freiheit. Essais. В., 1984.

⁸ *Арутюнов С. А.* Этнография питания народов стран зарубежной Азии. М., 1981.

⁹ *Токарев С. А.* К методике этнографического изучения материальной культуры // Советская этнография. 1970. № 4. С. 3—17.

¹⁰ *Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994.

¹¹ Куличи по рецепту Е. Молоховец. URL: <https://www.gastronom.ru/recipe/27454/kulich-po-receptu-e-molohovec> (дата обращения: 22.02.2018).

¹² *Забезжинский И.* Кулич и пасха, бабушкины рецепты. URL: <http://www.pravmir.ru/babushkiny-recepty-kulich-i-pasxa> (дата обращения: 22.02.2018).

(традиционным также считается рецепт из «Книги о вкусной и здоровой пище», где присутствует оценка еды по ГОСТу¹³). Может затрагиваться региональная специфика или история семьи, особенно в контексте запрета на празднование Пасхи в советское время (рассказы о том, как куличи пекла бабушка, часто они сопровождаются детскими воспоминаниями о бабушке и домашнем быте тех лет)¹⁴. Речь может идти и о любом другом рецепте, взятом в интернете или книге, но сохраненном и переданном поколениям¹⁵.

Гендерная идентичность в приготовлении куличей, как часто и другой выпечки, проявляется в том, что, согласно большинству записей в блогах и историям, связанным с рецептами куличей, их почти всегда пекут женщины, иногда помогают дети. Как мы увидели позже, при анализе фотографий это обстоятельство часто подчеркивается дополнительно. Таким образом, женщина вписывает себя в семейную женскую линию или даже больше — семейную линию своего народа.

Пасха как спектализация, Инстаграм как медиум

Согласно Г. Дебору, современное общество переходит из стадии потребления в стадию спектализации¹⁶. Главное различие между двумя стадиями заключается в том, что в случае спектализации между людьми возникают хаотичные отношения, обусловленные образами, которые становятся важнее самих потребляемых продуктов. Личные переживания уступают место разыгрыванию определенных ролей, понятных определенным группам людей.

Спектализация характеризуется тем, что «вся жизнь обществ, в которых господствуют современные условия производства, проявляется как необъятное нагромождение спектаклей». Спектакль — это «не совокупность образов, но общественное отношение между людьми, опосредованное образами». То есть важным становится не символ сам по себе, а то, какие отношения выстраиваются вокруг него. В ситуации спектализации происходит создание второй, медийной, реальности, в которую человек включается производителями информации, «реальная реальность» замещается в сознании человека иллюзорной, искусственно сконструированной масс-медиа.

Спектализация — это термин, который хорошо описывает выкладывание фотографий с продуктами, вещами и «модными местами» в социальные сети. В этом случае важным становится не обладание и пользование некой вещью, а ее демонстрация другим. Поэтому, для того чтобы понять, как освящение куличей воспринимают обычные люди, и увидеть освящение «их глазами», нами

¹³ Кулич, рецепт из Книги о вкусной и здоровой пище // Кухня. URL: <http://www.kuh-nya.ru/baking/50-vipkulihi/419-kulich-retsept-iz-knigi-o-vkusnoj-i-zdorovoj-pishche.html> (дата обращения: 22.02.2018).

¹⁴ *Мармеладинка М.* Бабушкин кулич Пасхальный. URL: <https://www.gastronom.ru/recipe/27272/babushkin-kulich-pashalnyj> (дата обращения: 22.02.2018).

¹⁵ Кулич у Соколовых. URL: www.pravmir.ru/semya-vstrechaet-pasxu-kulich (дата обращения: 22.02.2018); *Колозариди П. В., Ильин А.* Мессенджеры в городской среде: гибридные формы и новые практики // Шаги / Steps. 2015. Т. 1. № 3.

¹⁶ *Debord G.* Society of the Spectacle. Detroit, 1983.

было решено посмотреть на записи участников опроса в социальных сетях. В качестве социальной сети был выбран Инстаграм как одна из самых популярных социальных сетей среди москвичей на момент опроса¹⁷.

Фотографии занимают подавляющую часть любого аккаунта Инстаграма, в отличие от других социальных сетей, являются основной составляющей. К фотографиям всегда можно добавить текст и даже начать этим текстом дискуссию с читателями. При этом изображение в этой социальной сети всегда первично. Оно может быть загружено без текста, но текст без изображения загрузить нельзя.

Фотографии в Инстаграме почти всегда получаются привлекательными за счет специальных фильтров или дополнительных приложений, которым добавляют ретушь, визуальные эффекты или тематическое оформление.

Сопровождающий текст может не быть длинным и содержательным, достаточно только небольшого пояснения того, что происходит на фотографии или просто нужного хэштега или геотэга. Хэштеги не просто описывают происходящее на фото, но могут показывать настроение автора или передавать любую другую информацию, которую он хочет сообщить, их специально подбирают, для того чтобы больше людей могло увидеть фотографии. Геотеги указывают на место, в котором была сделана фотография, с их помощью можно наблюдать, как пользователи по-разному или, наоборот, одинаково воспринимают те или иные объекты.

Для того чтобы аккаунт стал действительно популярным, обычно пользователям приходится прикладывать некоторые усилия. Популярные пользователи этой социальной сети выстраивают композицию, подбирают цвета, некоторые даже делают специальные фотосессии у профессиональных фотографов или покупают оборудование для фотографий.

В исследовании «Why we post», которое описывает техники использования социальных сетей в разных странах, говорится о том, что у каждой социальной сети есть свой уровень приватности. Если мессенджеры используются для общения с близкими друзьями, сети вроде Фейсбука для общения с самыми разными знакомыми, часто сформированными в группах по интересам, то Инстаграм воспринимается как наиболее открытая сеть для внешних наблюдателей. Обычно, чем дальше территориально расположен человек, которому понравилась фотография, тем большую успешность аккаунта пользователя это означает¹⁸.

Таким образом, социальная сеть Инстаграм — это формат, в котором частное и общественно-приемлемое находят некий компромисс. Автору хорошего аккаунта надо одновременно соответствовать формату социальной сети, проявлять свою индивидуальность, быть активным и постоянно создавать новые поводы для интереса к своей жизни.

¹⁷ Социальные сети в России, зима 2015–2016: Цифры, тренды, прогнозы. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy> (дата обращения: 22.02.2018). На период зимы 2015–2016 гг. эта социальная сеть занимала второе место в России по количеству активных пользователей и третье по числу постов в месяц. Кроме того, Инстаграм, в отличие от других социальных сетей, в 2016 г. имел региональный характер распределения, около трети всех русскоязычных пользователей проживали в Москве и Московской области, а наш опрос проводился только в московских храмах.

¹⁸ Miller D. et al. How the world changed social media. L., 2016. P. 286.

Для того чтобы узнать, какие фотографии выкладывали пользователи Инстаграма, пришедшие освящать куличи 30 апреля 2016 г., мы использовали хэштэг #куличи2016. Он был напечатан на анкетах опроса и плакатах, которые были размещены на территории храмов. Хэштэг подбирался так, чтобы с его помощью найти только тех пользователей, которые увидели его в этот день на наших материалах, исключив всех остальных пользователей.

До 2016 г. такой тип хэштэга действительно не был популярен: некоммерческих фотографий по нему не выкладывалось. В 2017–2018 гг. он стал гораздо более распространенным (было выложено 320 и 650 фотографий, большинство из которых частные, а не коммерческие). Также в последние два года повысилось качество фотографий и длина подписей под ними.

В 2016 г. по хэштэгу было выложено 192 фотографии. Правда, большинство этих фотографий коммерческие, которые выкладывают в качестве рекламы продавцы куличей. Они не рассматриваются в этой статье. Для анализа были взяты только 67 фотографий, сделанных оригинальными пользователями социальной сети, которые, судя по контексту подписи и местоположению, увидели этот хэштэг в храме во время или после опроса и решили прикрепить его к своему рассказу об освящении куличей.

Получается, что только половина одного процента респондентов, заполнивших анкету, выложила фотографии с этим хэштэгом в Инстаграм. Правда, это не означает, что другие участники опроса не делали этого. В вопросе, собирается ли респондент поздравлять своих читателей с Пасхой в социальных сетях, более 9% отметили, что собираются разместить поздравление в Инстаграме. Причем среди выбравших этот пункт большинство — это молодые люди, без детей, не состоящие в браке, с неполным высшим образованием, пришедшие в храм с родителями. Скорее всего, эта категория заполнивших анкету действительно осуществила это намерение, но не воспользовалась нашим хэштэгом.

В обзор не попали также фотографии из закрытых аккаунтов (настройки сайта позволяют сделать свою страницу невидимой для всех кроме друзей). Можно только предположить, что их авторы не так сильно стремятся афишировать свою жизнь и готовы делиться фотографиями из своей жизни только с теми, кому доверяют или знают лично.

На полученных фотографиях присутствуют три основные темы: еда, дети, храмы. На некоторых снимках можно видеть сразу несколько категорий.

Еда. На 44 фотографиях изображена праздничная пасхальная еда в разных вариациях. При этом только на пяти фотографиях куличи сфотографированы возле храма во время освящения. В остальных случаях еда находится в помещении, на столе. Часто на фотографиях присутствуют различные пасхальные украшения: цветы, игрушечные кролики и цыплята, праздничный текстиль, иконы, статуэтки ангелов, печенье в виде пасхальных яиц. В одном случае для того, чтобы показать принадлежность к пасхальной тематике, на фото присутствует пачка постного майонеза.

Возникает впечатление, что авторы фотографий специально создавали эти композиции для того, чтобы получить привлекательное фото. В последние годы действительно появляется все больше пасхальных украшений. Примерно за ме-

сяц до Пасхи в продуктовых магазинах самой разной ценовой категории начинают появляться тематические украшения и посуда, как оформленные в русском стиле (с использованием мотивов традиционных росписей и изображением церквей), так и с элементами «западной» Пасхи (кролики, тюльпаны). На фотографиях присутствуют оба стиля, иногда одновременно на одной фотографии.

Несмотря на то что анкеты с хэштэгами раздавались на улице, возле храмов, большинство фотографий сделаны в помещении, скорее всего дома у авторов. То есть отчет о праздновании Пасхи для тех, кто разместил свои фотографии по хэштэгу, это статичная, заранее оформленная по определенным правилам картинка, а не спонтанная фотография в момент освящения. Выходит, что большинство авторов фотографий в день проведения опроса дошли до храма, получили там анкету, заполнили ее, увидели и запомнили хэштэг, вернулись домой, сфотографировали там еду и выложили ее на своей странице с указанием хэштэга и подписью. Даже подпись «Как хорошо в церкви» сопровождает фотографию, сделанную дома.

Дети. На шести фотографиях изображены дети, которые фотографируются вместе с готовой едой или возле храма вместе с родителями. Подписи к фотографиям делают ребенка главным героем пасхальных приготовлений и частично автором фотографий: «Мои первые Пасхи», «Девочки такие девочки» и т. д. Если посмотреть на другие фотографии в этих аккаунтах, дети действительно присутствуют практически повсеместно, и почти все события в них описываются от лица ребенка, несмотря на то что фотографии и подписи к ним делают их родители.

Другой вариант изображения детей — празднично одетые дети возле храма, но не в процессе освящения, а просто позирующие. Это постановочные фотографии в отдалении от храма, своеобразная веха из жизни ребенка, фото на память.

Храмы. На шести фотографиях присутствует здание или интерьер храма. Только в одном случае указывается название храма в виде геотэга. Нигде не говорится, что это храм, в который семья ходит регулярно, не упоминается священник или другие прихожане, не рассказывается о происходящем возле храма в этот день. Эти храмы не встречаются на других фотографиях авторов. Храмы выглядят скорее таким же украшением для пасхальной еды, как и аксессуары на статичных домашних фотографиях.

Подписи к фотографиям

Содержательные подписи к фотографиям присутствуют далеко не во всех случаях. Некоторые фотографии сопровождаются только хэштэгом или смайликом. Остальные подписи можно поделить на три категории: поздравления своих читателей с праздником, короткие отчеты о готовке, об участии в освящении и повествовательные тексты.

Пожелания и поздравления под фотографиями достаточно стереотипные. Чаще всего авторы желают мира, добра, счастья, не связывая это пожелание конкретно с Пасхой, например: «Пусть мир и гармония сияют в ваших сердцах, здоровья и благополучия вашим семьям!»

Отчеты о готовке в основном сообщают о том, как важно приготовить пасхальную еду, а не покупать в магазине, и о том, как автор фотографии потратил много времени и сил на готовку, говорится о том, по какому рецепту пекут кулич, и даются советы о технологии их изготовления. Авторам фотографий важно указать, что куличи были приготовлены самостоятельно, с усилиями, по проверенным рецептам: «Мы с мамой сегодня трудились как пчелки. Готовили».

Еще один вид подписей — длинные тексты, похожие скорее на публицистические заметки, написанные явно заранее в попытке заинтересовать читателей, рассказав им что-то новое. В таких текстах авторы дают советы по украшению стола и пишут подробнее про пасхальные традиции, причем не свои, а дают их общий обзор. У таких авторов страничка в Инстаграме становится чем-то бóльшим, нежели просто отчетами о жизни, а частично приобретает форму СМИ.

В подписях редко указываются обстоятельства фотографий. Только на одной фотографии в подписи указано, что автор с семьей пришли в 4 часа утра со службы и разговляются, но это единственный подобный пример.

Хэштэги к фотографиям

Кроме хэштэга, по которому мы отслеживали фотографии, под фотографиями присутствуют и другие. К некоторым фотографиям указано более 20 хэштэгов, но обычно присутствует 5–7 штук.

В первую очередь это были пасхальные хэштэги, чтобы обозначить принадлежность своей фотографии к празднику: #Пасха, #ХристосВоскрес, #светлыйпраздник и т. д. Вторые по популярности хэштэги указывают на выпечку и готовку: #куличи, #кексы #выпечка, в том числе иронично: #психанула #уберителеменяскихухни.

Также пользователи ставят под своими записями, хотя и не очень активно, хэштэги для привлечения внимания, которые незнакомым с этой социальной сетью могут показаться бессмысленными: #vscocam #feedfeed #pictureoftheday. Эти хэштэги используются как обозначение того, что автор фотографий будет рад добавлению новых читателей и, скорее всего, готов к взаимному добавлению в друзья.

Содержание комментариев от читателей

В комментариях читатели поздравляют авторов аккаунтов в ответ или выражают свой восторг по поводу красоты и сложности выпечки. Чаще всего одобрение выражается емко и просто: «прикольно», «вкусняшки» и т. д. Есть и более развернутые, но выражающие ту же самую мысль: «Ммммм, догадываюсь, что это просто божественно вкусно».

Комментарии часто сопровождаются картинками-имодзи, нужными для того, чтобы полнее передать свои чувства от этой выпечки: сердечками, цветами, кроликами.

В комментариях совершенно отсутствовали религиозные споры или рассуждения о правильности празднования Пасхи.

Владельцы аккаунтов

Изучив аккаунты авторов фотографий, мы пришли к выводу, что подавляющее большинство из них — это женщины, воспитывающие маленьких детей (часто находящиеся в отпуске по уходу за ребенком). Некоторые из них прямо указывали на это в описании своего аккаунта, например: «Люблю и любима♥ Мама Лизёны (4 года) и Георгия (2 года) Познаю мир глазами своих детей. Рисую красивые брови». Во многих аккаунтах дети и их жизнь — центральная тема всех фотографий. Другие темы фотографий в аккаунтах: готовка, домашнее хозяйство, ведение собственного небольшого бизнеса, прогулки по городу, покупки. Хэштэгом воспользовался только один мужчина и две девушки без детей.

Также, судя по содержанию аккаунтов, большинство этих женщин не пытаются афишировать свою религиозность. На остальных фотографиях, сделанных в другие дни, нет изображений икон, храмов или других религиозных праздников, если накануне выкладывались фотографии еды, это была как постная, так и непостная еда.

Аккаунтов такого типа действительно много в Инстаграме. О популярности этой социальной сети именно у молодых женщин с детьми писали многие популярные издания¹⁹.

Среди пользователей, употребивших хэштэг, не было тех, кто позиционирует свой аккаунт как православный, часто размещает религиозные символы или рассказы о своем посещении храмов или участии в ритуалах. Правда, судя по субъективным ощущениям от просмотра страниц разных пользователей, аккаунтов, которые полностью посвящены православной жизни, действительно немного, и у них не очень много читателей. Среди наиболее популярных русскоязычных аккаунтов нет тех, которые позиционируют себя как православные.

Списки весенних дел

Идея о том, что посещение Церкви с целью освящения кулича может быть маркером интересной и насыщенной жизни женщин в отпуске по уходу за ребенком, может также подтверждаться распространением в интернете текстов в жанре «Список весенних дел». Тексты подобного рода могут касаться как сезона целиком (они существуют для каждого времени года), так и какого-то определенного месяца. Пользователи берут уже готовые списки или составляют свои, делятся ими с читателями, чтобы показать свои планы на ближайшее время и, возможно, пригласить читателей присоединиться к этим занятиям, иногда выкладывают отчеты о выполнении этих пунктов.

Мы решили посмотреть, какие смыслы празднования Пасхи вкладывают авторы в эти списки. Нами анализировалось около 50 подобных списков. Они

¹⁹ Шесть видов инстамам, на которых вы наверняка подписаны. URL: <https://n-e-n.ru/insta/> (дата обращения: 22.02.2018); Инстаграм управляет моей жизнью: Как живут мужья популярных блогеров. URL: <http://www.the-village.ru/village/people/specials/299428-lumix> (дата обращения 22.02.2018); Кто такие INSTA- мамы и зачем они это делают? URL: <http://elle.ua/otnosheniya/semya/kto-takie-insta-mamy-i-zachem-oni-eto-delayut> (дата обращения: 22.02.2018).

были найдены по запросу «Список весенних дел» в поисковой системе Гугл (запрос «весенний to-do list» дал ссылки на те же самые тексты), а также запросы по каждому весеннему месяцу. Были просмотрены первые 10 страниц результатов по всем запросам, а также для ознакомления с общей картиной просмотрено некоторое количество подобных списков для других сезонов. В анализ не попали списки конкретных советов в узких направлениях (сельское хозяйство, здоровье, мероприятия для школьников на весенних каникулах). Несмотря на сильную однообразность и почти одинаковые советы, каждый из этих списков оригинален и встречался только один раз.

Задача списков, по всей видимости, заключается в том, чтобы побудить читателя к тому, чтобы разнообразить свои будни, научиться новому, «выходить из зоны комфорта». В предисловии к спискам обычно говорится об особенностях сезона и том, что именно в этот период надо уделять время внешности, самообразованию, уборке, общению с друзьями. Например, «Весна — отличное время заняться собой, своим внешним видом и внутренним миром»²⁰.

В более чем половине рассмотренных списков присутствует упоминание Пасхи. Во всех случаях про праздник говорится главным образом в связи с приготовлением яиц и куличей, что является в первую очередь формой досуга: «Весна пришла, а значит, скоро придет и Пасха, не успеете вы оглянуться. Поэтому не теряйте зря время. Ищите идеальные рецепты куличей, выпечки и других праздничных блюд на этот светлый праздник»²¹; «Вербное Воскресенье, чистый Четверг, страстная Пятница — очень приятные и добрые денечки»²².

В контексте с крашеными яйцами говорится о состязании в «стукании» ими как об обязательном элементе празднования²³. Один раз упоминается пост, который называется «не религиозной, а исторической традицией», полезной для здоровья²⁴, один раз говорится про чтение Библии (совет явно относится к тем, кто не читает Библию регулярно)²⁵. Иногда упоминаются традиции, которые не сильно распространены в России: пасхальное дерево и пасхальный венок. Ни в одном списке дел не говорится о воскресении Иисуса, посещении храма, Причастии, исповеди.

В одном списке все весенние праздники стоят одним пунктом, и их перечисление достаточно хорошо иллюстрирует подход к праздникам во всех списках: «Печь блины, окунать их в варенье, сжигать чучело, водить хороводы, “чокать»

²⁰ Что нужно успеть до наступления тепла. URL: <http://vesti.lv/news/vesna-idet-vesnedorogu-2/print> (дата обращения: 22.02.2018).

²¹ Весенний список дел для каждой женщины. URL: http://www.spp.ru/club/full_news.php?news_cid=163&news_id=1507 (дата обращения: 22.02.2018).

²² Список дел на апрель. URL: <https://homeblogkate.ru/spisok-del-na-aprel> (дата обращения: 22.02.2018).

²³ Весенний список дел. URL: <https://www.babyblog.ru/user/Still/3122621> (дата обращения: 22.02.2018).

²⁴ Весенний список, чтобы быть счастливой. URL: <https://organicwoman.ru/vesennyi-spisok/> (дата обращения: 22.02.2018).

²⁵ Гончарова М. 20 самых важных весенних дел. URL: <http://www.minibanda.ru/article/20-samyh-vazhnyh-vesennyh-del> (дата обращения: 22.02.2018).

ся” яйцами, уплетать пасху и свежий кулич с цукатами, носить георгиевскую ленточку, дарить ветеранам цветы...»²⁶.

Что касается упоминания религиозных праздников в подобных списках дел, составленных для других сезонов, то в них присутствует Рождество, но совершенно не упоминается рождественская служба в храме (чаще всего в связи с Рождеством упоминается ставшая популярной в последние годы традиция изготовления адвент-календарей, что относится к Рождеству по григорианскому календарю, потому что адвент-календари обычно ведутся с 1 по 25 декабря). В списках, относящихся к лету и осени, религиозных праздников в списках дел найдено не было.

Упоминание Пасхи среди весенних дел говорит о том, что для тех, кому эти списки адресованы, этот праздник важен, но только как один из пунктов в их собственном списке составляющих счастливой интересной жизни. На основе предлагаемых дел мы попытались ответить на вопрос, кто эти люди.

В основном такие списки публиковались в женских, родительских и лайфстайл-изданиях (некоторые из них имеют бумажную версию) в начале весны несколько последних лет (самый ранний найденный список был опубликован в 2013 г.). На сайтах, которые ориентированы на православную или другую религиозную аудиторию, такие списки не публикуются.

Почти все списки ориентированы исключительно на женщин, обращаются к читателю в женском роде и перечисляют занятия, которые считаются скорее женскими. Много дел в списках касается внешнего вида (новая прическа, спортзал, маникюр), здоровья (правильное питание, витамины), увлечений (украшение квартиры, рисование, чтение книг, курсы). Большая часть списков или упоминает детей, или строится вокруг занятий, которые можно делать вместе с ребенком.

В этом можно увидеть попытку огородить себя от традиционного образа домохозяйки, сложившегося в постсоветской культуре (неряшливая женщина, сидящая дома и не имеющая дополнительных интересов), вместо этого строить свой образ как современной, активной, интересной женщины. Такая тенденция действительно прослеживается не только в списках дел. Например, популярный среди молодых женщин среднего класса сайт Wonderzine пишет о том, что сегодня на смену «традиционной» модели домохозяйки приходит «домохозяйка-хипстер» или «домохозяйка-миллиенал». Главное отличие заключается в том, что новые домохозяйки благодаря постоянному использованию интернета гораздо больше вовлечены в окружающий их мир и имеют возможность выбора. Еда также указывается в этой статье как один из главных факторов отличия: «...отказавшаяся от работы ради воспитания дочери и готовки органических ужинов для своей семьи», «одной рукой готовят ужин из органических продуктов без ГМО, а второй держат айфон»²⁷.

Ж. Чернова и Л. Шпаковская пишут, что в среде молодых образованных людей, которых она называет «молодыми взрослыми», происходит изменение

²⁶ Весенний to do list (Ч. 4). URL: <http://www.pyatnizza.com/ywk/to-do-list-in-spring-4/> (дата обращения: 22.02.2018).

²⁷ Петрова К. Домашняя жена: Почему в XXI веке не стыдно быть домохозяйкой. URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/231938-modern-housewife> (дата обращения: 22.02.2018).

понимание супружества и родительства. Теперь родительство — это не просто следующий этап после заключения брака, но и форма личной реализации²⁸. Эта реализация может проявляться как раз в таких женских занятиях, которые доводятся до максимально высокого уровня и, по мере возможности, демонстрируются окружающим. И выпечка куличей с последующим украшением пространства — одно из них.

Спектализация у женщин в отпуске по уходу за ребенком

Согласно исследованию «Why we post», для женщин в декретном отпуске использование Инстаграма дает в первую очередь возможность поддерживать общение со своими друзьями и находить новых собеседников в условиях ограниченного круга общения и занятий. Старые социальные связи после рождения ребенка нарушены, а социальные сети позволяют найти собеседников в похожей ситуации не только рядом с домом, но и находящихся далеко. Причем в разных странах женщины в период воспитания маленьких детей ведут свои аккаунты в этих социальных сетях разными способами. Если в Британии женщины главным образом выкладывают фотографии своих детей, то в Тринидаде женщины, наоборот, стараются показать удачные фотографии самих себя²⁹.

В российском контексте возникает ситуация, когда во время приготовления куличей к Пасхе много женщин одновременно занимается подготовкой праздничного стола и при этом они делятся фотографиями с метками об этом, стараясь сделать это одинаково красиво. Г. Рейнгольд назвал это явление «виртуальной общиной», в которой люди, никогда не видевшие друг друга, общаются как слаженный коллектив³⁰.

П. Колозариди провела исследование использования мобильного интернета матерями несовершеннолетних детей в городской среде. В нем говорится, что пользование гаджетом может ограждать женщину от неприятной окружающей среды (например, детская поликлиника), ориентироваться, занять себя. Там же делается вывод, что меньшая мобильность матерей ведет к тому, что они больше будут пользоваться цифровыми устройствами³¹.

Некоторые женщины в декретном отпуске используют свои аккаунты для ведения небольшого бизнеса (продажа рукоделия или выпечки, реклама маникюра) либо стараются сделать их настолько популярными, чтобы получать прибыль от размещения рекламы. Безусловно, такой способ заработка не сможет стать основным доходом, однако для женщины, исключенной из социальной жизни, это вполне приемлемый способ поддерживать свою самооценку и связь с внешним миром.

²⁸ Чернова Ж., Шпаковская Л. Дискурсивные модели современного российского родительства // Женщина в российском обществе. 2013. № 2 (67); Они же. Молодые взрослые: супружество, партнерство и родительство. Дискурсивные предписания и практики в современной России // Laboratorium. Журнал социальных исследований. 2010. № 3.

²⁹ Miller et al. Op. cit. P. 286.

³⁰ Rheingold H. The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. Cambridge (Massachusetts), 2000.

³¹ Колозариди П. В. Родители и гаджеты в большом городе // Шаги / Steps. 2017. Т. 3. № 2.

В свою очередь формируется и рынок обучения женщин в декретном отпуске ведению своего аккаунта, так чтобы он становился коммерчески прибыльным. Женщин учат правильно делать фотографии и выкладывать их в нужной последовательности, писать заметки и общаться с читателями. Например, существует сайт *Blogimam*, который позиционирует себя как сообщество мам-блогеров. На нем можно не только почитать бесплатные статьи с советами, вроде «Как часто постить в Инстаграм?» и «Бесплатные методы продвижения», но и купить курс лекций и практических занятий либо получить индивидуальные консультации. Среди советов о продвижении своего аккаунта говорится о том, что он должен быть ярким и разнообразным, а значит, его владелица должна как можно активнее участвовать в самых разных событиях³². Приготовление, освящение куличей и последующее празднование Пасхи — как раз такое событие, которое и использовали участницы исследования в день проведения опроса.

Заключение

Для современных российских женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком, социальные сети, в частности Инстаграм, могут стать важным и иногда основным источником общения, возможностью рассказывать о своей жизни, оставаться в курсе новостей, начать свой бизнес. Использование понятных позитивных символов делает аккаунт более интересным и визуально привлекательным. Среди таких символов не слишком часто, но иногда встречаются религиозные. В частности, кулич — понятный и считываемый символ, имеющий сразу несколько позитивных толкований. Он может характеризовать женщину как хозяйку, продолжательницу своего рода, представителя среднего класса, человека с кулинарным талантом и активной жизненной позицией. В этом случае другие смыслы празднования Пасхи уходят на второй план или вовсе исчезают.

Читатели аккаунта считывают этот символ по одному изображению и факту приготовления кулича. Возможно, у разных читателей эти смыслы будут разными, но задача автора фотографии не в том, чтобы выложить что-то «идеологически правильное», а в том, чтобы рассказать о своей жизни, привлечь, заинтересовать, пригласить подписаться на свой аккаунт или продолжать его читать. При этом фотографии праздничной еды достаточно однотипны у всех пользователей, они делаются дома с привлечением похожих аксессуаров, композиция фотографий разных авторов не сильно отличается друг от друга, к ним делаются похожие подписи и ставятся похожие хэштэги. В дальнейшем привлеченные таким образом люди могут быть использованы для развлечения, создания вокруг себя дружественной группы или заработка денег.

Кулич и празднование Пасхи — один из множества сценариев для спектализации в социальной сети Инстаграм. Безусловно, существуют другие, возможно более популярные и успешные.

³² Где взять идеи для блога и бизнеса и как найти целевую аудиторию? URL: <http://www.blogimam.com/2016/11/gde-vzyat-idei-dlya-bloga-i-najti-vashu-celevuyu-auditoriyu> (дата обращения: 22.02.2018).

Авторы рассмотренных аккаунтов, даже если не проигнорировали возможность причаститься и посетить службу в этот и следующий день, не сочли нужным рассказать о ней как об элементе празднования Пасхи, используя вместо этого самый очевидный пасхальный символ. Эти действия нельзя назвать проявлениями личной религиозности. В них нет ни системы ценностей, ни ритуалов, ни сложившейся структуры. Неизвестно, назовут ли их религией авторы фотографий. Скорее всего, они не пытаются осмыслить явление в подобных категориях. Более того, очевидно, что они бы по-разному ответили на этот вопрос, потому что, несмотря на некоторые схожие черты, они не представляют собой единой группы с общим мнением. Религиозность каждой из них определялась другими факторами и, скорее всего, минимально представлена в публикуемых фотографиях и текстах.

Подобное использование религиозных символов — это еще одно свидетельство того, что, несмотря на наличие и активную работу религиозных институций, мировоззрение людей теряет религиозную составляющую и религиозное объяснение мира. Кажется, что описанная в статье ситуация мало зависит от конфессии и страны. Такие женщины наверняка есть в странах с другой религиозной ситуацией, отличаться могут социальные сети, форма хэштэгов и дни праздников. В любом случае, благодаря такому анализу хэштэгов, мы увидели, что посещение церкви в Пасху может быть не только соблюдением ритуалов без принятия догматов и этических принципов данной конфессии, но и спектализацией без любого другого участия и эмоционального отклика.

Что касается способа проведения этого исследования, метод использования хэштэгов при проведении анкетного опроса не дал однозначно результативного эффекта. Этот хэштэг добавил к своим фотографиям совсем небольшой процент людей не только по сравнению с числом респондентов, но и с числом тех, кто ответил в анкете, что собирается поздравить с Пасхой своих читателей в социальных сетях. В результате не получилось провести подробный и репрезентативный визуальный анализ всех фотографий, которые участники опроса добавляли в этот день.

Однако, с учетом того, что у социальной сети Инстаграм появляется все больше русскоязычных пользователей и пока никто не говорит о спаде интереса, такой метод, возможно, мог бы быть использован еще раз. Возможно, для этого нужно будет придумать более удачные хэштэги и проводить исследование в другой группе.

Ключевые слова: Пасха, спектализация, антропология еды, цифровая антропология, антропология религии, гендер, материнство, ритуалы.

Список литературы

- Арутюнов С. А.* Этнография питания народов стран зарубежной Азии. М., 1981.
Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994.
Весенний to do list (Ч. 4). URL: <http://www.pyatnizza.com/ywk/to-do-list-in-spring-4/> (дата обращения: 22.02.2018).
Весенний список дел. URL: <https://www.babyblog.ru/user/Still/3122621> (дата обращения: 22.02.2018).

- Весенний список дел для каждой женщины. URL: http://www.spp.ru/club/full_news.php?news_cid=163&news_id=1507 (дата обращения: 22.02.2018).
- Весенний список, чтобы быть счастливой. URL: <https://organicwoman.ru/vesenniy-spisok/> (дата обращения: 22.02.2018).
- Где взять идеи для блога и бизнеса и как найти целевую аудиторию? URL: <http://www.blogimam.com/2016/11/gde-vzyat-idei-dlya-bloga-i-najti-vashu-celevuyu-auditoriyu> (дата обращения: 22.02.2018).
- Гончарова М.* 20 самых важных весенних дел. URL: <http://www.minibanda.ru/article/20-samyx-vazhnyx-vesennix-del> (дата обращения: 22.02.2018).
- Забезжинский И.* Кулич и пасха, бабушкины рецепты. URL: <http://www.pravmir.ru/babushkinu-receptu-kulich-i-pasxa> (дата обращения: 22.02.2018).
- Инстаграм управляет моей жизнью: Как живут мужья популярных блогеров. URL: <http://www.the-village.ru/village/people/specials/299428-lumix> (дата обращения: 22.02.2018).
- Колозариди П. В., Ильин А.* Мессенджеры в городской среде: гибридные формы и новые практики // Шаги / Steps. 2015. Т. 1. № 3.
- Колозариди П. В.* Родители и гаджеты в большом городе // Шаги / Steps. 2017. Т. 3. №. 2.
- Кто такие INSTA- мамы и зачем они это делают? URL: <http://elle.ua/otnosheniya/semya/kto-takie-insta-mamy-i-zachem-oni-eto-delayut> (дата обращения: 22.02.2018).
- Кулич у Соколовых. URL: www.pravmir.ru/semya-vstrechaet-pasxu-kulich (дата обращения: 22.02.2018).
- Кулич, рецепт из Книги о вкусной и здоровой пище // Кух-ня. URL: <http://www.kuhnya.ru/baking/50-vipkulihi/419-kulich-retsept-iz-knigi-o-vkusnoj-i-zdorovoj-pishche.html> (дата обращения: 22.02.2018).
- Куличи по рецепту Е. Молоховец. URL: <https://www.gastronom.ru/recipe/27454/kulichiro-receptu-e-molohovec> (дата обращения: 22.02.2018).
- Мармеладинка М.* Бабушкин кулич Пасхальный. URL: <https://www.gastronom.ru/recipe/27272/babushkin-kulich-pashalnyj> (дата обращения: 22.02.2018).
- Петрова К.* Домашняя жена: Почему в XXI веке не стыдно быть домохозяйкой. URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/231938-modern-housewife> (дата обращения: 22.02.2018).
- Полиция и РПЦ: Пасхальные службы в Москве побили рекорд // Русская служба BBC 12.04.2015. URL: https://www.bbc.com/russian/russia/2015/04/150411_russia_easter (дата обращения: 10.05.2018).
- Пруцкова Е.* Куличи и/или Причастие: типология православных верующих, участвующих в освящении пасхальной пищи // Мониторинг общественного мнения. 2016. № 2.
- Социальные сети в России, зима 2015–2016: Цифры, тренды, прогнозы. URL: <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy> (дата обращения: 22.02.2018).
- Список дел на апрель. URL: <https://homeblogkate.ru/spisok-del-na-aprel> (дата обращения: 22.02.2018).
- Токарев С. А.* К методике этнографического изучения материальной культуры // Советская этнография. 1970. № 4. С. 3–17.
- Чернова Ж., Шпаковская Л.* Дискурсивные модели современного российского родительства // Женщина в российском обществе. 2013. № 2 (67).
- Чернова Ж., Шпаковская Л.* Молодые взрослые: супружество, партнерство и родительство. Дискурсивные предписания и практики в современной России // Laboratorium. Журнал социальных исследований. 2010. № 3.
- Что нужно успеть до наступления тепла. URL: <http://vesti.lv/news/vesna-idet-vesnedorogu-2/print> (дата обращения: 22.02.2018).

Шесть видов инстамам, на которых вы наверняка подписаны. URL: <https://n-e-n.ru/insta/> (дата обращения: 22.02.2018).

Debord G. Society of the Spectacle. Detroit, 1983.

Douglas M. Purity and danger: An analysis of concepts of pollution and taboo. L., 2003.

Goody J. Cooking, cuisine and class: a study in comparative sociology. Cambridge, 1982.

Marvin H. Cows, Pigs, Wars and Witches-The Riddles of Culture. N. Y., 1974.

Miller D. et al. How the world changed social media. L., 2016.

Rheingold H. The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. Cambridge (Massachusetts), 2000.

Simmel G. Soziologie der Mahlzeit in Das Individuum und die Freiheit. Essais. B., 1984.

Vestnik Pravoslavnogo Sviato-Tikhonovskogo
gumanitarnogo universiteta.

Seriia I: Bogoslovie. Filosofii. Religiovedenie.

2018. Vol. 79. P. 98–114

DOI: 10.15382/sturI201879.98-114

Tatiana Krihtova,

Researcher

St. Tikhon's Orthodox University for the Humanities,

6/1 Likhov pereulok, Moscow

127051, Russian Federation

krihtova@gmail.com

ORCID:0000-0003-2572-8316

EASTER CAKES ON INSTAGRAM. SPECTALISATION OF EASTER BY YOUNG RUSSIAN WOMEN

T. KRIHTOVA

Abstract: This article deals with several meanings and interpretations of the Easter celebration among present-day Moscow residents. In 2016, the survey “Great Saturday” was conducted with the aim of discovering the main reasons for visiting church at Easter and before Easter. The research group used the hashtag #куличи2016 in questionnaires and posters that could be seen by respondents in the territory where the survey was being carried out. This was made with the aim of seeing the respondent’s posts in social networks and, thus, seeing this day “through their eyes”. It was found out that the bulk of photos were posted by women on maternal leave. Most pictures show festive food in a clearly seen layout. This illustrates the fact that for these users of social networks Easter serves as an opportunity for making their life spectacular, which, in turn, is necessary for creating a more comfortable milieu for themselves.

Keywords: Easter, specialisation, food anthropology, digital anthropology, anthropology of religion, gender, motherhood, rituals.

References

Arutiunov S. A. (1981) *Etnografiia pitaniia narodov stran zarubezhnoi Azii* [Ethnography of Cuisine of Peoples of Asia Abroad]. Moscow (in Russian).

Barthes R. (1994) *Izbrannye raboty. Semiotika. Poetika* [Selected Works. Semiotics. Poetics]. Moscow (in Russian).

- Chernova Zh., Shpakovskaia L. (2013) “Diskursivnye modeli sovremennogo rossiiskogo roditel'stva” [“Discourse Patterns of Present-Day Russian Parenthood”]. *Zhenshchina v rossiiskom obshchestve*. 2013, vol. 2 (67) (in Russian)..
- Chernova Zh., Shpakovskaia L. (2010) “Molodye vzroslye: supruzhestvo, partnerstvo i roditel'stvo. Diskursivnye predpisanii i praktiki v sovremennoi Rossii” [“Young Adults. Married Life, Partnership and Parenthood. Discourse Precepts and Practices in Modern Russia”]. *Laboratorium. Zhurnal sotsial'nykh issledovani*. 2010, vol. 3 (in Russian)..
- Debord G. (1983) *Society of the Spectacle*. Detroit.
- Douglas M. (2003) *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. London.
- Gde vziat' idei dlia bloga i biznesa, i kak naiti tselevuiu auditoriiu?* available at <http://www.blogimam.com/2016/11/gde-vzyat-idei-dlya-bloga-i-najti-vashu-celevuyu-auditoriyu> (08.10.2018).
- Goody J. (1982) *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology*. Cambridge.
- Kolozaridi P. V. (2017) “Roditeli i gadzhety v bol'shom gorode” [“Parents and Gadgets in a Big City”]. *Shagi / Steps*. 2017, vol. 3, № 2 (in Russian).
- Kolozaridi P. V., Il'in A. (2015) “Messendzhery v gorodskoi srede: gibridnye formy i novye praktiki” [“Messengers in City Environment: Hybrid Forms and New Practices”]. *Shagi / Steps*. 2015, vol. 1, № 3 (in Russian).
- Kto takie INSTA-mamy i zachem oni eto delaiut?* available at <http://elle.ua/otnosheniya/semya/kto-takie-insta-mamyi-i-zachem-oni-eto-delayut> (22.02.2018).
- Kulichy po retseptu E. Molokhovets*, available at <https://www.gastronom.ru/recipe/27454/kulichy-po-receptu-e-molohovec> (22.02.2018).
- Kulich, retsept iz Knigi o vkusnoi i zdorovoi pishche*, available at <http://www.kuh-nya.ru/baking/50-vipkulihi/419-kulich-retsept-iz-knigi-o-vkusnoj-i-zdorovoj-pishche.html> (22.02.2018).
- Kulich u Sokolovykh*, available at www.pravmir.ru/semya-vstrechaet-pasxu-kulichy (22.02.2018).
- Marvin H. (1974) *Cows, Pigs, Wars and Witches — The Riddles of Culture*. New York.
- Miller D. et al. (2016) *How the World Changed Social Media*. London.
- Petrova K. *Domashniaia zhena: Pochemu v XXI veke ne stydno byt' domokhoziaikoi*, available at <http://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/231938-modern-housewife> (22.02.2018).
- Politsiia i RPTs: Paskhal'nye sluzhby v Moskve pobili rekord // Russkaia sluzhba BBC 12.04.2015*, available at https://www.bbc.com/russian/russia/2015/04/150411_russia_easter (10.05.2018).
- Prutskova E. (2016) “Kulichy i / ili Prichastie: tipologiya pravoslavnykh veruiushchikh, uchastvuiushchikh v osviaschenii paskhal'noi pishchi” [“Easter Cakes or Communion: Typology of Orthodox Believers Participating in Sanctifying of Easter Food”]. *Monitoring obshchestvennogo mneniia*. 2016, vol. 2 (in Russian).
- Rheingold H. (2000) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge (Massachusetts).
- Simmel G. (1984) *Soziologie der Mahlzeit in das Individuum und die Freiheit*. Berlin.
- Sotsial'nye seti v Rossii, zima 2015–2016. Tsifry, trendy, prognozy*, available at <http://blog.br-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy> (22.02.2018).
- Tokarev S. A. (1970) “K metodike etnograficheskogo izuchenii material'noi kul'tury” [“On Techniques of Ethnographic Study of Material Culture”]. *Sovetskaia etnografiia*. 1970, vol. 4, pp. 3–17 (in Russian).
- Vesennii spisok, chtoby byt' schastlivoi*, available at <https://organicwoman.ru/vesenniy-spisok/> (08.10.2018).
- Vesennii to do list (Chast' 4)*, available at <http://www.pyatnizza.com/ywk/to-do-list-in-spring-4/> (08.10.2018).
- Zabezhinskii I. *Kulich i paskha, babushkiny retsepty*, available at <http://www.pravmir.ru/babushkiny-recepty-kulich-i-pasxa> (22.02.2018).