

Ю. В. Бучатская

## ФРАНКОНСКИЙ ДОСУГ: ПРАКТИКИ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ И ТРАДИЦИИ

**АННОТАЦИЯ.** В статье на обширном полевом материале рассматриваются досуговые практики в деревенском и (средне)городском сообществе Германии на примере региона Верхняя Франкония, где автор собирала материал в течение полевого стационара 2008–2010 гг. Кружки, коллективы и сообщества людей по интересам (*ферайны*) трактуются как среды свободного межличностного творческого взаимодействия людей в рамках досуга в соответствии с концепцией «третьего места» Рэя Ольденбурга.

Выраженная тенденция к образованию и популярности ферайнов как виртуальных «третьих мест» наблюдается в Германии в таких типах поселений, как деревни, малые и средние города с присущими им административными, пространственными характеристиками, а также особенностями коммуникативных каналов и ограниченностью предложений культуры и досуга. Важная функция ферайнов — служить средой, содействующей творческой самореализации людей. Эта функция проявляется во взаимодействиях ферайнов с различными практиками репрезентации традиционной культуры в регионе. Участие в деятельности ферайнов видится компенсационной стратегией в достижении баланса повседневной жизни, о котором пишет Р. Ольденбург (2014: 56) — жизни, сочетающей дом, производство/получение прибыли и сферу открытого общения, способствующего активизации межсоседских отношений в деревенской общине и городе.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** досуг, традиции, праздничная культура, коллективы, Франкония, Германия

УДК 394(430)

DOI 10.31250/2618-8619-2018-1-134-143

БУЧАТСКАЯ ЮЛИЯ ВАЛЕРЬЕВНА — к.и.н., с.н.с. отдела европеистики, Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого (Кунсткамера) РАН (Россия, Санкт-Петербург)

E-mail: julia.butschatskaja@yahoo.de

В течение ряда лет, как в полевом стационаре, так и в ходе кратковременных исследовательских выездов в Германию, мое внимание (помимо основных тем грантов) было сосредоточено на наблюдениях за праздничной культурой различных земель и регионов, что неизбежно влекло за собой более широкий пласт материала, характеризующего в целом современную культуру досуга в немецких городах и деревнях.

Культура досуга — довольно интересное и уже освоенное поле для антропологических исследований.<sup>1</sup> В фокусе моего исследования находится взаимодействие практик досуга с различными репрезентациями традиционной народной культуры в современном немецком обществе, которое я рассмотрю на примере Франконии.

Наблюдения проводились в течение полутора лет в более чем 20 деревнях округа Бамберг, а также городах Бамберг, Форххайм, Эберманнштадт, Эрланген, и они показали, что в таких небольших по размерам поселениях предложения досуга и креативной самореализации относительно невелики. Вариантов провести свободное время всего несколько: это деревенские таверны (нем. *Gastwirtschaft*), немногочисленные спортивные клубы (футбольные, стрелковые, гребные, скалолазные) и различные культурные мероприятия, на которые приезжают люди из соседних деревень и городов.

Функцию повседневного досуга населения обеспечивают ферайны (нем. *Verein, -e*) — некоммерческие зарегистрированные общества с различными интересами. Ферайны объединяют людей на добровольных, волонтерских началах. Многие из ферайнов существуют за счет членских взносов. В течение года такие объединения действуют по определенным программам, внося свой вклад в систему жизнеобеспечения общины:

Люди хорошо знают друг друга здесь, в Бургэбрахе: с молодости (мы ходили вместе в школу еще) в магазинах все обращаются друг к другу по имени и на «ты». Приезжие — среди них, главным образом, общается молодежь и женщины — через детский сад и школу, потому что их дети общаются или потому что они опять-таки сами объединены в ферайны (ПМА 2009: № 1).

Одной из подходящих теоретических рамок для рассмотрения практик досуга является концепция «третьего места» американского урбаниста и социолога Рэя Ольденбурга. Ольденбург предлагает считать «третьим местом» социальные среды, отличные от дома (первого места) и работы (второго места) и представляющие общественные пространства, где люди собираются для того, чтобы провести свободное время преимущественно в общении. Третьи места, по мнению Р. Ольденбурга, выполняют важную социальную, политическую и экономическую функции в обществе, служа «фундаментом» сообщества, т. е. сплачивая общество, давая возможность самовыражаться (Ольденбург 2014: 56).

Если в работе Ольденбурга имеются в виду материальные и символические пространства городской среды (кафе, таверны, пабы, клубы, библиотеки, бары, стадионы, парки, бильярдные и т. п.) — места «побега» от домашней рутины и работы, исторически восходящие к мужским местам (мужскому дому), то в моем кейсе такими местами выступают, скорее, места виртуальные или ментальные: ферайны, коллективы, команды, группы — одним словом, сообщества единомышленников, объединенные общим интересом и совместным делом. В ферайнах состоят практически все социально активные члены общины, а особенно пожилые мужчины и молодые парни (а в последнее время вся молодежь).

При этом надо заметить, что такие сообщества так или иначе базируются в определенном физическом пространстве (они имеют помещение для сбора своих членов, обсуждения текущих дел и т. д., для ферайна имеется специальное помещение с особым названием *Vereinsstube*). Пивные и рестораны, в которых традиционно собирались столы завсегдатаев,<sup>2</sup> нередко служили местами,

<sup>1</sup> Исследования по антропологии/этнографии досуга проводились как в России (Развлекательная... 2000; Гагин 2005), так и в США (Chick 1998; 1999; Leisure Matters 2015) и Европе, например в контексте туризма (Tourismus 2012).

<sup>2</sup> Нем. *Stammtisch* — определенное сообщество, собирающееся регулярно в пивной для вечернего времяпрепровождения.



в которых принималось решение о создании того или иного ферайна, и таким образом превращались в «штаб-квартиры» этих ферайнов: «Sand Gma — незарегистрированное общество, не e.V., оно возникло из стола завсегдатаев и разрасталось, пока не достигло человек ста. Мы тогда сидели в “Blaue Glocke”, это дом, место рождения Sand Gma» (ПИМА 2009: № 2). Этот факт неизбежно возвращает нас к материальной конкретности третьего места.

Основная черта интересующих меня «третьих мест» немецкой не-урбанной среды — это роль пункта притяжения, который способствует общению и взаимодействию людей, развлекает и отвлекает их от каждодневных «обязательных» практик дома и работы, дает возможность выхода эмоциям.

Например, сообщество жителей исторического района Бамберга Занд, добровольно собравшееся в объединение «Sand Gma»,<sup>3</sup> не имеющее официального статуса зарегистрированного общества, обеспечивало культурную и социальную жизнь своих членов, объединенных не только рамками указанного общества, но и соседством на повседневном уровне: «В объединение Sand Gma был установлен небольшой ежегодный взнос, который потом все равно окупался. Скажем, каждый год устраивались походы на кладбище, где мы посещали могилы покойных членов общества, из этих денег покупали 40–45 гвоздик и возлагали их на могилы. В таком походе принимали участие до 30 человек, мы ходили на кладбище во всенародный день скорби (нем. *Volkstrauertag*), а после все шли в Английский сад и там для нашего общества были накрыты столы с кофе и выпечкой, и можно было посидеть. Т. е. эти небольшие взносы окупались. Или в Рождество, тогда все приглашались на застолье, и оно было оплачено. И вообще каждый месяц было какое-нибудь мероприятие: то мы ехали на автобусе в какую-нибудь поездку, это был всегда сюрприз, то предпринимали походы» (ПИМА 2009: № 2) (см. вклейку рис. 16).

Наиболее распространенным явлением в городской и сельской среде Германии считаются стрелковые общества (нем. *Schützenverein*, *Schützengesellschaft*, *Schützengilde* и т. д.), причем в некоторых населенных пунктах насчитывается по несколько таких ферайнов. Так, во время моих наблюдений за праздничными мероприятиями во франконских деревнях приходилось фиксировать в каждой деревне свое общество, к которому присоединялись стрелковые коллективы соседних деревень региона для участия в торжествах. В городе Бамберг насчитывается десять стрелковых коллективов. До конца XX в. стрелковые объединения были очень популярны среди молодежи и представляли собой спортивные коллективы. Причины такой распространенности стрелкового спорта и локальных стрелковых объединений, по мнению председателя старейшего коллектива стрелков Бамберга «Schützengesellschaft Edelweiß» Эрвина Кропфа, кроются в истории городского самоуправления немецких земель: с 1300-х гг. города должны были сами обеспечивать свою защиту, собирая дружины из ресурсов жителей. Появился институт военных дружин, состоящих из вооруженных горожан, членов ремесленных цехов и гильдий: «В Бамберге, например, я знаю, в хронике городского магистрата записано воззвание к цехам и гильдиям явиться в городской магистрат для получения оружия. Это был фактически момент основания стрелковых ферайнов в Бамберге. И к этой дате восходит один из стрелковых ферайнов города, привилегированный коллектив “Schützengesellschaft 1306 Bamberg”, а с годами стали открывать все больше стрелковых обществ, как, например, в 1898 г. наше общество “Эдельвейс”» (ПИМА 2009: № 3). Дальнейшее развитие обществ было тесно связано со стрелковым спортом и развитием доступного спортивного оружия для расширения круга участников.

<sup>3</sup> *Sand Gma* — бамб. диал. от нем. *Sandgemeinde*, община района Занд в Бамберге.

Выраженная тенденция к образованию и популярности названного типа третьих мест наблюдается в Германии именно в таких типах поселений, как деревни, малые и средние города с присущими им административными, пространственными характеристиками, а также особенностями коммуникативных каналов.<sup>4</sup> И сельское сообщество, и малые/средние города сходны по самосознанию жителей и социальным структурам. Население таких образований обнаруживает большой процент постоянных жителей-домовладельцев, не в первом поколении проживающих в селе/районе города, связанных тесными соседскими, дружескими, коллегиальными или родственными отношениями. В отличие от урбанной гетерогенной среды больших городов-метрополий, предлагающих разнообразные альтернативы упоминавшимся Р. Ольденбургом «мужских мест», как то: кафе, клубы, бары, дискотеки и т. п., малые города и деревни ограничены в выборе предложений досуга и культуры, с одной стороны, и рамками традиции общинной жизни, с другой. Именно поэтому зачастую ферайны объединяют не только рядовых горожан, но и видных локальных общественных деятелей (см. вклейку рис. 19). Показательным видится отрывок из интервью с председателем стрелкового общества Бамберга «Эдельвейс»:

Инт.: Какое значение имел такой ферайн как «Эдельвейс» для квартала Занд?

Инф.: Общество стрелков «Эдельвейс» в 50–60-е гг. было одним из ферайнов, расположенных в центре города, в котором происходила жизнь общества. Высокие особы, представители городской власти в Бамберге жили в квартале Занд. В нашем ферайне состоял бургомистр Шляйер, потом тогдашний шеф полиции Фридебекс, все они участвовали в нашем ферайне, потому что здесь в квартале Занд социальная жизнь крутилась вокруг сообщества (ПМА 2009: № 3).

Другая важная черта рассматриваемых мной ферайнов как виртуальных «третьих мест» — это роль своеобразного «клапана» и среды, которая содействует креативному взаимодействию людей и удовлетворению потребностей в творческой самореализации. Как упоминалось, предложения досуговой и культурной сферы в малых/средних городах, а особенно деревнях ограничены, как и возможности карьерного роста и творческого движения в большинстве профессий, востребованных в таких населенных пунктах. Участие в деятельности ферайнов видится компенсационной стратегией в достижении баланса повседневной жизни, о котором пишет Р. Ольденбург (2014: 56), — жизни, сочетающей дом, производство/получение прибыли и сферу открытого общения, которое является одновременно основой создания общества и его лучшим результатом, делая людей счастливыми.

Именно по этой причине, как мне представляется, мои информанты почти всегда комбинировали участие в различных ферайнах, состоя иногда сразу в нескольких локальных коллективах разного подчинения и направленности: «Тогда была Лисль Рост, эта женщина была задействована в разных ферайнах, в объединении овощеводов и в Sand Gma тоже» (ПМА 2009: № 2); «Дело в том, что многие люди, которые являются членами *Bürgerverein*,<sup>5</sup> одновременно входят в общество Sand Gma или наоборот. Лично я — член *Bürgerverein*, член Sand Gma и многие из нас так же. И потому на разных мероприятиях мы постоянно видимся с ними, это одни и те же люди» (ПМА 2009: № 2); «Я сохраняю связи с *Bürgerverein*, потом я уже год возглавляю общество стрелков (Эдельвейс). В Цехе рыбаков я тоже членствую» (ПМА 2009: № 3).

<sup>4</sup> Подробнее см.: (Бучатская 2012).

<sup>5</sup> *Bürgerverein IV. Distrikt e.V.* — зарегистрированное общество жителей района Бамберга, в которое входит упоминавшийся квартал Занд, но охватывающее более широкую историческую территорию в горной части города.

Кроме того, функция ферайнов как среды творческой самореализации проявляется в их взаимодействиях с различными практиками репрезентации традиционной культуры в регионе. Остановлюсь на этом подробнее.

В календаре культурных событий Франконии отмечен целый ряд мероприятий, тематически и исторически связанных с народной традицией, и указано время и место их проведения, поскольку подобные информационные издания рассчитаны на внешнего посетителя — гостя из соседних регионов или туриста. Широко отмечаются праздники традиционного календарного цикла, ставшие сегодня частью поп-культуры. Такие праздники неизменно демонстрируют явно прочитываемую апелляцию к традициям региона, используют в своем инструментарии объекты, символы и различные нематериальные элементы народной традиции. Так, кульминацией всех праздников являются шествия участников, выступления музыкальных или танцевальных коллективов (см. вклейку рис. 17), игры или специфические мероприятия, восходящие в конечном итоге к древним ритуальным действиям (установка майских деревьев, игровое состязание «убиение петуха», возжигание костров/огней, стрельбы и т. д.). Все названное составляет развлекательную природу такого праздника: он и раньше служил поводом к общению, знакомствам и сближению членов общины. Эта консолидация, на мой взгляд, является единственной неизменной до сегодняшнего дня функцией деревенского праздника в жизни общины.

Подобный массовый праздник в своей деревне/малом городе играет роль, сходную с ролью городских мест отдыха и развлечений, приводимых Ольденбургом в качестве «третьего места», с той оговоркой, что праздник в силу своей исключительности в ряду будней не может быть доступен в любое удобное время. Тем не менее нельзя не признать, что такие взаимодействия общины свободны и неформальны, предполагают общение вне статусов и социальных ограничений, локализованы в общественном пространстве (улицы, площадь и гаствиртшафты) и служат оплотом социальной жизни.

К последнему заключению можно прийти, если проанализировать процесс организации всех названных действий. В подготовке и реализации их участвуют всегда одни и те же люди, и эти люди входят в описанные выше ферайны. Из года в год, из деревни в деревню в карнавалы шествиях разных деревень округа Бамберг принимают участие одни и те же коллективы, часто даже в одних и тех же одеждах. Карнавалы/«фашинговые» общества Меммельсдорфа, Баунаха, Оберхайда принимают участие в шествиях Бамберга и всех указанных селений по очереди. В мероприятиях престольных праздников деревень Верхней Франконии участвуют одни и те же музыкальные и стрелковые коллективы, организованные в культурные объединения — народные, земельные или фольклорные. Носителями уникального для Франконской Швейцарии красочного весеннего праздничного действа *Fossaleggn* являются фольклорные коллективы деревни (ферайны) — Общество народных костюмов (*Volkstrachtenverein Effeltrich*), Певцы и музыканты деревни Эффельтрих (*Effeltricher Sänger und Musikanten*), а также *Burschenverein* (союз молодых неженатых парней деревни) (см. вклейку рис. 18). Период карнавалы недели отмечен во Франконских деревнях и городках многочисленными танцевально-костюмированными вечерами и красочными уличными шествиями, которые формируются из проходящих по улицам города/села костюмированных групп, приветствующих зрителей или же демонстрирующих подготовленные ими сатирические плакаты, инсценировки и т. д. Как правило, подобные группы составляют различные ферайны — танцевальные, спортивные или имеющие иную общественную направленность. Многочисленные танцевально-костюмированные вечера во время карнавалы празднеств также инициированы и подготовлены различными ферайнами. Они проходят в форме закрытых мероприятий, объединяющих членов определенных

коллективов и объединений, доступных, однако, и другим посетителям. О них даются объявления в окружной культурно-информационной прессе, помимо локальных объявлений внутри села «для своих». Существуют балы стрелков, танцевальные вечера пожилых людей, домохозяек и т. п. (*Rosenmontagsball, Faschingstanz*), проводящиеся в помещениях соответствующих обществ-ферайнов (*Ver-einslokal*) в воскресенье или понедельник фашинга (Архив МАЭ РАН. Ф. К-1. Оп. 2. № 1898. Л. 159).

Приведу несколько показательных примеров взаимодействия ферайна как места и практики досуга с репрезентациями праздничных традиций. Во франконских деревнях поддерживается («переизобретенная», по Э. Хобсбауму) традиция оформления пасхального источника (нем. *Osterbrunnen*): ежегодно за две недели до Пасхи фонтан на центральной площади города/деревни или главный в прошлом деревенский источник (колодец, колонку, родник) украшают гирляндами из еловых ветвей, на которых укрепляют множество расписанных пасхальных яиц. Это действие находится в ведении женщин соответствующего села, объединенных в ферайн «Landfrauen Litzendorf» (Vereine Litzendorf 2018). В течение всего года в свободное от работы время или по вечерам они собираются в общинном доме деревни и в форме мастер-классов или кружка рисования под руководством профессиональной художницы занимаются росписью яиц-писанок, одновременно обучаясь и экспериментируя с такой своеобразной формой живописи (Архив МАЭ РАН. Ф. К-1. Оп. 2. № 1898. Л. 128–130). Для значительной части общины (женщины и дети) возможность приходить вечерами в мастерские в течение всего года обеспечивает досуговую и культурную жизнь в селах и активное межсоседское общение.

Во многих деревнях Германии, во Франконии в том числе, еще в середине XX в. была широко распространена традиция любительского птицеводства и разведения малых пород домашних животных, которая поддерживалась в формате зарегистрированных обществ — ферайнов, проводивших соревнования, выставки, базары и т. д. Разведение голубей, их продажа, обмен были популярными практиками франконских сел, практически в каждом дворе была своя голубятня.<sup>6</sup> В настоящее время разведение голубей потеряло былую популярность и поддерживается только некоторыми пожилыми членами общин, и потому количество мероприятий, связанных с этим видом досуга, сильно сократилось. Очевидно, по этой причине ферайны ищут иные ниши для публичной реализации своей деятельности, обращаясь в этих поисках к региональным традициям и получая ответ в народном празднике как самой востребованной форме «посттрадиционной» традиционности. Так, общество по разведению мелких животных из франконской деревни Меркендорф (Kleintierzuchtverein Merken-dorf) в начале 2000 г. по собственной инициативе приняло участие со своими питомцами в традиционном сельском престольном празднике соседней деревни Вайхендорф (Weichendorfer Kerwa): в знак открытия двухдневного праздника выпускают в небо почтовых голубей. Начинание подхватили и сделали традицией организаторы вайхендорфской кервы. Теперь ежегодно после процедуры установки «дерева кирмеса» в месте проведения праздника и торжественной речи бургомистра деревни открывают доставленную из Меркендорфа клетку с белыми голубями, состоящую из шести ярусов, откуда вылетают голуби и в течение оставшегося дня проносятся стаями над деревней и заполненной празднующими людьми улицей (Архив МАЭ РАН. Ф. К-1. Оп. 2. № 1898. Л. 202).

В маленькой, хорошо известной только местным жителям пивоварне Отто Хюбнера «Hübnerbräu» в с. Штайнфельд каждый четверг во время фашинга, начиная с января, проходит вечер под названием *Taubenmarkt* («Голубиный базар»). Это очень необычное и уникальное для Штайнфельда

<sup>6</sup> См. напр., репортаж о прошлом голубиногo промысла в Штайнфельде (Der Taubenmarkt ohne Tauben 2018), хроники и сообщения обществ по разведению голубей в разных регионах (Kleintierzuchtverein Möhrendorf-Bubenreuth 2018; Taubenzuchtverein in schwieriger Zeit... 2015; «Goldene Tauben»... 2018).

мероприятие. Этимология названия приводит к давней, но утраченной традиции устраивать перед Великим постом птичьи рынки и иные базары, на которых продавались мелкие домашние животные. В сегодняшних *Taubenmärkte* в Штайнфельде не найти прямой связи с этими базарами, но известно, что вечера в пивоварне с розыгрышем ценных съестных призов организованы деревенским объединением заводчиков голубей и мелких домашних животных. Один из последних заводчиков голубей в деревне, Норберт Шмидтлер, в 1984 г. собрал в деревенской пивоварне Отто Хюбнера круг друзей и основал «Общество по разведению мелких домашних животных у Отто», а спустя некоторое время организовал первый голубиный базар. В течение 33 лет его жена Карин готовила угощения по этому случаю, а Норберт торговал животными: «Пару голубей в клетку, некоторые были непородистые, но мы хотели сделать гешефт, потом пошло со зверями покрупнее — у нас были даже свиньи или козы, или овцы, это приносило деньги, это был такой спектакль, удовольствие было огромно, но проблема в том, что это было нелегально, не было разрешения. И в какой-то момент мы перестроились на мясо животных. Мы могли прямо на столе разделить свиную тушу — теперь ты не сможешь это сделать. Закончились золотые времена» (*Der Taubenmarkt ohne Tauben*) (см. вклейку рис. 15).

Сегодня под традиционным названием скрывается умело организованное для жителей близлежащих деревень веселое времяпрепровождение среди рабочей недели: розыгрыш в карты призов — свиной ноги, колбас, хлебов, которое сопровождается пивом от Отто, песнями и народной музыкой от местных подвыпивших музыкантов и специфическими угощениями (Архив МАЭ РАН. Ф. К-1. Оп. 2. № 1964. Л. 2–5). Функции ферайна фактически изменились: деятельность переместилась от промысла в развлекательную сферу. Сегодня востребованным оказывается само наличие ферайна как традиции, а вместе с ним — отдельных элементов этой традиции. В частности, в цитируемом репортаже подчеркивается: «бюрократические препоны не смогут отнять у участников базара традицию — с момента основания ферайна подают суп из говяжьего рубца “die sauren Fleck”, который готовит хозяйка пивоварни и член ферайна Аннемари Вилль и ее дочь Катрин только к голубиному базару. Люди едят охотно, потому что такой суп нынче очень редок. Рецепт изобрел ферайн заводчиков мелких животных Штайнфельда, смесь приправ и ингредиенты держатся в секрете» (*Der Taubenmarkt ohne Tauben*).

На мой взгляд, на активном посещении и волонтерском участии в организации подобных зрелищ молодыми людьми сказывается упомянутая выше ограниченность набора досуговых мероприятий в селе (особенно в зимнее время и воскресенья), что часто повторяется в моих тогдашних дневниковых записях:

«Байерсдорф казался пустым — все население пожаловало на праздник. И это понятно. Воскресенье даже в крупных городах, как Бамберг, день тихий и мертвый. Для деревни — и вовсе. А сегодня еще и дождь льет с утра. Такие мероприятия дают людям вздохнуть среди будней и рутинной жизни, пообщаться, повеселиться, напиться, потанцевать, встретить знакомых. Так что не удивительно, что люди в Байерсдорфе будут сегодня сидеть в зале до самой ночи» (Архив МАЭ РАН. Ф. К-1. Оп. 2. № 1898. Л. 111).

Еще одно важное обстоятельство, которое сказывается на популярности объединений, связанных с подготовкой деревенских праздников, — это распространение феномена внутренней экзотики (Bausinger 1961: 93), характеризующего культуру европейского, в частности немецкого, общества в XX в., когда локальная или региональная специфика обретает статус культурного капитала.



Иначе говоря, в современном техногенном глобализованном обществе экзотизируется не только «иноэтническое», но и собственное народное, локальное, деревенское. Наличие такого культурного капитала тесно переплетается с коммерческими интересами туристической индустрии и деревенских гастрономических заведений. Именно поэтому востребованный (в том числе гостями) деревенский праздник в народном стиле предоставляет удачную возможность самопрезентации указанных локальных коллективов, служа своеобразной сценой виртуальных деревенских «третьих мест», потому что по традиционным канонам требует участия стрелков, танцоров, музыкантов, ремесленников и т. д. (см. вклейку рис. 20), деятельность которых протекает сегодня в рамках ферайнов, в наибольшей степени развитых и многочисленных, как утверждает немецкий социолог и урбанист Рольф Линднер, именно в таких обозримых по размерам населенных пунктах (Lindner 2010: 38).

Ключевым моментом в понимании причин популярности ферайнов как основной среды досуга является общение, возможность объединения и совместного действия: «Наше общество (Эдельвейс) имеет дружеские отношения с обществом стрелков из Хамельна. С другими коллективами мы тоже дружим, но дело в том, что часто бывает так, что ты выступаешь на соревнованиях с коллективами, встречаешься время от времени, и возникают приятельские отношения, дружеские даже. Но бывают такие отношения, когда можно сказать, что стрельба не приносит удовольствия, потому что те коллективы ориентированы только на результат и не хотят общения. А для меня в спорте всегда важно общение: после турнира нужно иметь возможность вместе посидеть, выпить пива. Здесь, например, на нашем стрельбище. Чтобы после всего вместе посидеть и завести дружбу» (ПМА 2009: № 3).

Потребность в самовыражении через репрезентацию локальных культурных традиций реализуется через радость и удовлетворение от совместности, на которую указывает Ольденбург и которая вербализуется и во франконском кейсе: «Наш Skiverein объединяет 1 200 человек, и там много движения: все равно какой вид спорта — все вместе, играют или болеют, дружат благодаря ферайну. И тогда у людей есть желание и радость праздновать вместе, вместе танцевать и устраивать мероприятия на праздники — керву или фашинг» (ПМА 2009: № 1). В этом же ряду находится и цитированное выше замечание главы стрелкового общества Бамберга о важности ферайна как сообщества для жизни квартала в послевоенные годы.

Можно говорить о том, что участие в общинной жизни в разных формах и локализациях указывает на описанное Ольденбургом «третье место» в его деревенском варианте (или сходном с ним по природе варианте малого/среднего города). Объединения людей по интересам, в конечном итоге, оказываются направленными на активизацию межсоседских отношений в деревенской общине и городе, что в XX в. было особенно актуально в связи с необходимостью интеграции в деревенское сообщество новых членов — переселенцев с восточнопрусских территорий, а в последние десятилетия XX в., отчасти, и мигрантов.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Архив МАЭ РАН 2008–2009 — Архив МАЭ. Ф. К-1. Оп. 2 № 1898. Бучатская Ю. В. Традиционная сельская и городская праздничная обрядность, бытовая культура и производственно-ремесленный цикл в некоторых регионах Южной Германии Полевой дневник. 2008–2009.

Архив МАЭ РАН 2010 — Архив МАЭ. Ф. К-1. Оп. 2 № 1964. Бучатская Ю. В. Карнавальная обрядность Германии: франконский фашинг, рейнский карнавал, шварцвальдский фаснет. (Д. Штайнфельд, д. Оберхайд, д. Меммельсдорф, г. Майнц, г. Роттваиль). 6–28 февраля 2010 г. Полевой дневник. Принтерный вывод.

Гагин В. Н. Национальные праздники и обряды, или праздничность как феномен русской культуры. Теоретический и исторический аспект. М.: Профиздат, 2005. 319 с.

Иванова-Бучатская Ю. Бамбергская «Зандкерва» и человеческий фактор: размышления о специфике немецкого среднего города на примере одного праздника // Антропологический форум. 2012. № 17. С. 230–254.

Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. М.: НЛЮ, 2014. 456 с.

ПМА 2009 — Полевые материалы автора. Записи и расшифровки интервью.

Развлекательная культура России XVIII–XIX вв. Очерки истории и теории. СПб.: Дмитрий Буланин, 2000. 528 с.

Bausinger H. Volkskultur in der technischen Welt. Frankfurt; N. Y.: Campus, 1961. 219 s.

Chick G. Leisure and Culture: Issues for an Anthropology of Leisure // Leisure Sciences. An Interdisciplinary Journal. 1998. Vol. 20, iss. 2. P. 111–133.

Chick G. Leisure's Anthropology and the Anthropology of Leisure: The Coverage of Anthropology in Leisure Texts and Leisure in Anthropology Texts // Schole: A Journal of Leisure Studies and Recreation Education. 1999. Vol. 14., iss. 1. P. 19–35.

Der Taubenmarkt ohne Tauben // ARD-Mediathek. URL: <http://www.ardmediathek.de/tv/Frankenschau/Der-Taubenmarkt-ohne-Tauben/BR-Fernsehen/Video?bcastId=22673646&documentId=51137714> (accessed: 15.04.2018).

“Goldene Tauben” beim Kleintierzuchtverein Neuendettelsau // Unsere Fränkische Heimat. Habewind News. URL: <https://habewind.de/goldene-tauben-beim-kleintierzuchtverein-neuendettelsau/> (accessed: 15.04.2018).

Kleintierzuchtverein in schwieriger Zeit mit aufgebaut // inFranken.de 17.07.2015. URL: [https://www.infranken.de/regional/artikel\\_fuer\\_gemeinden/Taubenzuchtverein-in-schwieriger-Zeit-mit-aufgebaut;art154303,1123190](https://www.infranken.de/regional/artikel_fuer_gemeinden/Taubenzuchtverein-in-schwieriger-Zeit-mit-aufgebaut;art154303,1123190) (accessed: 15.04.2018).

Kleintierzuchtverein Möhrendorf-Bubenreuth e.V. Chronik. URL: <http://www.ktzv.net/Chronik.htm> (accessed: 15.04.2018).

Leisure Matters. The State and Future of Leisure Studies. Pennsylvania: Venture Publishing Inc., 2015. 363 p.

Lindner R. Maß und Mitte. Middletown revisited // B. Schmidt-Lauber (Hg.): Mittelstadt. Urbanes Leben jenseits der Metropole. F./M.: Campus Verlag, 2010. S. 37–52

Tourismus 2020+ interdisziplinär. Herausforderungen für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Hg. von A. Zehrer, A. Grabmüller. Berlin: Ehrich Schmidt Verlag, 2012. 336 S.

Vereine Litzendorf. URL: <http://www.litzendorf.de/index.php?id=218,45&vid=40&oid=&literal=ALLE> (accessed: 15.04.2018).

Список информантов:

№ 1 — Михаэль Мор, второй бургомистр деревни Оберхарнсбах, председатель «Ortskulturring Burgebrach», Оберхарнсбах, 27.06.2009.

№ 2 — Райнер Хофман, член Bürgerverein IV. Distrikt, Sand Gma, Бамберг, 12.04.2009.

№ 3 — Эрвин Кропф, председатель стрелкового общества «Эдельвейс», Бамберг, 5.05.2009.



## **LEISURE IN FRANCONIA: FREE TIME PRACTICES AND TRADITIONS**

**ABSTRACT.** In the article the author analyzes leisure practices in German rural and urban communities on the example of the Upper Franconia region. The article is based on the abundant field data from the stationary fieldwork in Franconia in 2008–2010. Diverse societies and clubs (Verein) are treated as spaces of free interpersonal creative interaction of people, in accordance with Ray Oldenburg’s concept of “the third place”.

A clear trend towards the formation and popularity of these clubs and societies as virtual “third places” can be observed in Germany in villages, small and middle towns. These settlements have similar administrative and spatial characteristics, as well as close social networks. Culture and leisure facilities there are relatively limited. An important function of these clubs and societies is to be a space and a stage for people’s creative self-realization. In Franconia, this function is manifested in the interactions of clubs with various representation practices of German traditional culture.

Participation in the activities of associations or clubs is obviously a compensation strategy in achieving a balance in everyday life, which R. Oldenburg mentioned — a life combining a house, production/receiving a profit and an open communication that fosters inter-neighborhood relations in a village community and in a town.

**KEYWORDS:** leisure, traditions, festive culture, community, Franconia, Germany

**JULIA V. BUCHATSKAYA** — Candidate of Historical Sciences, Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography (Kunstkamera) of the Russian Academy of Sciences (Russia, Saint Petersburg)

E-mail: [julia.butschatskaja@yahoo.de](mailto:julia.butschatskaja@yahoo.de)



Рис. 15. Отто Хюбнер, владелец пивоварни Hübner Bräu в д. Штайнфельд, Германия.  
Фото Ю. В. Бучатской, 2010



Рис. 16. Эдельгард Кох, «бургомистр» общества «Занд гма», Бамберг, Германия.  
Фото Ю. В. Бучатской, 2009



Рис. 17. Шествие музыкантов во время празднования Зандкервы. Бамберг, Германия.  
Фото Ю. В. Бучатской, 2009





Рис. 18. Члены Буршеншафта (общество неженатых молодых людей) в костюмах *Fossalegn* (образов, прогоняющих зиму), д. Эффельтрих, Германия.  
Фото Ю. В. Бучатской, 2009



Рис. 19. Председатель стрелкового общества «Эдельвейс» Эрвин Кропф вручает отличительный знак победителю турнира 2009 г. бургомистру Бамберга Андреасу Штарке.  
Бамберг, Германия. Фото Ю. В. Бучатской, 2009





Рис. 20. Члены стрелкового общества «*Edelweiß*» в униформе с нагрудными отличительными знаками. Германия, Бамберг. Фото Ю. В. Бучатской, 2009