

Секция «31.10 Социология религии и культуры: ценности, смыслы, идентичности»

Теория религиозно-секулярной конкуренции как аналитическая рамка исследования религиозной конверсии

Научный руководитель – Ситников Алексей Владимирович

Боровик Дмитрий Александрович

Аспирант

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт государственной службы и управления, Факультет международного регионоведения и регионального управления, Москва, Россия
E-mail: dmitriy.silent2077@yandex.ru

Религиозная конверсия является многогранным процессом, который лучше всего понимается в контексте не только внутренней мотивацией неофита или влиянием религиозного контекста в ходе обращения, но и общим контекстом конкурентных отношений между религиозными и секулярными предложениями в рынке смыслополагающих систем. Аналитическая рамка религиозно-секулярной конкуренции даёт инструменты объяснения, почему индивид выбирает религию или секулярный «путь» в конкретных институциональных и культурных условиях, связывая личностные мотивы на микроуровне с макроструктурами общественной жизни. [1, 11].

Теория религиозно-секулярной конкуренции, разработанная швейцарским социологом религии Ю. Штольцом, рассматривает религию и секулярные формы организации жизни как альтернативные способы удовлетворения потребностей в смысле, социальной поддержке, нормативной ориентации и объяснении реальности [6, 27]. Религиозные организации, государственные институты и секулярные структуры выступают как участники конкурентного взаимодействия, стремящиеся к признанию своего когнитивного и нормативного авторитета со стороны индивидов [7, 305]. В отличие от моделей, объясняющих изменения религиозности главным образом «утратой веры» или внутренним ослаблением религиозных институтов, данный подход обращает внимание на внешние условия выбора: институциональную среду, распределение ресурсов и стимулы, а также борьбу за символическое влияние в публичной сфере [3, 529]. В контексте постсоветских трансформаций эта рамка позволяет объяснить как рост религиозности при благоприятной институциональной конфигурации, так и её снижение в ситуациях, когда секулярные институты эффективнее выполняют соответствующие социальные функции [1, 22].

По сравнению с классической теорией секуляризации аналитическая рамка конкурентной теории не делает предопределённого вывода о неизбежном снижении религиозности при модернизации, как отчасти об этом пишет С. Брюс [2, 198]. Секуляризация объясняется здесь не только технологическим прогрессом, но и изменением отношений предложения и спроса. Если секулярные институты решают те же жизненные проблемы эффективнее и становятся доступнее, религия теряет притягательность, но при иных институциональных условиях она может удерживать или наращивать влияние.

В отличие от классической теории религиозного рынка, которая подчёркивает роль конкуренции между религиозными организациями внутри «рынка» религий, религиозно-секулярная конкуренция расширяет поле: она включает конкуренцию между религиозными и нерелигиозными (государственными, научными, благосостоянием) предложениями [5, 193]. То есть религия конкурирует не только с другой верой, но и, например, с светской психотерапией, правом, образованием и т.д. Это позволяет нам объяснить случаи, когда религия утрачивает свое влияние из-за переноса некоторых своих функций к секулярным

институтам или, наоборот, когда религиозные организации занимают какие-то социальные ниши, оставшиеся вакантными у государства [6, 140].

Дальнейшие перспективы исследований с использованием рамки религиозно-секулярной конкуренции предполагают:

- развитие микро- и мезоуровневых исследований конверсии с учётом изменения доступности религиозных и секулярных ресурсов во времени [1, 20];
- применение количественных моделей рационального выбора и анализа «стоимости перехода» (Например, влияние социальной стигматизации при конверсии) [5, 112];
- исторические реконструкции динамики конкуренции в постколониальных и постсоциалистических обществах [6, 210];
- изучение цифровых форм религиозности и их влияния на конфигурацию религиозно-секулярной конкуренции [7, 315].

Таким образом, религиозно-секулярная конкуренция представляет собой продуктивную аналитическую рамку для исследования религиозной конверсии, поскольку позволяет связать индивидуальные решения с институциональной структурой возможностей и ограничений. Она смещает акцент с линейных моделей упадка или внутрисистемных объяснений на динамику взаимодействия религиозных и секулярных акторов, конкурирующих за социальные функции, нормативный авторитет и символическое влияние. Такой подход обеспечивает более гибкое и эмпирически проверяемое объяснение вариативности процессов конверсии в разных социальных и политических контекстах.

Источники и литература

- 1) Исаева В. Б. Современные тренды и перспективы развития социологии религиозной конверсии // Вестник антропологии. 2022. № 4. С. 7–25.
- 2) Bruce S. Secularization: In Defence of an Unfashionable Theory. Oxford: Oxford University Press, 2011. 243 p.
- 3) Fox J. The Secular–Religious Competition Perspective in Comparative Perspective // Politics and Religion. 2019. Vol. 12, № 3. P. 524–534.
- 4) Norris P., Inglehart R. Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 384 p.
- 5) Stark R., Finke R. Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion. Berkeley: University of California Press, 2000. 343 p.
- 6) Stolz J., Könemann J., Schnewly Purdie M., Englberger T., Krüggeler M. (Un)Believing in Modern Society: Religion, Spirituality, and Religious-Secular Competition. London; New York: Routledge, 2016. 296 p.
- 7) Stolz J., Tanner P. Elements of a Theory of Religious-Secular Competition: Theory and Examples // Política & Sociedade. 2017. Vol. 36, № 36. P. 295–323.