

2. *Gempel' K.* Motivy i ohvatyvajushchie zakony v istoricheskom objjasnenii // Filosofija i metodologija istorii: Sb. statej / Pod red. I. S. Kona. M.: Progress, 1977.
3. *Gorjunktov S.* Global'nyj krizis kak shans poumnet'. SPb.: Nравstvennyj mir, 2009.
4. *Mironov B. N.* Istorik i sotsiologija. L.: Nauka, 1984.
5. *Kireevskij I. V.* O haraktere prosveshchenija Evropy i ego otnoshenii k prosveshcheniju Rossii // V poiskah svoego puti: Rossija mezhdru Evropoj i Aziej. M.: Logos, 1997.
6. *Pechchei A.* Chelovecheskie kachestva. M., 1989.
7. Postneklassicheskie praktiki: Opyt kontseptualizatsii / Pod obshej red. V. I. Arshinova i O. N. Astafevoj. Spb.: Mir, 2012.
8. Problemy gumanitarnogo poznanija. Novosibirsk: Nauka, 1986.
9. Sotsiologija vtoroj pol. XX — nach. XX v. / Ruk. Ju. N. Davydov. M.: Gaudeamus, 2010.
10. Blackwell Encyclopedic Dictionary of Human Resource Management. Ed. By L. H. Peters... [et al]. Mass.: 2000.
11. Handbook of science and technology studies. Ed. By Sheila Jazanoff ... [et al]. Sage Publications, L.: 1995.
12. Strategies for Internationalization of Higher Education. Ed. By Hans de Wit. Amsterdam, 1995.
13. Theory of Knowledge. Course Companion. Ed. by E. Dombrowski... [et al]. Oxford, 2007.

В. Б. Исаева

СОВРЕМЕННЫЕ КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ СОЦИОЛОГИИ КОНВЕРСИИ

Статья посвящена проблеме концептуализации процесса религиозной конверсии в современной социологии. Конверсия трактуется как обращение в нетрадиционные религии (новые религиозные движения и инокультурные мировые религии). Автор выделяет и подробно рассматривает три значимых концептуальных модели конверсии: интегративную, рыночную и биографическую.

Ключевые слова: социология конверсии, процесс религиозной конверсии, концептуальная модель, этапы конверсии, рациональный выбор, функции конверсии.

V. Isaeva

Modern Conceptual Sociological Models of Religious Conversion

The article considers modern conceptual models of religious conversion. Conversion is understood as an affiliation with non-conventional religions (new religious movements and foreign universal religions). Integrative, market and biographical analytic models are distinguished and described.

Keywords: sociology of conversion, process of religious conversion, conceptual model, stages of conversion, rational choice, functions of conversion.

Диверсификация форм религиозности во второй половине XX века и научный интерес к взаимосвязи социальных и религиозных процессов содействовали образованию самостоятельной социологической дисциплины — социологии конверсии. В англо-американской научной традиции ещё в

1960-е гг. начинается активное социологическое изучение нетрадиционной религиозности с применением специфической методологии и с выработкой соответствующей теории. Преимущественно на материалах эмпирических исследований новых религиозных движений (НРД) в 1960–1980-е гг.

разрабатываются теоретико-методологические подходы, сегодня считающиеся классическими для социологии конверсии*. Идея создания отдельной дисциплинарной области появилась относительно недавно, в начале 1990-х гг. Выход в свет диссертационной работы немецкой исследовательницы М. Вольраб-Сар [13] имел значимые последствия для её становления: исследовательница проследила концептуальную динамику и определила предметную область социологического изучения конверсии. Предметом данной дисциплины выступает выявление социальной обусловленности обращения в нетрадиционные религии (НРД и мировые религии) и последствий процесса религиозной конверсии для социальной структуры общества. Несмотря на существование самостоятельной дисциплины и наличие большого количества эмпирических и теоретических работ, в отечественной научной традиции эти достижения малоизвестны. Для того чтобы хотя бы отчасти восполнить этот пробел, настоящую статью мы посвятим современным теоретическим моделям конверсии, зарекомендовавшим себя в социологии и неоднократно применявшимся в эмпирических исследованиях. Мы выделили три современных модели религиозной конверсии и дали им следующие названия: интегративная, рыночная и биографическая.

Интегративная модель конверсии Л. Рамбо, профессора психологии и религии из Сан-Франциско, не является строго социологической, она базируется на разработках социологов, психологов, антропологов и представителей религиозных конфессий [10]. Несмотря на то, что модель была представлена в монографии 1993 года, сегодня она приобрела ещё большую актуальность вследствие тенденции к междисциплинарности, наметившейся в зарубежной науке в сфере исследования религии. Модель была разработана на основе интервью с американцами из Церкви объединения**, китайцами и японцами, обратившимися в христи-

анство, христианами, перешедшими в иудаизм.

Рамбо рассматривает конверсию как процесс, имеющий темпоральное измерение, поэтому концептуальная модель представляет его как набор элементов, образующих этапы и оказывающих кумулятивное воздействие на индивида. Рамбо выделяет семь этапов и даёт им краткое обозначение: контекст, кризис, поиск, встреча, интеракция, религиозная принадлежность, последствия.

Первый этап, «контекст», подразумевает влияние некоторой ситуации на индивида. Рамбо рассматривает макросоциальные условия политики, экономики и культуры и микроусловия непосредственного окружения индивида. Указание на необходимость учитывать динамику взаимообусловленности макро- и микроуровней социетальной системы является значимым преимуществом модели Рамбо, в отличие от классических подходов, разрабатывавшихся в 1960–1980-е гг. Рамбо пишет об условиях как о «матрице», «экологической среде», в которой становятся возможными индивидуальные конверсии [8, p. 439, 441]. Этой средой могут служить такие макросоциальные процессы, как христианизация, модернизация, секуляризация и др., затрагивающие все подсистемы общества. Влияние ситуации может стать причиной *кризиса* — смысловой дезориентации, потери человеком четких ценностных и нормативных ориентиров. Переживание кризиса способно подтолкнуть индивида к началу религиозного *поиска*. Модель Рамбо предполагает активную роль актора в попытке преодоления сложившейся ситуации и решения жизненных проблем. К такой позиции склоняется большинство современных социальных исследователей религии, поэтому «поиск» выделен как отдельный этап процесса конверсии [9].

«Встреча» и «взаимодействие» обозначают знакомство с одним или несколькими адептами религиозной группы и начало *ин-*

теракции с сообществом, включающей участие в ритуалах, использование нового религиозно-символического языка и исполнение новых ролей. *Религиозная принадлежность*, представляющая следующий этап в процессе конверсии, фиксирует новый статус индивида: он становится адептом религиозного сообщества, занимает определённую позицию в общине. Заключительный этап, «*последствия*», подразумевает рефлексию новообращенного о новой, картине мира, образе жизни, религиозной идентичности, он постоянно сравнивает свою прежнюю и настоящую жизнь, оценивает свое изменение [8, р. 1071–1072].

Рамбо отмечает, что его разработка представляет не универсальную и инвариантную модель конверсии, но эвристический инструмент, с помощью которого возможно организовать комплексные эмпирические данные и обширную литературу о религиозной конверсии [9, р. 881]. Модель Рамбо применялась в эмпирических исследованиях религиозной конверсии в различных социокультурных контекстах***. Несмотря на преимущества интегративной модели, необходимо отметить, что вследствие междисциплинарного характера она включает много элементов, нерелевантных для социологического фокуса анализа. Американский исследователь конверсии Д. Мэчелик замечает, что модель Рамбо слишком всеохватна и неопределённа, не задаёт четкого направления эмпирического исследования [6].

Модель конверсии Рамбо можно охарактеризовать как индуктивную, сформированную на основе первичного анализа интервью с конвертитами и вторичного анализа материалов многочисленных исследований процесса религиозной конверсии. Рыночная модель конверсии, напротив, построена по принципу дедукции на базе теории рационального выбора религии (ТРВ), или «рыночной теории религии», сторонники которой считают, что элементарные принципы экономики распространяются и на религиозную сферу общества. Американские со-

циологи Р. Старк и У. Бейнбридж были первыми, кто начал развивать теорию рационального выбора применительно к изучению религиозного поведения [11]. Концептуальными предпосылками её формирования послужили теория социального обмена Г. Хоманса и П. Блау и экономический подход к человеческому поведению Г. Беккера. Наиболее поздний вариант ТРВ представлен в совместной монографии Р. Старка и Р. Финке «Деяния веры, где авторы дают своё объяснение социальной природы религии» [12]. Эта работа во многом является продолжением и развитием совместного труда Старка и Бейнбриджа. Сами авторы определяют специфику своей версии теории сочетанием ТРВ с феноменологической традицией изучения религии, что находит своё выражение в интеллектуалистской (термин М. Гамильтона [5]. — *И. В.*) трактовке религии как смысловой системы объяснения и интерпретации реальности. Теоретические положения верифицируются Старком и Финке на примере анализа литературы и статистики по религиозной ситуации и религиозности в Северной Америке и Европе.

Исходя из элементарных принципов социальной природы человека и его действия, рыночная теория религии концептуализирует индивида как рационально действующего актора, а процесс религиозной конверсии — как выбор, совершаемый им на рынке религиозных товаров и услуг. Старк и Финке считают, что сущностными макросоциальными условиями такого выбора являются религиозная свобода и плюрализм. Религиозные организации занимают разнообразные позиции в местной религиозной экономике, определяемые соотношением их ценностно-нормативной системы с ценностями и нормами общества. Данное обстоятельство обеспечивает индивиду ассортимент религиозных продуктов, из которого он выбирает наиболее соответствующие его вкусам и предпочтениям. Старк и Финке полагают, что религиозные предпочтения людей относительно стабильны, а изменения, происхо-

дящие в религиозной сфере, обусловлены динамикой предложения религиозных товаров. С их точки зрения, конверсия может быть объяснена тем, что на рынке появляются религиозные организации, которые способны лучше удовлетворять потребности индивидов, соответствовать их предпочтениям. [12, р. 86]. Однако поведение индивида в религиозной сфере кроме предпочтений определяется такими специфическими факторами, как социальный и религиозный капитал. Религиозный капитал является следствием религиозной социализации, понимаемой как приобретение навыков и знаний в религиозной сфере. Социальный капитал — это социальные связи с теми, кто может быть или является значимым другим. Ученые считают, что при выборе религии люди стремятся упрочить свой капитал, поэтому в нетрадиционные религии будут обращаться те, у кого религиозный капитал отсутствует или религиозная принадлежность носит формальный характер, так как в таком случае конверсия не будет сопровождаться для них значительными издержками. Конверсия также во многом определяется наличием эмоционально значимых отношений с адептами религиозной общины и отсутствием таковых за ее пределами [12, р. 118–121]. Подчеркнем, что понятие социального капитала в трактовке Старка и Финке отражает позитивистскую традицию концептуализации религиозной конверсии, согласно которой в процессе обращения определяющую роль играют социальные связи с представителями сообщества. Религиозный капитал, по замечанию критиков, — весьма спорная категория, так как сами знания о религии и практические навыки не могут оцениваться в терминах прибылей и издержек, а значит, не являются капиталом [5, р. 129].

Очевидно, что рыночная модель конверсии, в отличие от модели Рамбо, не учитывает все макросоциальные условия, необходимые для того, чтобы религиозная конверсия стала возможной. С точки зрения кри-

тиков [4; 5], религиозная свобода и плюрализм являются необходимыми, но недостаточными условиями для обращения в нетрадиционные религии. Кроме того, критикуется само понятие рациональности применительно к выбору религии. Ученые отмечают, что в рыночной модели конверсии имплицитно поставлен знак равенства между выбором религии и инструментальной рациональностью. Однако совершая выбор религии, человек может руководствоваться ценностной рациональностью [4] или эпистемологической рациональностью, связанной больше не с действиями, но со знаниями [5].

Необходимо отметить, что достаточно долгое время концептуализация религиозной конверсии сопровождалась теоретической дискуссией о радикальности изменений, происходящих с картиной мира, с поведением и идентичностью индивида. Сегодня исследователи пришли к консенсусу о том, что индивид может быть связан с общиной по разным аспектам: социальным, символическим или тем и другим вместе. Соответственно и изменения, происходящие в процессе конверсии, могут не носить радикального характера [2; 8]. В рыночной модели конверсии Старк и Финке предложили проводить различие субъективной и объективной религиозной принадлежности как разных форм религиозного участия [12, р. 103–104]. Субъективная религиозная принадлежность включает веру и знание доктрины, эмоции, испытываемые по отношению к религии. Объективная — участие в ритуалах, материальные инвестиции и следование нормам религиозной общины. Можно констатировать, что рыночная модель конверсии достаточно противоречива, тем не менее она открыла новую перспективу понимания нетрадиционной религиозности и неоднократно применялась в современных исследованиях религиозной конверсии [1; 4; 14].

Немецкая исследовательница М. Вольраб-Сар соглашается со сторонниками рыночной модели конверсии в том, что пони-

мание конверсии с необходимостью предполагает рассмотрение совершаемого индивидом выбора. Однако она замечает, что «один и тот же выбор, совершённый разными людьми, может иметь различное значение из-за их жизненного опыта» [14, p. 72]. Изучение религиозной конверсии подразумевает раскрытие «биографической рациональности», экспликации биографической динамики, имеющей своим следствием религиозный выбор и участие. Свои выводы Вольраб-Сар сделала на основе сравнительного исследования исламских общин конвертитов в Германии и в США. Объектом эмпирического изучения выступили 42 биографии афроамериканцев-мусульман и немцев-мусульман, полученные в ходе интервью, проведенных между 1992 и 1996 гг. [13].

Специфика теоретико-методологического подхода Вольраб-Сар характеризуется функциональной дефиницией процесса религиозной конверсии: конверсию она определяет как символическую трансформацию кризисного биографического опыта. Исследовательница указывает на то, что на современном этапе общественного развития индивид осознаёт себя через свою биографию, и именно кризисный опыт, переживаемый или пережитый индивидом, становится мотивом принятия новой религии. Эти мотивы только частично осознаются актором, поэтому их действия могут быть сопоставлены с понятием латентных функций Р. Мертон. В терминах функциональной теории кризисный биографический опыт является референтной проблемой, а конверсия — её решением [14]. Особенности конверсии как религиозной формы решения проблем заключаются в различении трансцендентного и имманентного: имманентная ситуация, спровоцировавшая жизненный кризис, переосмысливается индивидом в религиозном контексте, отсылающем его к трансцендентному. Через артикуляцию в религиозном языке значение кризисного опыта изменяется, и в этом состоит решение проблемы, связанное с конверсией [13, s. 124].

Центральная идея подхода Вольраб-Сар заключается в том, что в современном обществе конверсия выполняет ряд функций, которые определяются спецификой социокультурной среды. Вольраб-Сар предлагает исследовать феномен конверсии на трех уровнях — биографическом, групповом и культурном. Основные задачи исследования сводятся на индивидуальном уровне — к выявлению функций конверсии в биографии индивида; на групповом — к определению функциональной значимости конверсии для конкретной социальной группы и на культурном уровне — это определение функции конверсии для преодоления противоречий в социокультурной среде [13, s 118–119]. Несмотря на достоинства данной модели, следует отметить, что она абсолютизирует влияние такого субъективного фактора, как биографический опыт, и рассматривает преимущественно только одну форму религиозного участия — символическую/субъективную.

Очевидно, что авторы современных моделей религиозной конверсии — интегративной, рыночной и биографической, — проанализированных нами в статье, по-разному концептуализируют конверсию и предлагают разные теоретико-методологические основания для её изучения. Общей характеристикой моделей является стремление понять процесс конверсии в его комплексности, в субъектно-социальной обусловленности. Теоретические модели и эмпирические исследования, проведенные на их основе, привели современных исследователей к выводам о том, что концептуализация религиозной конверсии должна быть контекстуальна, ориентирована на тот исторически сложившийся тип социетальной системы, в котором она наблюдается [15; 9]. Исходя из такого посыла, можно утверждать, что применение рассмотренных моделей для прикладного исследования нетрадиционной религиозности возможно, но с необходимостью их модификации и адаптации к конкретной макросоциальной среде.

ПРИМЕЧАНИЯ

* К классическим моделям конверсии можно отнести теоретические подходы Дж. Лофланда и Р. Старка, пионеров социологического исследования конверсии; ролевую модель Д. Бромли и Э. Шупа, эволюционную модель конверсии и религиозной принадлежности Дж. Даутона и модель коммуникативного типа Б. Ульмера и Т. Лукмана (о классических моделях см. работы [3;13]).

** Церковь объединения — новое религиозное движение, основанное в 1959 г. в Корее Сан Мен Мун. В начале 1960-х первые миссионеры данного движения прибыли в США. В СМИ последователи Муна известны как муниты.

*** Модель религиозной конверсии Рамбо неоднократно апробировалась на примере изучения конверсии в ислам в различных социокультурных контекстах. См. работы L. Posten (*Islamic Da'wah in the West: Muslim Missionary Activity and the Dynamics of Conversion to Islam*, Oxford etc.: Oxford University Press 1992); A. Kose (*Conversion to Islam: A Study of Native British Converts*, London: Kegan Paul 1996); T. Boz (*Religious conversion, models and paradigms // Epiphany*. 2011. Vol. 4. № 1. P. 128-145.); A.S. Roald (*New muslims in the European context: the experience of Scandinavian converts // Muslim minorities*. Brill, 2004. Vol. 4. 375 p.).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Berzano L., Martoglio E.* Conversion as a new lifestyle: an exploratory study of Soka Gakkai in Italy // *Religion and the Social Order*. 2009. Vol. 17: Conversion in the Age of Pluralism. P. 213–241.
2. *Bromley D. G.* New religions as a specialist field of study // *The Oxford handbook of sociology of religion*, 2011. P. 723–738.
3. *Gooren H.* Reassessing conventional approaches to conversion: toward a new synthesis // *Journal for the scientific study of religion*. 2007. Vol. 46. № 3. P. 337–353.
4. *Gooren H.* The religious market model and conversion: towards a new approach // *Exchange*. 2006. Vol. 35. № 1. P. 39–60.
5. *Hamilton M.* Rational choice theory: a critique / *Oxford Handbook of Sociology of religion*. 2011. P. 116–130; *Wohlrab-Sahr M.* Women embracing Islam: Gender and conversion in the West // *Symbolizing distance. Conversion to Islam in Germany and United States*. University of Texas Press, 2006. P. 71–92.
6. *Machalek R.* Understanding religious conversion // *Journal for the scientific study of religion*. 1994. Vol. 33. № 2. P. 192–193.
7. *Palouzian R. F., Richardson J. T., Rambo L. R.* Religious conversion and personality change // *Journal of personality*. 1999. Vol. 67. № 6. P. 1048–1079.
8. *Rambo L.* Conversion studies, pastoral counseling, and cultural studies: engaging and embracing a new paradigm // *Pastoral Psychology*. 2010. № 59. P. 433–445.
9. *Rambo L. R., Bauman S. C.* Psychology of conversion and spiritual transformation // *Pastoral Psychology*. 2012. № 61. P. 879–894.
10. *Rambo L. R.* Understanding religious conversion. New Haven: Yale University Press, 1993.
11. *Stark R., Bainbridge W. S.* A theory of religion. New Jersey: Rutgers University Press, 1996. 386 p.
12. *Stark R., Finke R.* Acts of faith. Explaining the human side of religion. Berkeley: University of California Press, 2000. 343 p.
13. *Wohlrab-Sahr M.* Konversion zum Islam in Deutschland und den USA. New York: Campus Verlag, 1999. 403 s.
14. *Wohlrab-Sahr M.* Women embracing Islam: Gender and conversion in the West / *Symbolizing distance. Conversion to Islam in Germany and United States*. University of Texas Press, 2006. P. 71–92.
15. *Woods O.* The geographies of religious conversion // *The progress in human geography*. 2012. Vol. 35. № 4. P. 440–456.