

ОСНОВНІ ПОСТУЛАТИ ТЕОРІЇ РЕЛІГІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В СОЦІОЛОГІЇ РЕЛІГІЇ

Яремчук С. С.,

кандидат історичних наук, доцент,

докторант кафедри галузевої соціології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

У статті визначено концепт «релігійної економіки» та окреслена його пізнавальна функція. Розкрито дедуктивну теорію релігії. Охарактеризовано основні постулати теорії релігійної економіки в соціології релігії, зокрема релігійних компенсаторів, релігійного капіталу, «дорогих» церков та релігійних ніш.

В статье определено концепт «религиозной экономики» и очерчена его познавательная функция. Раскрыта дедуктивную теорию религии. Охарактеризованы основные постулаты теории религиозной экономики в социологии религии, в том числе религиозных компенсаторов, религиозного капитала, «дорогих» церквей и религиозных ниш.

The article defines the concept of «religious economy» and outlines its cognitive function. The deductive theory of religion is revealed. The main postulates of the theory of religious economy in the sociology of religion, in particular religious compensators, religious capital, «expensive» churches and religious niches, are described.

Ключові слова: теорія релігійної економіки, релігійна економіка, релігійні компенсатори, дедуктивна теорія релігії, релігійний капітал, релігійні ніші.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві, в якому відбуваються масштабні зміни, що супроводжуються плюралізацією ціннісних орієнтирів і рефлексій внаслідок соціокультурної динаміки, релігія зазнає якісних трансформацій і стає все більш різноманітним і складним феноменом. Поряд з видимим процесом прирощення розмаїття форм релігійності, має місце і латентне поширення побічних ефектів від ліберальних релігійних течій, які проявляються у перетворенні релігії у товар, що робить її (як вірування, так і практики) частиною глибоко секулярного процесу «коммодифікації».

Поясненню релігійних процесів сучасності сприяють інноваційні ідеї, представлені в «новій» парадигмі соціології релігії. У науковому дискурсі вона фігурує під різними назвами – «американська парадигма», «теорія раціонального вибору в соціології релігії», «теорія Старка-Бейнбріджа», «теорія релігійної економіки», «теорія релігійного ринку», «теорія релігійної мобілізації», «теорія релігійної пропозиції», тощо. Наразі ми погоджуємось з аргументацією дослідниці І. Каргіної на користь терміну «теорія релігійної економіки» [7], вважаючи його найбільш адекватним. Основними представниками цієї теорії вважають американських соціологів Родні Старка, Вільяма Бейнбріджа, Роджера Фінке і Лоуренса Яннаконе. Потрібно враховувати те, що багато статей і книг цих авторів написані у співавторстві. Водночас, до представників цієї теорії належить ряд інших дослідників (Н. Аммерман, С. Ворнер, Е. Гілл, Е. Грілі, Л. Девідман, Д. Леманн, П. Мюзер, М. Найтц, П. Чемберс, Д. Шеркат та ін.).

М. Чейвз і Ф. Горські переконані, що теорія релігійної економіки зробила суттєвий внесок у соціологію релігії. Зокрема, головна її заслуга полягає в тому, що вона змістила фокус у поясненні ролі і впливу релігії з проблеми «попиту» (demand), на спосіб пояснення релігійної участі з точки зору «пропозиції» (supply): *релігійна активність зростає там, де є багато пропозицій релігійних виборів з боку різноманітних фірм; а там, де таких пропозицій небагато, релігійна активність буде зменшуватись*. При цьому центральної значимості для релігії набувають дерегулювання і конкуренція. Втім, теорія релігійної економіки не вичерпується проблемами раціональності і розкриття економічних принципів функціонування релігійних ринків, а піднімає більш глибокі питання, безпосередньо пов'язані зі світоглядними, культурними та конфесійними аспектами релігії [18, с. 274].

У загальних рисах методологія теорії релігійної економіки полягає в тому, що поведінку релігійних акторів і життєдіяльність релігійних середовищ запропоновано аналізувати з точки зору законів функціонування ринку (попиту і пропозиції). В її основі лежить аналогія релігії як системи відносин з ринком і декілька базових «аксіом»: релігійний ринок структурує обмін основними надприродними

«компенсаторами» – обіцянками майбутньої відплати і надприродними поясненнями подій життя. Релігійні організації виступають фірмами, які виробляють релігійні цінності. Конгрегації (конфесії) – це франчайзингові організації, які керуються продавцями (священиками), що виробляють цінності для споживачів. Фірми обмежені асортиментом товарів, і лише ті фірми, в яких немає жорсткої ієрархії (наприклад, більшість протестантів), або ті, що з'явилися в умовах інституційного плюралізму (сучасний католицизм), можуть підтримати достатньо широке розмаїття релігійних товарів.

Означений підхід зводиться до двох основних тез: по-перше, індивід здійснює свій релігійний вибір ґрунтуючись на наявному у нього знанні і намагається знайти найоптимальніше співвідношення «витрат» і «винагород». Фактично йдеться про взаємообмін між людьми та надприродними істотами (богами чи Богом). При цьому під «витратами» розуміються релігійні зобов'язання, які люди беруть на себе в рамках того чи іншого віросповідання. Щодо «винагород», то в першу чергу, мова йде про «надприродні винагороди», наприклад: «рай», «спасіння», «нірвана» тощо. По-друге, взаємовідносини між релігійними організаціями та індивідом будуються за принципом «попит-пропозиція» – чим краща якість «товару», який пропонує церква, тим більше вона матиме послідовників. Відносини ж між релігійними фірмами (організаціями) будуються за принципом конкуренції.

Отже, інноваційний підхід до аналізу релігійних змін з точки зору попиту і пропозиції, запропонований теорією релігійної економіки, володіє доволі потужним інтерпретативним потенціалом, який дозволяє розкрити і пояснити природу складних зв'язків між соціокультурними контекстами, поведінкою колективних та індивідуальних релігійних акторів і життєздатністю релігії [7, с. 62].

При цьому теорія релігійної економіки в соціології релігії містить низку постулатів (автори теорії релігійної економіки для позначення своїх основних тез використовували термін «постулат» – прим. С.Я.), які переважно носять пояснювальний характер щодо релігії у сучасному світі. Зокрема, це концепт «релігійної економіки»; постулат про компенсатори; «дедуктивна теорія релігії»; постулат про «релігійний капітал»; постулат про дорогі «консервативні церкви»; постулат «релігійних ніш», який має особливе методологічне значення. Натомість ці постулати не розкриті в сучасній вітчизняній соціології релігії, що робить їх дослідження і аналіз актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вивчення теорії релігійної економіки висвітлюються у публікаціях таких вітчизняних дослідників як І. Бовгиря [2], І. Вовк [3], Н. Гаврілова і О. Кисельов [4], Т. Калениченко [6], О. Тимчик [12], Р. Халіков [14], Т. Шоріна [15] та ін. Аналізові цього питання також присвячено низку наукових праць російських соціологів, зокрема А. Белькової [1], О. Зарецького [5], І. Каргіна [7], С. Опалева [8], О. Руткевич [9], Р. Сафронова [10], Ю. Синеліної [11], А. Фількіної [13] тощо, у яких вони розглядають дану теорію в різних аспектах. Втім дана проблематика потребує подальшої концептуальної реконструкції, позаяк більшість вищевказаних робіт є теоретичними оглядами різних аспектів теорії релігійної економіки.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження основних концепцій теорії релігійної економіки в соціології релігії, для чого автор поставив наступні **завдання**:

- визначити концепт «релігійної економіки» – основне поняття теорії релігійної економіки, та його пізнавальну функцію;
- розкрити постулат компенсаторів, який пояснює функції релігії та релігійних організацій;
- розглянути дедуктивну теорію релігії, що пояснює як секуляризація сприяє виникненню нових релігійних організацій;
- охарактеризувати постулат релігійного капіталу, що пояснює процеси релігійного навернення та міжконфесійні переходи;
- дослідити постулат «дорогих» церков, що пояснює високий рівень інституціональної релігійності;
- проаналізувати постулат релігійних ніш, що пояснює взаємозв'язок між релігійними перевагами людей та різноманіттям релігійних організацій.

Виклад основного матеріалу. Концепт «релігійна економіка» від початку є базовим у теорії релігійної економіки, але в ранніх роботах її авторів немає чіткого визначення того, що власне розуміється під «релігійною економікою». Це завдання було вирішене Р. Фінком і Р. Старком лише в роботі «Динаміка релігійної економіки» (2003). Отже, за їх визначенням *релігійна економіка – це «особлива підсистема, яка включає всі види релігійної активності (практики), які мають місце в усіх суспільствах, в тому числі ринок існуючих і потенційних прибічників релігії, набір організацій, які намагаються залучити і зберегти прибічників, а також релігійну культуру, запропоновану організацією»* [22, с. 100]. Виходячи з визначення, структуру релігійної економіки складають (1) прибічники релігії зі своїми практиками; (2) релігійні організації зі своїми практиками; (3) релігійна культура, яка твориться організаціями. При цьому релігійні практики віруючих та організацій залежать від релігійної культури (консервативної чи ліберальної), яка, своєю чергою, обумовлюється особливостями окремого суспільства.

Визначення містить важливі методологічні положення. По-перше, воно закріплює розуміння того, що в кожному суспільстві має місце своя унікальна «релігійна економіка», позаяк включає в себе

набір специфічних для кожного суспільства характеристик (види релігійної активності, ринок існуючих і потенційних прибічників релігії, набір організацій і культуру). По-друге, у визначенні міститься значима вказівка на те, що релігійна економіка включає в себе не лише існуючих релігійних акторів, але й потенційних, що суттєво розширює межі об'єктно-предметної області дослідження релігійного середовища порівняно з традиційними підходами, в рамках яких аналіз здійснюється на отриманні даних про діяльність релігійних організацій і віруючих людей. По-третє, важливим елементом визначення є те, що характер релігійної економіки обумовлений особливістю релігійної культури, яку пропонує організація (церква, релігійне об'єднання), яка, в свою чергу, є рефлексією історії, культури суспільства і характеру модернізаційних процесів у ньому [7, с. 46].

Отже, релігійні економіки відрізняються одна від одної не лише варіативністю наборів існуючих і потенційних релігійних акторів і ступеню їх активності, але й тим, який характер і співвідношення релігійних культур (консервативних і ліберальних), які пропонуються організаціями в цілому, що суттєвим чином розширює наше уявлення про процеси плюралізації сучасної релігійності і релігійних практик.

Про постулат компенсаторів. У роботі «Майбутнє релігії» (1985) Р. Старк і В. Бейнбрідж формують концепцію компенсаторів, яка лягла в основу їхнього визначення релігії. Використовуючи ідею теорії обміну Дж. Хоманса, вони показують, як люди шукають те, що вони розцінюють як винагорода, і намагаються уникати того, що сприймається ними як втрати [25, с. 5]. Але винагорода достатньо рідкісна і нерівно розподілена в різних прошарках будь-якого суспільства. Тому створюються компенсатори. Вчені пишуть, що «деякі винагорода, наприклад, життя після смерті, просто недосяжні, однак багато акторів обирають цей компенсатор як свого роду розписку, гарантію того, що винагорода буде отримана через певні дії нині» [25, с. 3]. Отже, *компенсатори – це не винагорода, а обіцянки майбутньої винагорода за умови виконання певних дій і зобов'язань через певний час, що замінюють те, що не може бути досягнуте в цьому світі.* Компенсатори – це є слова і дії, що покликані задовольняти деякі фізичні обмеження або нездійсненність мети. Вони можуть бути розділеними на конкретні компенсатори (компенсатори через неможливість досягнення конкретних цілей), і загальні компенсатори (компенсатори через неможливість досягнення загальних цілей). При цьому, специфіка надприродних компенсаторів (що обіцяють майбутню відплату та пропонують надприродне пояснення подій життя та їх значень) полягає в тому, що вони не можуть бути ні доведеними, ні спростованими, тому релігія, згідно з цією теорією, є ризиковою групою товарів.

Виходячи з концепції компенсаторів, Р. Старк та В. Бейнбрідж визначають **релігію** як «систему загальних компенсаторів, заснованих на надприродних припущеннях» [25, с. 8], а **релігійні організації** – як «соціальні підприємства, головною метою яких є створення, підтримка і обмін загальними компенсаторами» [26, с. 326]. Релігійні системи виростають з потреби в поясненні «складних питань» поцейбічного та потойбічного життя: про смисл життя та історії, про страждання і смерть, про нерівний розподіл ресурсів і т. ін. І допоки будуть ці питання, буде існувати й релігія.

Вчені розглядають релігію як головне джерело і систему загальних компенсаторів, а людей – як раціональних акторів, які роблять вибір на основі своїх переваг, підраховуючи витрати та прибутки. Основним аргументом для цієї теорії є те, що компенсація контролює вибір, або, іншими словами, вибір, який здійснюють «раціональні актори», вибір «раціональний в тому сенсі, що він зосереджений на задоволенні потреб» [19, с. 41]. Релігійні організації, незалежно від їх виду, стають джерелом конкретних видів компенсаторів: через їх посередництво з трансцендентним, вони пропонують відповіді на екзистенціальні питання, які стоять перед багатьма людьми.

Соціальні взаємовідносини – найбільш вірогідний інформаційний ресурс стосовно релігійного виробництва, і саме ці відносини запевняють споживачів в цінності релігійних товарів. Невизначеність у вартості компенсації та пояснень знижує їх цінність й, навпаки, підвищує вірогідність того, що індивід буде час від часу змінювати релігійні «інвестиції» [27, с. 180]. Концепція компенсаторів намагається пояснити всі соціальні феномени в термінах соціального підрахунку (калькуляції) індивіда-егоїста. Це відкидає такі соціальні фактори як довіра, альтруїзм та ін. Тому в подальших роботах теоретиків теорії релігійної економіки концепція компенсаторів майже не згадується.

Про дедуктивну теорію релігії. У праці «Теорія релігії» (1987) Р. Старк і В. Бейнбрідж пропонують розгорнуте обґрунтування та опис «дедуктивної теорії релігії», заснованої на 344-х взаємопов'язаних тезах, які стосуються питань людської природи й умов людського існування, появи і збереження релігії в усіх суспільствах. Мета цієї теорії – пояснення різних форм релігійного життя (церкви, секти, деномінації, культури), які виникають та існують у різних культурах і географічних територіях планети. Революційність цієї теорії полягає в тому, що ця модель релігійної динаміки перевертає догори дригом уявлення про релігійні організації: церква виявляється неживою формальною структурою, тоді як секта і культ – позитивним моментом релігійної динаміки [9, с. 221].

Вченими було сформульоване положення, згідно якого секуляризація має тенденцію до самообмеження, оскільки збільшення секуляризації церкви може призвести (і часто призводило) до запуску нової секти як групи, яка відколотася від деномінації. Нова організація (секта), яка пропонує набір

нових смислів та інтерпретацій у певних умовах виявляється більш привабливою для частини людей, порівняно з традиційною організацією, яка втратила здатність відповідати на конкретні питання. Як наслідок, рівень релігійної причетності зростає за рахунок функціональної специфіки секти.

Таким чином, на відміну від існуючої теорії сект, яку Р. Старк і В. Бейнбрідж метафорично порівняли зі «стоячим ставком», і в рамках якої «секти, подібно водоростям, задовольняються тим, щоб додавати ще один шар наросту на потоплений корабель» [26, с. 138], нова процесуальна модель утворення сект розкриває іншу природу цього процесу – запуск нової секти «ініціюється» секуляризацією як стримуючий її розвиток рефлекс. Водночас, слід, як вважають вчені, зрозуміти, які витрати необхідні для створення нової організації (у тому числі секти), і які фактори можуть сприяти або перешкоджати цьому процесові [7, с. 37].

Про постулат про релігійний капітал. Достатньо важливу роль в теорії релігійної економіки відіграє концепція Л. Яннаконе про релігійний капітал людини. Згідно неї, співучасть людини в релігійному житті формує в неї певний «релігійний капітал», який являє собою *знайомство людини з релігійними доктринами та ритуалами, і використовується для створення релігійних цінностей у майбутніх релігійних колективних діях.* Іншими словами, це знання людини про доктрини і ритуали будь-якої релігії.

Релігійний капітал закладається у дитинстві та юності завдяки релігійному вихованню і фактично складається із елементів віровчення релігійних традицій, частинок різних релігійних пазлів. Люди, які за різних обставин не мали змоги набути первісний релігійний капітал завдяки сімейному вихованню та освіті, поглинають різноманітні релігійні та езотеричні концепції та уявлення, що врешті-решт і спричинило формування еkleктичних релігійних поглядів, в основі яких лежить визнання доктрин різних релігійних традицій, що традиційно вважалися несумісними між собою. І тому не дивно, що на сьогодні релігійність не є інституціалізованою, тобто фактично не є пов'язаною з певною релігійною організацією. Відбувається зрушення від «колективної церковної релігійності» в минулому до «індивідуальної» (приватної) релігійності нині.

При цьому, накопичення релігійного капіталу обмежує релігійний вибір в силу його неконвертованості, оскільки при переході людини в іншу конфесію релігійний капітал треба накопичувати знову. Отже, чим більший релігійний капітал, тим менше люди схильні до переміщення чи навернення, оскільки вкладають менше релігійних інвестицій у свої власні релігійні зобов'язання. А молоді люди більшою мірою схильні змінювати свою релігійну приналежність, оскільки вони менше вклали в релігійні зобов'язання.

На думку Л. Яннаконе, втручання держави, яка примушує підтримувати офіційну релігію, перешкоджає вільному інвестуванню релігійного капіталу. Це негативно позначається на якості релігійного продукту, який пропонується традиційною церквою: «Релігійна монополія, яка спонсорується державою, забезпечує лише зовнішній вид благочестя – за цим криється неефективне духовенство та апатичне населення... Плюралістична конкуренція буде стимулювати релігійні ринки так само, як вона це робить на світських ринках, змушуючи постачальників пропонувати широкий діапазон альтернативних конфесій, добре пристосованих до конкретних потреб споживачів, що більш ефективно» [24, с. 40].

Схожі релігійні настанови полегшують ефективне використання капіталу і збільшують релігійне виробництво. Чужі ритуали і спільноти зменшують колективне виробництво релігійних цінностей, оскільки релігійний капітал не може бути ефективно витрачений. Як досвідчений кухар може готувати хороші страви лише зі знайомих продуктів, так і парафіяни з хорошим релігійним капіталом можуть виробляти цінний релігійний досвід лише в знайомій обстановці. Отож, якість релігійної продукції напрямую залежить від рівня капіталу, зібраного індивідами або колективом [10, с. 39].

Про постулат «дорогих» церков. Особливістю сучасної релігії є, з одного боку, лібералізація релігійності, яка проявляється у відході від інституційних практик і рості мозаїчного релігійного світогляду, а з іншої – збереження (а в ряді регіонів і рості) традиційних форм релігійної віри та практик. У рамках сучасного теоретичного дискурсу вчені пропонують різні інтерпретації цього феномену, який проявляється в доволі суперечливих ситуаціях, коли в одних регіонах, при високому рівні релігійної самоідентифікації рівень релігійних практик доволі низький, а в інших – зберігається висока релігійна активність. Перший сценарій характерний для пострадянських країн Східної Європи, хоча прийнято вважати, що ці країни переживають період релігійного відродження, а другий сценарій – для країн третього світу. Відтак теоретичні дискусії супроводжує таке актуальне питання: «Які фактори впливають на підтримання рівня інституціональної релігійності, і чи завжди її зменшення свідчить про ослаблення релігійного попиту?»

Автори теорії релігійної економіки запропонували свій варіант відповіді на це питання. Р. Старк і Р. Фінке у роботі «Акти віри: дослідження індивідуальної сторони релігії» (2000) на основі аналізу проблеми зміни сили й глибини впливу релігії на індивіда в умовах плюралізації релігійного середовища формують постулат про «консервативні церкви». Вчені ґрунтують свій підхід на роботах Л. Яннаконе, який стверджував, що «дорогі» (вимогливі, консервативні) церкви більш успішні, ніж

невимогливі. Його логіка полягає в тому, що *церкви, які вимагають більшої ціни – самовіддачі від своїх членів, більш успішні, оскільки являють собою стійкі співтовариства віруючих, орієнтованих на участь і практику лише в одній організації*. На думку Л. Яннаконе, вільне членство («free rider») підточує церкву і веде до ослаблення релігійної групи, в той час як дороговартісний попит згладжує ці проблеми, тобто сприяє зміцненню і згуртуванню групи [7, с. 39].

Л. Яннаконе звертає увагу на декілька причин, які пояснюють вищеописаний феномен. По-перше, в умовах «дорогого» попиту (у вимогливих церквах) створюється соціальний бар'єр, який має тенденцію відсіювати «половинчастих» членів. «Неможливо просто зайти і скористатися перевагами відвідуваності або членства. Щоб прийняти участь, треба заплатити ціну, яка припускає прийняття певної стигми і жертву, які вимагаються від членів групи» [24, с. 36]. По-друге, «дорогий» попит «збільшує відносну цінність групової діяльності, і тим самим стимулює участь тих, хто приєднався до групи. ...Іншими словами, повна заборона на танці, кінофільми, азартні ігри, споживання алкоголю і «мирську» дружбу перетворює церкви «одного дня» в співтовариства, де традиції дотримуються весь тиждень» [24, с. 36]. Отже, в «дорогій церкві» від віруючого вимагається «висока плата» – повна відповідність стигмі, щоденне дотримання правил і участь у житті співтовариства, що безперечно відображається на згуртованості групи й глибині віри.

Дотримуючись ідей Л. Яннаконе, Р. Фінке і Р. Старк також доводять, що концептуально сформовані, послідовні та більш ортодоксальні релігії, які вимагають серйозних вкладень сил, розуму, почуттів з боку акторів, мають більше переваг, з точки зору стабільності і згуртованості співтовариства, відповідно, є привабливішими, ніж фрагментарні, еkleктичні і надто ліберальні. Вони так пояснюють цей зв'язок: «Те, що з першого погляду здається парадоксальним, стає логічним, якщо слідувати теорії раціонального вибору. Насправді, «дорогі» церкви є сильними церквами, тому що вони дороговартісні ... Раціональні актори будуть надавати перевагу вимогливим церквам, тому що вони пропонують більш сприятливе співвідношення витрат і вигод» [21, с. 22]. Іншими словами, релігійна організація, яка багато вимагає, багато і дає.

Вчені також зауважують, що «постійною проблемою для теоретиків секуляризації є саме те, що вони мислять у протилежному напрямку» [21, с. 22]. Зокрема, дивлячись на Європу, найбільш яскравий з точки зору прибічників тези секуляризації приклад, Р. Фінке і Р. Старк розцінюють низький рівень участі і членства в релігійних організаціях у більшості європейських країн як доволі передбачуване явище і пояснюють цей факт не падінням попиту на релігію, а лібералізацією релігійних інститутів і обмеженою пропозицією.

Отже, ідеї, закладені в постулат про «консервативні церкви», дозволяє відповісти на ряд актуальних питань стосовно процесів, які відбуваються не лише в сфері релігії, але в різних областях суспільного життя. По-перше, він дозволяє зрозуміти механізми збереження традиційних інститутів, в основу яких закладені принципи діалектичного зв'язку між високими витратами і ціною, з одного боку, і отриманням «вигод» і винагород від приналежності до інституту, з іншого. У сучасному світі чітко визначились траєкторії наростання релігійного фундаменталізму і націоналізму як відповідь на ріст плюралізації і лібералізації релігійних і суспільних сфер. В цих умовах роль традиційних релігійних інститутів переформулюється, приналежність до співтовариства припускає високу ціну. Але й немало вигод, а саме, гарантію збереження культурної і національної ідентичності.

По-друге, в постулаті розкривається природа сучасного феномену «фрірайдера», доволі актуального для соціального аналізу. В умовах вільного ринку товарів та ідей, зростання мобільності, коли межі між державами та ідеологічними системами мислення не грають явної регулюючої ролі, «фрірайдери» є носіями і, водночас, промоутерами «розмитих» систем цінностей, у тому числі релігійних, закономірним рефлексом суспільства на зростання відкритості, лібералізації та складності. Функціональний вплив «фрірайдера» на релігійне середовище амбівалентне. З одного боку, він виступає в ролі стимулюючого фактору для релігійних інститутів діяти в напрямку зміцнення своєї інституціональності (підтримка авторитету в суспільстві і згуртованість організацій), а з іншого, він все більше ослаблює релігійні інститути, розмиває і фрагментує релігійність, сприяє «бриколажу» релігійних переконань на індивідуальному рівні.

По-третє, пояснюється, що зниження рівня інституціональної релігійності є природним наслідком лібералізації релігійних інститутів, які розвиваються в фарватері зростаючої плюралізації і лібералізації сучасного суспільства в умовах вільного ринку ідей, моралі, систем цінностей, а не показником зниження попиту на релігію.

По-четверте, у поєднанні з концепцією «релігійних ніш» постулат дозволяє зрозуміти, що ріст позаінституціональної релігійності є результатом двостороннього процесу: лібералізації релігійних інститутів і змін у структурі попиту, який чітко реагує на різного роду соціоструктурні трансформації суспільства [7, с. 42-43].

Постулат про «дорогі» церкви також вказує на необхідність врахування при аналізі релігійних процесів у певних соціумах, поряд з показниками ступеня свободи релігійного ринку, активності інди-

відуальних і колективних акторів, також і особливості традиції, внутрішньої культури релігійних організацій, нерозривно пов'язаної з культурною традицією і модернізаційними процесами в конкретному соціальному середовищі.

Зауважимо, що ростуть тепер ті церкви, які «пропонують» набір зрозумілих і стабільних цінностей, а також членство в співтоваристві однодумців, які мають тенденцію оперативно відгукуватися на потреби своїх членів і оточувати увагою будь-яку нову людину, яка прийшла навіть випадково, можливо в сподіванні «знайти» «втрачену соціальність» і внести необхідну плату [7, с. 44].

Про постулат «релігійних ніш». Низка емпіричних фактів викликали критику положень теорії релігійної економіки. Наприклад, при наявності рівних умов регулювання релігійних ринків має місце варіативність релігійних економік. У пошуках причин цієї суперечності Р. Фінке і К. Шайтл у праці «Плюралізм як результат: екологія релігійних ресурсів, постачальників і споживачів» (2009) [20] виводять концепцію «релігійних ніш». Слідуючи в руслі методологічних установок «нової» парадигми і концепту «релігійної економіки», соціологи взяли за основу основні принципи функціонування ринкової економіки, сегментації ринків і заповнення ринкових ніш.

В основу цієї концепції закладені дослідження соціальної структури П. Блау, а також роботи організаційних екологів. Згідно П. Блау, *людям притаманно об'єднуватися з урахуванням варіації таких «структурних параметрів», як вік, раса, стать, релігія, рівень доходів та низки інших.* Ці структурні параметри забезпечують ролі і визначають певні відносини в суспільстві. Ключовою властивістю структурного параметру, на думку П. Блау, є те, яким чином ресурси розподілені між значеннями в межах параметру, або якою мірою параметр гетерогенний. Чим більше значень має параметр (наприклад, наскільки багато представлено різних релігійних переваг у параметрі «релігія» або расових ідентичностей у параметрі «раса») і чим більш рівномірно розподілені люди за цими значеннями, тим більш гетерогенна соціальна структура [16].

Р. Фінке також опирається на висновки, зроблені датськими організаційними екологами Кристофером Буном і Керолл Гленн у рамках дослідження датського ринку щоденних газет з 1968 по 1994 рр. Зокрема, вчені виявили, що чим більш середовище гомогенне за такими показниками, як вік, релігія, політичні симпатії і освіта, тим більше читацька аудиторія концентрується навколо основних, «генералізованих» газет. Як тільки ресурси стають більш різноманітними, тобто розкид соціальних характеристик збільшується, в такій самій пропорції збільшується і кількість постачальників газет [17].

Ґрунтуючись на цих висновках і власних дослідженнях Р. Фінке і К. Шайтл зауважили, що багатоманітність релігійних груп, тобто представлених на ринку конфесій, безпосередньо пов'язана з розподілом релігійних ніш, кількість яких, своєю чергою, залежить від ступеня розкиду релігійних переваг. Іншими словами, *чим різноманітніші ресурси, тим більше існує на ринку релігійних ніш, що веде за собою більшу різноманітність популяції виробників, які живлять ці ресурси.* Тому релігійний постачальник не зможе вижити або взагалі утворитися, якщо немає осіб у групі певної ніші. Наприклад, мала вірогідність того, що історично існуюча в США афро-американська деномінація євангелістів буде присутньою в регіоні, де афро-американці взагалі не проживають.

Аналогічним чином, ліберальні газети не будуть затребувані в консервативному середовищі такою ж мірою, як в ліберальному. Люди з різними релігійними інтенціями у поєднанні з різними соціальними параметрами надають перевагу різним релігійним групам або стилям віросповідання. Як наслідок, постачальники послуг (у тому числі й релігійних) будуть передусім концентруватися навколо цих смакових переваг і ніш. Якщо потреба не задовольняється відповідно до параметрів запиту (відсутня організація, яка задовольняє вимоги), то людина не відвідує жодну організацію. Очевидно, що цей підхід надає соціологам досить продуктивний інструмент аналізу. Ймовірно, одним із чинників стабільно низького рівня постійно практикуючих православних віруючих в Україні на тлі високої релігійної ідентифікації є саме порожні релігійні ніші, тобто відсутність відповідних попиту пропозицій [7, с. 48].

Згідно висновків Р. Фінке і К. Шайтла, організаційний плюралізм є продуктом різноманітності ресурсів. При цьому набори різноманітних ресурсів визначають межі багатоманітності в системі пропозицій, тобто спектр релігійних організацій. Це вказує на наявність меж релігійного плюралізму в конкретному середовищі, точки насичення, по досягненні якої релігійний ринок більше не поширюється (рівень релігійності стабілізується), тим самим, ідея «насичення» і «обсягу» релігії отримала зрозуміле пояснення.

На думку авторів теорії, на розширення релігійного ринку і його плюралізацію впливає ріст населення країни, тобто збільшення кількості потенційних прибічників кожної переваги, оскільки, чим більше населення, тим більш воно різноманітне (збільшується спектр переваг). Вони пишуть: «релігійне середовище в Сполучених Штатах, наприклад, продемонструвало збільшення плюралізму в таких грандіозних розмірах по причині того, що на фоні збільшення чисельності населення країни релігійні переваги отримали широке поширення. У 1776 р. кількість релігійних груп у тридцяти колоніях було обмежене 30-ма або 40-а, причому ця релігійна різноманітність була більшою мірою властивою для соціально неоднорідної і релігійно терпимої Пенсільванії. У 1890 р. перепис

населення вже зафіксував наявність 143-х різних релігійних груп, в тому числі і декілька абсолютно нових, як результат виникнення расових та етнічних кордонів. Зростаюча диференціація населення країни на рубежі XIX ст. сприяла збільшенню кількості різних релігійних деномінацій, яка до 1926 р. склала 213, згідно перепису населення. С. Ворнер в роботі «До розвитку нової парадигми соціологічного вивчення релігії в Сполучених Штатах» відмітив, що релігія, соціальний клас, країна походження, раса і урбанізація стали ключовими «нішевіми» параметрами в XIX ст. Нині в «Американській енциклопедії релігії» згадується про діяльність понад ніж 2300 різних релігійних груп» [20, с. 8-9].

Ці висновки похитнули сталі уявлення теорії релігійної економіки про те, що існуючий у США вільний релігійний ринок є головною причиною його різноманітності і високого рівня релігійності. Поряд з тим, ця релігійна свобода і задала сприятливі умови для росту релігійного ринку в США, але сама по собі вона не може пояснити його різноманітність і різке збільшення релігійності протягом тривалого періоду часу [7, с. 50].

Водночас виникає запитання: «Чому одна організація (постачальник) не може обслуговувати декілька значень структурних параметрів (смаків)?». Дійсно, на різних ринках є доволі успішно діючі так звані «генералізовані» постачальники, які орієнтуються на широке коло з різними смаками і широким набором структурних параметрів, як наприклад, «парасолькові» релігії у християнстві з добре організованими інститутами (римська католицька церква на Заході, православна церква в Україні). На думку Р. Фінке і К. Шайтла справа в тому, що для більшості постачальників такий шлях виявляється неефективним і недоступним. Згідно положень ринкової економіки, в умовах жорсткої конкуренції найкращою стратегією буде орієнтація на певний ресурс у меншому просторі. Вчені посилаються на висновки організаційних екологів Д. Фрімена і М. Ханнана, згідно яких: 1) у середовищі з достатньо стабільними ресурсами, найбільші конкурентні переваги мають спеціалізовані постачальники; 2) чим більш гетерогенна структура, тим більше можливостей існує для постачальників спеціалізуватися у вузькій сфері і знайти свої ніші, що сприяє збільшенню плюралізму [23].

Отже, в рамках концепції релігійних ніш доводиться, що варіативність релігійних середовищ є відображенням складних зв'язків між індивідуальною і колективною раціональністю: «у нерегульованому середовищі плюралізм релігійних постачальників або кількість різних релігійних груп є продуктом двох сил: *плюралізму релігійних переваг і числа потенційних прихильників певної релігії у середовищі*. Плюралізм постачальників, своєю чергою, призводить до плюралізму релігійних споживачів. Іншими словами, коли стикаються декілька зовнішніх стримуючих факторів, релігійний плюралізм постачальників і «якість» релігійних споживачів, з'являється варіативність релігійних середовищ, що, по суті, є відображенням соціального і культурного різноманіття» [20, с. 14].

Висновки. Теорія релігійної економіки зробила позитивний внесок в соціологію релігії, позаяк звернула увагу на ті аспекти (переважно американського) релігійного життя, які раніше не розглядалися, а її представники зібрали та узагальнили величезний емпіричний матеріал і продовжують це робити. При цьому її слід сприймати не як універсальну, а як ринкову модель релігій, що дає чітке уявлення про сукупність ринкових процесів. Вона представляє методологічно ефективний інструмент пізнання сучасного розвитку релігії.

Теоретичні координати теорії спрямовані не на спростування секуляризації, а на обґрунтування складності динаміки релігійних змін і варіативності зв'язків між релігійним плюралізмом і життєздатністю релігії. Значні акценти предметно-понятійного поля парадигми, такі як: раціональний вибір, релігійний ринок, конкуренція, регулювання, плюралізм релігійних постачальників, плюралізм діючих і потенційних релігійних споживачів, пропонують нові пояснювальні принципи і референти вивчення сучасного релігійного комплексу, їх аналіз доводить евристичну адекватність і аналітичну ефективність підходу в цілому. Постулати «релігійної економіки», «релігійних ніш» і «витрат» як методологічне підґрунтя аналізу релігії вносять нове розуміння природи множинності плюралізму і варіативності практик релігійних акторів, ролі культури і соціоструктурних змін не тільки в ракурсі зовнішнього по відношенню до релігійної організації середовища, але і внутрішнього, в тому числі щодо пояснення феноменів граничних «обсягів» релігії, стійкості існування «дорогих церков» в умовах зростання різноманітності, розуміння процесу самообмеження секуляризації в «дедуктивній теорії релігії».

Література:

1. Белькова А. Отношения государства и церкви в теории религиозной экономики / Анастасия Белькова // Государство. Религия. Церковь. – 2013. – № 3. – С. 178–198.
2. Бовгирия І.В. Релігійні зміни у Східній Європі наприкінці XX століття крізь призму теорій секуляризації та релігійної економіки / І.В. Бовгирия // Наукові записки НаУКМА. Том 174, Соціологічні науки / Національний університет «Києво-Могилянська академія». – К.: ВПЦ НаУКМА, 2015. – С. 55–61.

3. Вовк І.А. Економіка і християнська релігія: проблеми і напрями дослідження / І.А. Вовк // Вісн. Нац. ун-ту «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого». Серія: Економічна теорія та право : зб. наук. пр. / Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого». – Х. : Право, 2013. – № 4 (15). – С. 98–104.
4. Гаврілова Н., Кисельов О. Релігійність української молоді: раціональний вибір чи спонтанний крок? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.religion.in.ua/10564-religijnist-ukrayinskoji-molodi-racionalnij-vibir-chi-spontannij-krok.html](http://www.religion.in.ua/10564-religijnist-ukrayinskoji-molodi-racionalnij-vibir-chi-spontannij-krok/)
5. Зарецкий А.Д. «Религиозная экономика» в современном мире / А.Д. Зарецкий // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2011. – № 1. – Том 2. – С. 5–14.
6. Калениченко Т. Застосування теорії раціонального вибору до аналізу подій в Україні 2013–2016 рр. / Тетяна Калениченко // СХІД. – 2016. – № 1 (141). – С. 69–72.
7. Каргина И.Г. Социологические рефлексии современного религиозного плюрализма : монография / И.Г. Каргина. Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. социологии. – М. : МГИМО-Университет, 2014. – 278 с.
8. Опалев С.А. Критика теории секуляризации в теории рационального выбора / Степан Опалев // Религиоведческие исследования. – 2010. – № 3-4. – М.: Издатель Воробьев А.В. – С. 170-189.
9. Руткевич Е.Д. «Новая парадигма» в социологии религии: Pro et Contra / Елена Руткевич // Вестник ИС РАН. – 2012. – № 6. – С. 208-233.
10. Сафронов Р. Современные социологические теории религии в США и Европе / Р. Сафронов // Религиоведческие исследования. – 2009. – № 1-2. – С. 24-44.
11. Синелина Ю. Религия в современном мире / Юлия Синелина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://expert.ru/expert/2013/01/religiya-v-sovremennom-mire/>
12. Тимчик О.А. Економіка та релігія: теорія і практика взаємовпливу : монографія / О.А. Тимчик. – К. : КНТ, 2014. – 410 с.
13. Филькина А.В. Методология изучения современных религиозных феноменов: постановка проблемы / А.В. Филькина // Вестник ТГПУ. – 2012. – № 2. – С. 111–115.
14. Халіков Р.Х. Дискурс про секуляризацію в постсекулярному суспільстві // Роль науки, релігії та суспільства у формуванні моральної особистості: Матеріали ХХХ міжнародної науково-практичної конференції. – Донецьк : ІПШ «Наука і освіта», 2011. – С. 92-95.
15. Шоріна Т.Г. Теорія раціонального вибору в сучасному релігієзнавстві: приклад позитивістського та міждисциплінарного підходів / Т.Г. Шоріна // Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія, Культурологія. – 2013. – № 2. – С. 76–81.
16. Blau P. A Macrosociological Theory of Social Structure // American Journal of Sociology, 1977. – № 83. – Pp. 26-54.
17. Boon C., Glenn R.C. Resource Distributions and Market Partitioning: Dutch Daily Newspapers, 1968 to 1994 // American Sociological Review, 2002. # 67. – Pp. 408-431.
18. Chaves M., Gorski P. Religious Pluralism and Religious Participation // Annual Review of Sociology. – 2001. – № 27. Pp. 261-268. – Режим доступу: https://www.unil.ch/files/live/sites/issr/files/shared/Chaves_Gorski.pdf
19. Christiano Swatos, Kivisto Kevin, Willian Jr. Peter. Sociology of Religion: Contemporary Developments. Second Paperback Text Edition (Revised and Expanded); Lanham, Md., and New York: Rowman and Littlefield Publishers, Inc., 2008. – Pp. xiv + 374.
20. Finke R., Scheitle C. Pluralism as Outcome: The Ecology of Religious Resources, Suppliers, and Consumers // Interdisciplinary Journal of Research on Religion. – 2009. – Volume 5. – Режим доступу: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4349449/>
21. Finke R., Stark R. Acts of Faith. Explaining the Human Side of Religion. – Berkeley, CA: University of California Press, 2000. – 343 p.
22. Finke R., Stark R. The Dynamics of Religious Economies / Handbook of the Sociology Religion. Dillon M. (ed.) – Cambridge, NY: Cambridge University Press, 2003. – Pp. 96-109.
23. Hannan M., Freeman J. The Population Ecology of Organizations // American Journal of Sociology. – 1977. – Vol. 82. – № 5. – Pp. 929-940.
24. Iannaccone L. Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion / Rational Choice Theory and Religion. L. Young (ed.). – London: Routledge, 1996. – Pp. 25-44.
25. Stark R., Bainbridge W. The Future of Religion. – Berkeley, CA: University of California Press, 1985.
26. Stark R., Bainbridge W. The Theory of Religion. – New York: Peter Lang, 1987.
27. Stark R. The rise of Christianity. – Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1996. – Pp.163-189.