

Annual Review of the Sociology of Religion. Volume 3. New Methods in the Sociology of Religion / L. Berzano, O. Preben Riis, eds. Leiden; Boston: Brill, 2012. XVIII + 292 p.

В 2010–2014 гг. в издательстве Brill вышла серия книг «Annual Review of the Sociology of Religion». В настоящее время она включает в себя пять томов. Первый том (2010) был посвящен теме «религия и молодежь», второй (2011) — «религия и политика», четвертый (2013) — такому проявлению религиозности, как молитва, и последний (2014) — исследованиям монашества.

Третий том издания — «Новые методы в социологии религии», вышедший в 2012 г. под редакцией Луиджи Берзано и Оле Рииса, — существенно отличается от других томов серии и представляет собой сборник статей, не объединенных такого же рода общей тематикой, но фокусирующихся, как следует из названия, на методологии и методах сбора и анализа данных в социологии религии. Основная цель редакторов, собравших в рамках одной книги столь существенно отличающиеся теоретическими подходами, тематикой, методологией и методами исследования статьи, состояла в том, чтобы представить новые теоретические и методические наработки, «обогатившие современную социологию религии», и «стимулировать социологическое воображение» (с. VII) исследователей, работающих в рамках данной научной дисциплины.

Книга состоит из предисловия редакторов и 12 статей, написанных разными авторами. В сборнике присутствуют статьи трех типов: одна часть сфокусирована на глобальных методологических и эпистемологических проблемах дисциплины, второй тип статей включает тексты, посвященные проблемам операционализации понятий, возникающих в связи с исследованиями тех или иных религиозных феноменов (духовность, нерелигиозность, религиозность мусульман, религиозные стили жизни), третья часть статей сборника рассматривает тот или иной метод сбора и/или анализа данных, часто на примере собственных исследований авторов (применение визуальной информации в ходе интервью, анализ социальных сетей, фасетный подход, применение цифровых технологий для сбора и анализа данных и/или изучение последствий их использования религиозными акторами).

Отправной точкой для рассуждения редакторов становится необходимость переосмысления методологических основ, а также набора методов и методик, применяемых для изучения религии и религиозности. С одной стороны, социология религии — это одна из отраслей социологии в целом, которая в последние десятилетия испытывает существенное влияние смежных научных областей, в рамках которых появляются и развиваются новые подходы и методы. С другой стороны, религия и религиозность представляют собой особые феномены, специфичность которых не позволяет напрямую заимствовать понятия и методы, применяемые при работе с другими феноменами. Так, Риис предостерегает социологов религии от прямого заимствования понятий, разработанных для изучения других явлений: «предметов потребления, партийных предпочтений, деловых корпораций и т. д.» (с. XI), поскольку такое перенесение понятий свя-

зано с существенным риском чрезмерного редуционизма. В частности, он призывает социологов религии отказаться от «методологического атеизма» (с. XI) и обращать больше внимания на специфику самоопределения той или иной изучаемой религии. Однако проблема состоит не только в том, что понятия, применяемые социологами для анализа религиозных феноменов, часто заимствуются без осмысления тонкостей, вносимых специфичным предметом исследования, но носит и менее явный характер. Так, сами методы сбора и анализа данных, применяемые в социологии религии, разрабатывались для решения совсем иных исследовательских задач, вытекающих из совершенно иных проблемных ситуаций: «массовые опросы — для маркетинговых исследований и изучения поведения избирателей, интервью — для психологических исследований, включенное наблюдение — для этнографических исследований и т. д.» (с. XI). В связи с этим остается открытым вопрос, насколько эти подходы и методы применимы для исследования религиозных феноменов или же они нуждаются в существенной доработке.

Редакторы не обошли вниманием и проблему соотношения качественных и количественных методов. О. Риис считает, что для социологии религии наиболее продуктивно сочетание этих двух методологий, каждая из которых сама по себе не может полностью заменить другую. Качественные и количественные методы могут сочетаться в рамках одного исследования либо одновременно (взаимно дополняя друг друга), либо последовательно: например, сначала проводится количественное исследование, а для более глубокого осмысления и интерпретации результатов затем задействуются качественные методы, либо сначала в рамках качественной методологии формулируются исследовательские гипотезы, которые затем проверяются при помощи формализованных количественных методов (с. 100–101).

Среди статей второго типа, посвященных теме определения и операционализации понятий, хотелось бы особенно выделить работу Дика Хаутмана, Пола Хиласа и Питера Ахтерберга, где они проводят критический анализ существующих методов измерения духовности (*inner-life spirituality*), которые применяются в социологических опросах в настоящее время. Авторы отмечают, что существующие способы операционализации этого понятия не позволяют исследовать те изменения, которые произошли за последнее время, в том числе делать выводы о распространении данного явления, поскольку интерпретация вариантов ответа, которые можно было бы считать отражающими именно этот тип религиозности, часто оказывается размытой (наибольшую проблему представляет отличие данного феномена от «остаточных» традиционных христианских верований) и в существенной степени зависит от социального и религиозного контекста в изучаемом обществе/стране. Авторы поднимают вопрос о необходимости включения хорошего набора вопросов о духовности в анкеты опросов и о необходимости построения более надежных шкал, например по методике шкалы Лайкерта (хотя интерпретация результатов здесь также требует дополнительного осмысления) (с. 39–40).

Наиболее интересной и полезной нам показалась часть статей, в которых описываются примеры применения новых методов сбора и анализа данных.

В частности, в статье Нэнси Аммерман и Романа Уильямса, помимо прочего, описывается опыт применения фотографий для обогащения и интерпретации данных, полученных в ходе биографических интервью. После проведения биографического интервью авторы статьи выдавали интервьюируемому фотоаппарат и просили респондентов сделать некоторое количество фотографий «мест, объектов, людей и событий, которые составляют важную часть их повседневной жизни» (с. 124). Через 2–4 недели проводилось повторное интервью, в ходе которого обсуждались сделанные респондентами снимки: их просили описать, что именно изображено на фотографии и почему для интервьюируемого важны попавшие в объектив фотокамеры места, события, люди и объекты. Такой подход к сбору данных позволил Аммерман и Уильямсу выявить новые категории, которые не возникли в ходе обычного интервью, что они относят на счет более активного вовлечения респондента в процесс исследования.

Александр-Кеннет Нагель предлагает социологам религии обратить внимание на такой метод сбора и анализа данных, как анализ социальных сетей. Ключевым отличием анализа социальных сетей от более привычных социологу методов является фокусирование внимания не на индивидах (актерах) и их характеристиках (атрибутах), не на группе (с более или менее четко очерченными границами и членством), а на отношениях¹. Метафора социальной сети может использоваться для обозначения новой социальной формы религии, появившейся в связи с трансформациями общества в целом. Так, Нагель приводит в качестве примера работу П. Бейера, в которой последний вводит термин «социально-сетевая религия»² для обозначения одной из четырех социальных форм религии в современном обществе, описывая ее как «“пограничную форму” между институционализированной и неинституционализированной религией» (с. 182). Кроме того, сетевой анализ дает социологу новый набор инструментов и методов, позволяет сменить фокус анализа, увидеть социальную сторону феномена религиозности. В сетевом анализе можно выделить несколько подходов в зависимости от уровня анализа. Первый уровень — это «эго-сети» — изучение социальной сети отдельного актора. Часто в таких случаях задействуется понятие социального капитала, изучается влияние различных проявлений религиозности (верования, практики, самоидентификация) на социальные отношения (дружба, взаимная поддержка и др.) (с. 183). Методы сбора и анализа данных, которые здесь применяются, не отличаются от привычных социологу методов (например, вопросы, направленные на оценку социального капитала, часто задаются в рамках массовых опросов). Второй уровень — анализ полных сетей — направлен на изучение структуры связей в социальной сети, в частности такой подход позволяет увидеть структуру распределения власти/влияния в религиозной социальной сети. Здесь задействуются особые сетевые методы сбора и анализа данных, позволяющие работать с графами, на которых представлены акторы в социальной сети и связи между ними. Однако библиографический поиск, проведенный Нагелем, практически не дал результатов — ему удалось найти

¹ См., например: *Martin A., Wellman B. Social Network Analysis: An Introduction // Handbook of Social Network Analysis / P. Carrington, J. Scott, eds. Thousand Oaks, CA, 2011. P. 11–25.*

² *Beyer P. Religions in Global Society. London, 2006. P. 108.*

только две работы, в которых анализ полных социальных сетей проводится для изучения темы религии. Нагель считает, что ключевой причиной, по которой социологи религии не применяют анализ полных социальных сетей, является сложность получения надежных и валидных данных о полных сетях (с. 184). В связи с этим он подробно описывает на нескольких простых примерах два возможных подхода к сбору данных о полных социальных сетях. Первый способ получения данных о социальной сети (входящих в нее акторах и связях между ними), предлагаемый Нагелем, — это контент-анализ текстовой информации (например, публикаций в СМИ, текстов публичных докладов и т. д.), второй — построение т. н. сетей аффилиации методом трансформации матриц участия в тех или иных мероприятиях/религиозных практиках (если два актора участвуют в одном и том же мероприятии, то можно считать, что между ними существует определенная связь). Наши собственные попытки применения анализа социальных сетей в исследованиях по социологии религии также приводят нас к выводу, что именно эти два способа сбора информации являются наиболее реализуемыми на практике³. К сожалению, Нагель обходит вниманием более традиционные сетевые методы сбора данных, при которых социальная сеть восстанавливается на основе наблюдения реального взаимодействия между участниками социальной сети, или социометрические матрицы строятся на основании взаимных выборов членов сети. Не обсуждается также важная проблема получения данных о таких характеристиках отношений, как сила и направленность связей.

В статье «Фасетный подход в социологии религии: теории, техники и анализ религиозной идентификации в Соединенных Штатах» Узи Ребхун описывает подход, основанный на идеях шкалограммного анализа Л. Гуттмана. «Фасетная теория — это систематический подход к разработке теорий, анализу данных и интерпретации сложных феноменов» (с. 252). Формальная часть включает в себя выделение и формулирование трех типов фасет — базовых компонент теории, включающих: 1) фасеты объекта исследования — описание генеральной совокупности и выборки исследования (population facet); 2) фасеты содержательных переменных или аспектов рассматриваемого (многомерного) понятия (content facets); 3) фасеты диапазона значений, или шкал, при помощи которых измеряются основные переменные (range facet). Две основные техники анализа данных, описываемые в статье, позволяют строить пространство признаков минимальной размерности, в котором в виде точек представлены содержательные переменные (в качестве исходных данных используются корреляции между переменными), что позволяет анализировать и наглядно представлять структуру связей между ними (SSA — Smallest Space Analysis) или пространство, в котором точками представлены сравниваемые группы респондентов (в качестве исходных данных используются проранжированные ответы представителей изучаемых групп

³ Пример построения социальных сетей на основании текстовой информации, в частности анализа транскриптов интервью с участниками социальной деятельности, организованной приходами Русской Православной Церкви, а также обсуждение некоторых методических проблем, возникающих при использовании указанного метода, см., например, в статье: *Забавин И., Орешина Д., Пруцкова Е.* Социальный капитал русского православия в начале XXI в.: исследование с помощью методов социально-сетевых анализа // Государство, религия, Церковь в России и за рубежом. 2014. Вып. 1 (32). С. 40–66.

на вопросы анкеты, соответствующие содержательным фасетам), что позволяет наглядно представить взаимное расположение групп в зависимости от ответов на один или несколько вопросов (POSAC — Partial-Order Scalogram Analysis with Base Coordinators). Ребхун иллюстрирует применение методов результатами анализа данных о религиозной самоидентификации в США. К сожалению, из описания методов многое остается неясным, например, можно ли вращать полученное пространство. Так, результаты анализа для разных конфессий, полученные при помощи первого метода, в значительной степени схожи, с точностью до поворота осей, однако автор никак не комментирует это обстоятельство. Неясно также, как правильно интерпретировать близость/удаленность от центра (начала координат) диаграммы, а главное — какие содержательные выводы можно получить при помощи описываемых методов, которые были неочевидны просто на основании рассмотрения исходных данных, или же это просто способы визуализации корреляционных матриц и частотных таблиц. Автор помещает описываемые методы в ряд с кластерным и факторным анализом, однако было бы более полезно сравнить его с методом многомерного шкалирования, с которым, по-видимому, описываемые методы анализа социологических данных имеют существенно больше общего.

Хотя в целом прочтение книги оставляет больше вопросов, чем дает ответов, и ее нельзя буквально воспринимать как справочник по новым методам, однако эти вопросы скорее позитивного плана. Они стимулируют к дальнейшему поиску информации по заинтересовавшему читателя методу и самостоятельному более глубокому его изучению. Издание определенно достигает своей основной цели — сориентировать исследователя в поле новых подходов и методов и стимулировать социологическое воображение. Книгу можно рекомендовать для прочтения не только социологам религии, но и существенно более широкому кругу читателей, интересующихся современными социологическими методами сбора и анализа данных.

*Е. В. Пруцкова, Е. Б. Мелкумян
(ПСТГУ)*

**Handbook of new religions and cultural production / C. Cusack, A. Norman, eds.
Brill, 2012. XXX + 790 p.**

Рецензируемый сборник является результатом проекта, стартовавшего в мае 2010 г., посвященного исследованию культурных продуктов (cultural products) новых религий. Том, весомый во всех смыслах, содержит 9 разделов, посвященных различным направлениям новых религий (толкуемых очень широко). Литература по новым религиям чрезвычайно обширна и разнообразна и основывается на безграничном спектре методологий и предпосылок авторов. Новым и перспективным предпринятое авторами исследование делает его предмет: в центре своего внимания они помещают уже упомянутые культурные продукты.