

5. Общественное мнение – 2016. М.: Левада-Центр. С. 168. URL: <https://www.levada.ru/cp/wp-content/uploads/2017/02/OM-2016.pdf> (дата обращения: 18.07.2017).
6. Парсонс Т. О социальных системах. М.: Академический Проект, 2002. 832 с.
7. Религиозность. URL: <https://www.levada.ru/2017/07/18/religioznost/> (дата обращения: 18.07.2017).
8. Рыжова С.В. Особенности изучения религиозной идентичности россиян // Социологические исследования. 2016. № 10. С. 118-127.
9. Синелина Ю. Религиозность в современной России // Отечественные записки. 2013. № 1. С. 243-255.
10. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. Двенадцать лекций. Пер. с нем. 2-е изд., испр. М.: Издательство «Весь Мир», 2003. 416 с.

РЯЗАНЦЕВ И.П., БИДИХОВА И.С. ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К САКРАЛЬНЫМ ОБЪЕКТАМ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ (НА ПРИМЕРЕ Г. СЕРГИЕВ ПОСАД)

Аннотация. В статье говорится о результатах опроса жителей города Сергиев Посад, на основе которого были выделены различные модели отношения населения к Троице-Сергиевой Лавре, и проводится анализ полученных данных в контексте социологической теории «капитала» и теории общества потребления. При этом выделяются две укрупненные модели: Лавра как «капитал» (экономический, символической, культурный, духовный), Лавра как ценность (культурная, сакральная, историческая), а также две более мелкие модели: модель «латентного» конфликта и модель «безразличия». Делается вывод о том, что изначальная сакральная ценность данного объекта в современных условиях уступает его роли как источника формирования тех или иных преимуществ материального или нематериального свойства (модель «Лавра как «капитал»). В то же время именно эта сакральная ценность является причиной, приводящей к такому отношению. Авторы приходят к выводу, что одним из значимых факторов этого, наряду с другими, является распространение потребительского отношения к действительности в современном обществе, в частности, российском.

Ключевые слова: сакральный объект; модели отношения; современные социологические теории.

RYAZANTSEV I.P., BIDIKHOVA I.S. THE POPULATION'S ATTITUDE TOWARDS THE SACRED OBJECTS IN THE CONTEXT OF MODERN SOCIOLOGICAL THEORIES (AN EXAMPLE OF THE CITY OF SERGIEV POSAD)

Abstract. The article outlines the results of the survey of inhabitants of the city of Sergiev Posad, on the basis of which different models of the population's attitudes toward the Trinity-Sergius Lavra were identified. The data are analyzed in the context of sociological theory of «capital» and the theory of the consumer society. Wherein two enlarged models were identified: Lavra as «capital» (economic, symbolical, cultural, spiritual), Lavra as worth (cultural, sacral, historical), and two smaller models: model of the «latent» conflict, model of «indifference». The authors make the conclusion that the original sacral worth of this object in modern conditions is inferior to its role as a source of any advantages (model «Lavra as a «capital»). At the same time this sacral role is the reason, that leads to such attitudes. The authors come to the conclusion that one of the important factors of this, along with others, is the spread of the consumer attitude towards reality in the modern word, in particular in Russian society.

Key words: sacred object; models of attitude; modern sociological theories.

Серьезные изменения последних десятилетий, произошедшие в области отношения общества и Церкви, по сей день нуждаются в осмыслении. Уникальный исторический

опыт России XX века, общемировые тенденции секуляризации и постсекуляризации, динамика развития отношений между властными и религиозными структурами, различные текущие события в жизни общества и Церкви по-разному могут сказываться на отношении населения к Церкви как институту.

Одним из значимых компонентов формирования мнения населения о Церкви является отношение к конкретным сакральным местам и объектам, таким как церкви и монастыри. Сергиев Посад является уникальным местом, где в советское время продолжал существовать и функционировать один из самых главных для России монастырей и, в то же время, еще не так давно он был советским промышленным городом. В рамках нашего исследования мы выясняем, чем наполнено отношение жителей этого города к одному из самых значимых мест православной жизни, и как это отношение может быть осмыслено в рамках современных социологических теорий.

В качестве основы нашего анализа мы рассмотрим данные исследования, проведенного в 2015 году в рамках социологической школы «Северная Фиваида», организованной факультетом социальных наук ПСТГУ под руководством декана факультета, д.э.н., проф. Рязанцева И.П. В ходе исследования было опрошено 298 жителей г. Сергиев Посад от 18 лет и старше. Среди них 86% идентифицировали себя как православные по вероисповеданию, 2% – как мусульмане, 7% – как атеисты, еще 5% дали другие ответы. Половозрастной состав опрошенных в целом приближается к распределению населения г. Сергиев Посад по соответствующим параметрам.

Основная часть вопросов задавалась в открытой форме. В ходе анализа результаты высказываний были систематизированы, на основе чего были получены модели отношения населения города к Лавре. Некоторые из этих моделей были затем объединены в укрупненные модели, а именно «Лавра как «капитал» и «Лавра как ценность».

Рассмотрим соответствующие модели более подробно.

Укрупненная модель «Лавра как «капитал».

Прежде всего, необходимо несколько слов сказать о том, что мы будем понимать под капиталом в нашем случае. Истоки социологического осмысления понятия «капитал» и использования соответствующих идей при изучении социальных явлений связывают с работами таких ученых, как П. Бурдьё, Дж. Коулман и Р. Патнем, хотя, как утверждают современные ученые, ссылаясь на Ф.Фукуяму, еще в начале XX века делались попытки использования данного понятия применительно к социальным явлениям [14].

В настоящее время существует несколько различных толкований понятия «капитал» применительно к социальным явлениям, в каждом из которых подразумевается собственный значимый аспект. Кроме того, это понятие используется, как правило, не само по себе, а с указанием конкретного вида капитала: символический капитал, социальный капитал, культурный капитал, физический капитал и прочее, что вполне обосновано в случае, если мы говорим об использовании данного понятия применительно к явлениям социальной сферы. Таким капиталом может обладать конкретный человек или некое сообщество.

В задачи данной статьи не входит обобщение подходов к категории «капитал». Соответствующие рассуждения можно найти в современных работах, посвященных данной проблематике [1].

Анализ подходов к определению данного понятия позволяет сказать, что в любом случае в качестве капитала выступает конкретный ресурс материального или нематериального свойства, которым располагает человек или некое сообщество, и который позволяет получить определенные «дивиденды», преимущества опять же материального или нематериального свойства: решения, статус, материальное вознаграждение и пр. Эти дивиденды могут формироваться на основе активного использования данного капитала в ходе жизнедеятельности какой-либо группы или человека, в том числе путем преобразования одних форм капитала в другие. Скажем, экономический капитал (зарплата) преобразуется в человеческий капитал (образование),

который обеспечивает затем увеличение зарплаты, то есть опять же приращение экономического капитала. Чем больше тот или иной капитал, тем проще он обеспечивает те или иные «дивиденды».

В нашем случае сообществом, которое обладает капиталом, выступает население города, где находится Лавра. И именно данный сакральный объект в современных условиях воспринимается ими как нечто, что позволяет получить те или иные «дивиденды» материального или нематериального свойства. Конечно, весьма сложно и, наверное, не совсем этично говорить о сакральном объекте как о некоем ресурсе. Но, как показал анализ, такое понимание весьма распространено среди опрошенных.

Таким образом, в рамках данной статьи применительно к рассматриваемому сакральному объекту – Лавре – мы будем понимать «капитал» как ***некий ресурс, основанный на ценностной значимости данного объекта, который в силу этого способен стать источником формирования тех или иных преимуществ, значимых результатов материального или нематериального свойства.*** В зависимости от конкретного характера данных преимуществ нами были выделены следующие модели отношения жителей города к Лавре:

Лавра как «экономический капитал»: это модель отношения, в рамках которой Лавра воспринимается как объект, обеспечивающий городу материально значимые результаты. Ответы, соответствующие такому отношению, встречались наиболее часто по сравнению с другими ответами респондентов.

Приведем цитаты респондентов в качестве иллюстрации: *«за счет Лавры город живет», «привлекает туристов, финансы, прибыль», «за счет Лавры идут деньги в бюджет города», «за счет Лавры существует в основном город», «все остальное питается от Лавры»* и пр.

Лавра как «символический капитал»: данная модель связана с отношением к Лавре как к объекту, обеспечивающему результаты, значимые с точки зрения престижа и статуса.

Соответствующие цитаты респондентов следующие: *«жемчужина России, входит в Золотое кольцо», «основная достопримечательность Подмосковья», «гордость за само сооружение, за влияние на людей (все тянутся)», «самая важная часть города, столица Руси», «не было бы Лавры..., город не имел бы значения в мире»* и пр.

Лавра как «культурный капитал»: в рамках этой модели Лавра рассматривается как нечто, что позволяет достигнуть целей, значимых с точки зрения культурного развития.

К данной модели отношения можно отнести следующие цитаты: *«много мероприятий за счет Лавры, экскурсии для школьников и студентов, сама в них участвую», «проходит множество праздников, связанных с религией и культурой», «влияет на жителей, нас воспитывает в соответствии с культурными традициями»* и пр.

Лавра как «духовный капитал»: эта модель характеризуется тем, что жители видят в Лавре объект, который позволяет достигнуть каких-либо целей, значимых с точки зрения духовного развития, причем не только на уровне города, но и на уровне страны в целом.

Соответствующие цитаты иллюстрируют данное отношение: *«душа России, православия, помощь духовная», «сплачивает народ вокруг Лавры духовно», «процветает духовно-нравственное развитие», «умиротворенность для города, спокойней жить», «Лавра имеет воспитательное значение, другой духовный настрой»* и пр.

Укрупненная модель «Лавра как ценность».

Как таковая, Троице-Сергиева Лавра, конечно, не является «ресурсом». Это монастырь с многовековой историей, традициями, место молитвы, паломничества и поклонения мощам, а также исторически и культурно значимый объект. Именно высокая значимость данного сакрального объекта для России, с нашей точки зрения, и для

православия, его культурная ценность позволяет ему становиться для города «ресурсом», который обеспечивает те или иные значимые для жителей результаты и преимущества материального или нематериального свойства. При рассмотрении понятия «капитала» в социологии акцент делается именно на трактовке данного понятия как ресурса. При этом нередко упускается из вида то, что в случае, если речь идет о социальных явлениях, эти ресурсы часто вытекают из того, что рассматривается как ценность (здоровье, образование, талант, дружба и пр.).

Лавра как ценность для жителей города – это объект, значимый с культурной, исторической точек зрения, а также с точки зрения духовного переживания. Исходя из этого, можно выделить следующие модели в рамках данной укрупненной модели:

Лавра как культурная ценность: данная модель характеризуется тем, что люди видят в Лавре объект, значимый с точки зрения культурного наследия, причем как материального, так и нематериального: «часть культурного наследия», «архитектурный памятник», «это определенная достопримечательность» и пр.

Лавра как сакральная ценность: для данной модели характерно отношение к Лавре как к духовно значимому объекту: «Лавра – главная святыня страны», «духовный центр», «для православных – самая главная святыня», «важнейшая святыня», «святое место же» и пр.

Лавра как историческая ценность воспринимается жителями как объект исторического значения: «вокруг нее создавался город», «исторический фундамент», «историческая ценность», «часть исторического наследия», «сначала была Лавра, а вокруг нее образовался город» и пр.

Модель «латентного» конфликта.

Как известно, представители теории социального конфликта утверждали, что конфликт имманентен обществу, лежит в основе его развития и обосновывали его положительную роль в жизни общества. Обратимся к классическому определению конфликта, данному Л.Козером, согласно которому социальный конфликт – это «борьба за ценности и притязания на статус, власть и ресурсы, в ходе которой оппоненты нейтрализуют, наносят ущерб или устраняют своих соперников» [6]. Таким образом, речь идет о борьбе за перераспределение тех или иных ресурсов, позиций и ценностей.

Некоторые опрошенные жители города, как показали данные, выражали недовольство деятельностью Лавры и священников, в частности, связанной с несправедливым, по их мнению, распределением ресурсов. Латентность конфликта означает, что он не перешел в фазу открытых столкновений. Проиллюстрируем данную модель соответствующими высказываниями респондентов: «Лавра ничего городу не дает, отнимает территорию», «влияет (Лавра – прим. авторов) на попов, которые ездят на дорогих иномарках», «нельзя было отдавать им Парк культуры, надо было восстановить и отдать городу», «Лавра ничего городу не дает, отбирает места, помещения, отнимает территорию у людей» и пр.

Высказывания, соответствующие данной модели, встречались намного реже высказываний, соответствующих моделям «Лавра как «капитал» и «Лавра как ценность». Вряд ли в условиях, когда преобладает положительное отношение к Лавре, этот латентный конфликт проявится в форме открытых столкновений. Однако не стоит сбрасывать имеющийся конфликтный потенциал со счетов, особенно в условиях характерного для российского общества негибкого реагирования на латентные и явные конфликты, что всегда чревато неблагоприятными последствиями для социума.

Модель «безразличия».

Последняя модель отношения – это модель «безразличия». Для нее характерно равнодушное отношение к Лавре или отрицание какой-либо ее роли в жизни города: «никакое» (место Лавры в жизни города – прим. авторов), «отдельно от города, нет отношения», «Лавра меня не интересует» и пр.

Подведем некоторые итоги нашему повествованию. Описанные модели были выделены по отдельным высказываниям респондентов. Отметим, что отношение конкретного человека к Лавре может включать в себя элементы различных моделей, образуя собирательную модель.

Следующая схема обобщает результаты, описанные выше. Диаметр соответствующего круга коррелирует со степенью распространенности данной модели отношения среди респондентов.



Схема. Модели отношения населения города Сергиев Посад к Троице-Сергиевой Лавре и их взаимосвязь

Теперь порассуждаем на тему о том, почему ситуация складывается так, что столь значимый сакральный объект преимущественно рассматривается жителями города как то, что обеспечивает те или иные преимущества, в основном, экономического характера. На наш взгляд, это связано со следующими факторами:

А) Высокой значимостью Лавры как центра паломничества, а также памятника культуры, что привлекает сюда людей и средства;

Б) Ролью Лавры как градообразующего комплекса, вокруг которого формировался город;

В) Сложностями в экономической сфере, характерными для России в целом, и в том числе невысокими показателями уровня жизни населения города [11];

Г) Исторически обусловленными условиями, в частности, советским антирелигиозным наследием;

Д) Изменением места религии в жизни современного общества в целом;

Е) Все большим распространением потребительских стереотипов в поведении и мировоззрении.

Остановимся на последнем чуть подробнее. Как известно, в настоящее время теория общества потребления, развитие которой связывают, прежде всего, с именем французского социолога Ж. Бодрийяра, достаточно популярна. Однако вопрос влияния распространения потребительской идеологии на религиозную жизнь в настоящий момент изучен недостаточно. Известно, что еще Э.Фромм в конце 70-х годов XX-го века в своей книге «Иметь или быть?» говорил о вытеснении принципа «бытия», основанного на духовных началах, принципом «обладания», основанного на материалистических

ценностях, и появлении своего рода новой «индустриальной религии» [13]. Кроме того, вопросы трансформации христианской этики в эпоху Реформации и воздействие этого процесса на хозяйственную жизнь изучал М.Вебер, обращая внимание на негативные последствия рационализации хозяйства для духовной сферы общества. Ж.Бодрийяр уподобляет современное потребление своего рода религиозному ритуалу, говорит о замещении подлинных смыслов, основанных на реальном значении вещей и нравственных императивах, псевдосмыслами – симулякрами, связанными со знаковой ролью приобретаемых и потребляемых вещей [2]. В работе «Система вещей» он пишет: «Ныне, когда исчезают религиозные и идеологические инстанции, нашим единственным утешением остаются вещи; это бытовая мифология, в которой гасится наш страх времени и смерти» [3].

Современные исследователи, работающие в России и на постсоветском пространстве, также обращают внимание на то, что процесс оттеснения религиозных ценностей на периферию массового сознания тесно связан с выходом на первый план потребительских ценностей [5; 9]. В частности, это можно наблюдать в современной рекламе, предлагающей приобщиться, так сказать, к «псевдотаинствам» путем потребления продукта, наполненного неким мистическим смыслом и обеспечивающего долгожданное блаженство [5].

Само использование экономической терминологии, в том числе применение понятия «капитала», о котором шла речь выше, в области изучения социальных и социально-психологических явлений, является также своеобразным индикатором описанных тенденций.

Тем не менее, вопрос о том, как влияет распространение потребительской идеологии на религиозную жизнь населения, в том числе на отношение к сакральным объектам, в настоящее время остается открытым. Некоторые источники указывают на распространение потребительского отношения к храмам, в том числе среди верующих людей. Имеется в виду то, что воцерковленный человек иногда приходит в храм тоже как своего рода потребитель, который хочет скорее получить, пусть даже речь идет о приобщении к Таинствам, но не отдавать [7]. Характерно то, что в странах Северной Америки, где потребительские ценности в достаточной степени укоренены в массовом сознании, существует множество христианских Церквей, которые отличаются религиозными принципами и практиками. Это позволяет некоторым исследователям говорить о распространении потребительских ценностей свободного выбора и наилучшего удовлетворения потребностей на сферу духовной жизни в этих странах [5; 9].

Вернемся к нашему исследованию. Как известно, сакральное в науке связывают с переживанием некоего религиозного чувства («встречи с Богом»), которое становится достоянием группы. *Сакральных объект* – это место, где благодаря тем или иным обстоятельствам такое переживание стало доступным, в силу чего данное место становится центром притяжения последователей той или иной веры. Но не всем доступно такое переживание «встречи с Богом». Если бы оно было доступно всем, то в мире, наверное, было бы гораздо меньше проблем, насилия и греха.

Троице-Сергиева Лавра является, прежде всего, сакральным объектом. Однако в современных условиях ее значение как сакрального объекта в массовом сознании часто смешивается с ее историческим и культурным значением, а порой и вытесняется ими. В этом смысле она все еще продолжает выступать как ценность. Однако в большей степени жители города воспринимают ее уже как некий «капитал», который обеспечивает те или иные преимущества или результаты, необязательно духовного свойства. Возникает парадокс – изначальная высокая значимость данного объекта как центра духовной жизни становится причиной формирования отношения к нему как к источнику материальных и нематериальных благ. Такое отношение, с нашей точки зрения, является во многом следствием и признаком потребительского отношения к действительности, характерного

для современного общества, которое в условиях российского провинциального города с его экономическими трудностями выходит на первый план.

Тем не менее, не будем трактовать такое отношение в однозначно негативном ключе. Это реалии современности. Возможно, в условиях, когда люди на протяжении десятков лет были оторваны от церковной жизни, это является не только индикатором определенного духовного состояния населения, но и фактором формирования позитивного отношения к сакральным объектам.

Выводы, содержащиеся в данной статье, относятся, прежде всего, к населению города Сергиев Посад и не могут претендовать на широкую репрезентативность в силу ограниченности эмпирического объекта исследования и его уникальности – населения города, где находится один из самых значимых для православия сакральных объектов. Но, надеемся, это послужит вкладом в область исследований воздействия современных процессов в сфере экономики и потребления на формирование отношения общества к Церкви.

Литература

1. Блок М., Головин Н.А. Социальный капитал: к обобщению понятия // Вестник СПбУ. Сер. 12: Социология. 2015. Вып. 4. С. 99-111.
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М.: Культурная революция, Республика, 2006. 268 с.
3. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: РУДОМИНО, 1999. 212 с.
4. Бурдые П. Формы капитала // Западная экономическая социология / Сост. и научное редактирование Радаев В.В. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. 656 с.
5. Губницына О.П. Религия и современное общество потребления: введение в проблему// Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. 10. № 5. С. 77-86.
6. Козер Л. Функции социального конфликта. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. 295 с.
7. Комаров С. Христианин – потребитель или служитель? 2017. URL: <http://www.pravoslavie.ru/105119.html> <https://ecsoc.hse.ru/2002-3-4.html>. (дата обращения 20.08.2017)
8. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122-139.
9. Музыченко А.В., Назарова Н.С., Стрижова И.А. Общество потребления в эпоху глобализации: социально-политические аспекты: монография. Одесса: Печатный Дом, 2014. 196 с.
10. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация: // Экономическая социология: электронный журнал. 2002. Т. 3. № 4. URL: <https://ecsoc.hse.ru/2002-3-4.html> (дата обращения: 28.07.2017).
11. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов. 2014. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138631758656 (дата обращения: 28.07.2017).
12. Татарко А.Н., Лебедева Н.М. Социальный капитал: теория и психологические исследования: монография. М.: РУДН, 2009. 233 с.
13. Фромм Э. Иметь или Быть? М.: Прогресс, 1986. 238 с.
14. Шаповалова Т.В. Генезис и развитие социального капитала в экономике // Вопросы современной экономики: электронный научный журнал. 2013. Вып. №1. URL: <http://economic-journal.net/2013/05/genezis-i-razvitie-koncepcii-socialnogo-kapitala-v-ekonomike/> (дата обращения: 28.07.2017).