Анастасия Белькова

# Отношения государства и церкви в теории религиозной экономики

*Anastasia Belkova*

**Church-State Relations in the Theory of Religious Economy**

**Anastasia Belkova** — Postgraduate Student of the Institute of Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies of the Siberian Branch of the Russian Academy of Science, Ulan-Ude (Russia). afan-project@mail.ru

*This paper is an attempt to consider state and church relations using the theory of religious economy. This paper presents the review of researches using economic approach to the study of religion, which touchs upon the problem of the influence of state on religious sphere. The author uses economic models and comes to the following conclusions. First, economic reasons of intervention of the state into religious market are linked with positive social effect from activity of religious organizations. Second, the state in such a situation seeks to promote religious organizations, however, the issue of loyalty comes to the fore. The state regulates religious market and subsidizes only loyal religious organizations in order to control the expenditure of public funds. Religious organizations of traditional faiths often become loyal because of the wide experience of interaction with the government.*

**Keywords:** church and state, religious market, religious economy.

Теоретическая модель, использующая экономический подход как основу для анализа религии, является одной из основных методологических парадигм современной социологии религии. В ее рамках религиозные организации рассматриваются как конкурирующие между собой фирмы, предлагающие религиозный товар потребителям. Этого определения

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ (Религиозная ситуация во Внутренней Азии: проблемы постсоветских трансформаций), проект № 13-33-01 260.

религиозной экономики мы и будем придерживаться в данной работе. Основными представителями данного направления являются Уильям Бейнбридж, Роджер Финке, Лоуренс Яннакконе и Родни Старк[1].

В России работы, касающиеся религиозной экономики, в большинстве своем являются теоретическими обзорами. С. А. Опалев[2] рассматривает место теории рационального выбора среди современных теоретических подходов к изучению религии, а также влияние религиозного плюрализма и государственного регулирования религий на религиозность. Е. Д. Руткевич[3] анализирует «новую парадигму» С. Уорнера[4] и его последователей, которые изучают экономический подход к анализу религии, и употребляет при этом различные наименования: «теория рационального выбора религии», «теория религиозной мобилизации», «теория рыночной религиозной ниши», «теория религиозной экономики», «теория религиозного предложения», «модель религии рационального выбора». Р. О. Сафронов[5] дает краткий ретроспективный обзор формирования и развития теории рационального выбора в социологии религии. Е. А. Степанова[6], рассматривая различия между религиозной ситуацией в США и в Западной Европе, также обращается к теории рационального выбора. А. В. Филькина[7] в своем обзоре основных интерпретаций религиозных феноменов в социологии религии затрагивает «экономи-

1. См. работы: Bainbridge, W. S. and Stark, R. (1987) *A Theory of Religion*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press; Finke, R. and Stark, R. (1992) *The Churching of America: Winners and Losers in Our Religious Economy.* New Brunswick, NJ: Rutgers University Press; Iannaccone, L. R. (1997) «Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion», in *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*, pp. 25–44. New York: Routledge.
2. *Опалев С. А.* Критика теории секуляризации в теории рационального выбора // Религиоведческие исследования. 2010. № 3/4. С. 170–189; *Опалев С. А.* Исследования религиозного плюрализма в современной западной социологии религии // Религиоведение. 2011. № 2. С. 106–115.
3. *Руткевич Е. Д.* «Новая парадигма» в социологии религии: Pro и Contra // Вестник ИС РАН. 2012. № 6. С. 208–233.
4. Warner, S. (1993) «Work in Progress towards a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States», *American Journal of Sociology* 98 (5): 1044–1093.
5. *Сафронов Р. О.* Современные социологические теории религии в США и Европе // Религиоведческие исследования. 2009. № 1/2. С. 24–44.
6. *Степанова Е. А.* Религия в США и Западной Европе: исключение или правило? // Научный ежегодник ИФиП УО РАН. 2012. Вып. 12. С. 110–122.
7. *Филькина А. В.* Методология изучения современных религиозных феноменов: постановка проблемы // Вестник ТГПУ. 2006. № 2. С. 111–115.

ческие» концепции религии, подробно останавливаясь на теории религиозного капитала Л. Яннакконе[8].

По сложившейся традиции при исследовании влияния государства на религиозную ситуацию экономический подход выражается в анализе религиозной конкуренции, религиозного выбора и динамики религиозности. В то же время этот подход может быть интересен при анализе взаимоотношений религиозных организаций и государства. Каковы рациональные основания для вмешательства органов власти в церковную деятельность? Почему государство поддерживает лишь некоторые религиозные объединения? В данной статье мы попытаемся ответить на эти вопросы, используя экономические модели. Кроме того, мы постараемся рассмотреть основные выводы теории религиозной экономики, касающиеся отношений государства и церкви. Исследование опирается на анализ научных работ, выполненных в рамках экономического подхода к изучению религии.

## Теоретики религиозной экономики о роли государства

К. Хилтон, Ю. Родионова и Ф. Денг в своем обзоре применения экономической теории при анализе отношений церкви и государства начинают с Адама Смита[9]:

> Смит рассматривал религии, как если бы они были фирмами, продающими продукт клиентам. Новые религиозные фирмы выходят на рынок для удовлетворения потребительского спроса. Создание монополии через государственное лицензирование или учреждение государственной религии будет снижать усилия продавца религии по удовлетворению потребительских вкусов. Церкви, поддерживаемые в течение долгого времени государством, дистанцируются от забот своих членов[10].

8. См. подробнее: Iannaccone, L. R. (1990) «Religious Practice: a Human Capital Approach», *Journal for the Scientific Study of Religion* 29: 297–314; Iannaccone, L. R. (1994) «Why Strict Churches Are Strong», *American Journal of Sociology* 99: 1180–1211.
9. Hylton, K. N., Rodionova, Y. and Deng, F. (2008) «Church and State: an Economic Analysis», *Boston University of Law Working Paper* 24 (8): 1–48 [http://www.bu.edu/law/faculty/scholarship/workingpapers/2008.html, accessed on 15.08.2013].
10. Ibid., pp. 4–5. Здесь и далее перевод автора.

Действительно, А. Смит в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства»[11], анализируя государственные расходы, рассуждает о влиянии государственного участия на конкуренцию между различными религиозными организациями:

> Но если бы политика никогда не призывалась на помощь религии, если бы победившая партия никогда не поддерживала учения одной секты в ущерб учениям другой, то она, вероятно, относилась бы одинаково и беспристрастно ко всем существующим сектам и предоставляла бы каждому человеку выбирать себе священника и религию согласно его убеждению. В таком случае, без сомнения, налицо оказалось бы большое множество религиозных сект… Каждый проповедник, вне всякого сомнения, чувствовал бы себя вынужденным прилагать чрезвычайные усилия и пускать в ход всевозможные уловки, чтобы сохранить за собой и увеличить наличное количество своих последователей. Но так как все другие проповедники чувствовали бы себя вынужденными к тому же самому, то ни один проповедник или секта проповедников не могли бы пользоваться очень большим успехом. Заинтересованное и деятельное рвение религиозных проповедников может быть опасно и может иметь неприятные последствия только там, где в обществе допущена только одна секта или где все общество в целом разделяется на две или три большие секты, причем проповедники каждой из них действуют согласованно и подчиняясь установленной дисциплине и иерархии… Проповедники каждой секты, видя себя окруженными со всех сторон большим количеством противников, чем друзей, были бы вынуждены учить тому чистосердечию и умеренности, которые так редко возможно встретить среди проповедников больших сект, учения которых, поддерживаемые гражданской властью, почитаются почти всеми жителями обширных королевств и империй[12].

Согласно А. Смиту, вмешательство государства в конкуренцию между религиями негативно сказывается на качестве религиозного продукта. Отсутствие государственного регулирования, напротив, стимулирует повышение конкурентоспособности религиозного товара и активизирует поведение церкви на религиозном рынке.

11. Smith, A. (1776) *The Wealth of Nation*. L.: W. Strahan and T. Cadell.

12. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007. С. 731–732.

Классики современной теории религиозной экономики Л. Яннакконе и Р. Старк также затрагивали проблему отношений государства и церкви. Например, Яннакконе рассматривал этот вопрос в рамках своей концепции религиозного капитала[13]. По его мнению, вмешательство государства, принуждающего поддерживать официальную религию, препятствует свободному инвестированию религиозного капитала. Это негативно сказывается на качестве религиозного продукта, предлагаемого традиционной церковью:

> Спонсируемая государством религиозная монополия обеспечивает только внешний вид благочестия — за этим кроется неэффективное духовенство и апатичное население... Плюралистическая конкуренция будет стимулировать религиозные рынки так же, как она делает это на светских рынках, заставляя поставщиков предлагать широкий диапазон альтернативных конфессий, хорошо приспособленных к конкретным нуждам потребителей, что более эффективно[14].

Однако Яннакконе больше интересуют внутренние механизмы работы религиозных рынков. Он сосредотачивается на сравнительном анализе «церквей» и «сект» в контексте так называемой проблемы безбилетника[15]. И несмотря на то что Яннакконе строит свою классификацию, исходя из соответствия норм религии общепринятой культуре, можно провести параллели между его «церквами» и традиционными, поддерживаемыми государством религиями (он сам ссылается на смитовское выражение *established churches* — государственные церкви)[16]. Яннакконе и Старк пишут: «Возможности одной религиозной фирмы монополизировать религиозную экономику зависят от степени использования государством принуждения для регулирования

13. По Л. Яннакконе религиозный капитал — это знания человека о доктрине и ритуалах какой-либо религии. Накопление религиозного капитала ограничивает религиозный выбор в силу его неконвертируемости, так как при переходе человека в другую конфессию религиозный капитал необходимо накапливать заново.
14. Iannaccone, L. R. *Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion,* p. 40.
15. Проблема «безбилетника» («зайца» — *free rider*) у Л. Яннакконе аналогична соответствующей экономической проблеме — ситуации, когда люди могут получать выгоды от общего блага, не оплачивая никаких издержек на его получение, что делает производство таких товаров невыгодным для частной фирмы.
16. Iannoccone, L. R. (1992) «Sacrifice and Stigma: Reducing Free-Riding in Cults, Communes, and Other Collectives», *Journal of Political Economy* 100 (2): 283.

религии»[17]. Р. Финке замечает, что государственная политика в отношении религии колеблется от субсидирования до полного подавления[18].

В совместной работе «Дерегулирование религии: экономика церкви и государства»[19] Л. Яннакконе, Р. Финке и Р. Старк утверждают, что невмешательство государства в религию способствует плюрализму, который, в свою очередь, создает конкуренцию между религиозными организациями. В результате религиозные фирмы будут лучше удовлетворять спрос потребителей, что положительно скажется на общей жизнеспособности религии. «Как и на других рынках, государственное регулирование может глубоко затронуть стимулы производителей, выбор потребителей и общее равновесие. Простая отмена государственного регулирования лежит в основе многочисленных религиозных тенденций и событий, это наша основная идея»[20]. Финке и Старк, продолжая эту мысль, утверждают, что чем выше конкуренция между религиозными организациями, тем более религиозно население[21]. Некоторые практические исследования подтверждают эту точку зрения[22].

Однако другие ученые с ней не согласны. С. Брюс еще в 1995 году при анализе религиозной ситуации в Великобритании пришел к выводу, что государственное регулирование или поддержка религии в реальности не подавляет плюрализм[23].

17. Stark, R. and Iannaccone, L. R. (1994) «A Supply-Side Reinterpretation of the 'Secularization' of Europe», *Journal for the Scientific Study of Religion* 33 (3): 232.

18. См. работы: Finke, R. (1997) «The Consequences of Religious Competition: Supply-Side Explanations for Religious Change», in *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*, pp. 45–64. New York: Routledge; Finke, R. (1997) *The Illusion of Shifting Demand: Supply-Side Interpretations of American Religious History*, pp. 108–124. Berkeley, CA: University of California Press.

19. Iannaccone, L. R., Finke, R. and Stark, R. (1997) «Deregulating Religion: The Economics of Church and State», *Economic Inquiry* 35 (2): 350–364.

20. Iannaccone, L. R., Finke, R. and Stark, R. (1997) «Deregulating Religion: The Economics of Church and State», *Economic Inquiry* 35 (2): 351.

21. См., например, исследования религиозного рынка США: Stark, R. and Finke, R. (2000) *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*. Berkeley: University of California Press; Finke, R. and Stark, R. *The Churching of America: Winners and Losers in Our Religious Economy*.

22. См., например: Olds, K. (1994) «Privatizing the Church — Disestablishment in Connecticut and Massachusetts», *Journal of Political Economy* 102 (2): 277–297.

23. Bruce, S. (1995) «The Truth about Religion in Britain», *Journal for the Scientific Study of Religion* 34 (4): 426–427; Bruce, S. (1992) «Pluralism and Religious Vitality», in Steve Bruce (ed.) *Religion and Modernization: Sociologists and Historians Debate the Secularization Thesis*, pp. 170–194. Oxford: Clarendon.

Р. Филлипс, используя теорию неосекуляризации[24], утверждает, что нельзя констатировать однозначную причинно-следственную связь между прекращением вмешательства государства в религиозную сферу и ростом плюрализма:

> Взаимосвязь между плюрализмом и невмешательством государства не определена раз и навсегда в исторических свидетельствах. Слишком просто изменить эту последовательность событий и считать, что растущий религиозный плюрализм — отчасти стимулированный иммиграцией и географической мобильностью — урезает поддержку религиозных учреждений, которые, в конечном счете, обречены на гибель[25].

Аналогичные возражения выдвигает и Д. В. Олсон, который, говоря о государственной поддержке, имеет в виду олигополию:

> Правительства считают целесообразным поддерживать традиционные религии и регулировать остальные. Там, где существует олигополия нескольких сильных религий, возможно в интересах правительства защищать их от других религий, как это произошло в Нидерландах. Но также возможно, что в условиях плюрализма государство прекратит регулирование религиозного рынка[26].

Ф. Дж. Лечнер ставит под вопрос необходимость обсуждения связи между государственным регулированием и религиозной конкуренцией, указывая на то, что рост количества верующих не обязательно определяется религиозной конкуренцией:

> На практике рост церкви по большей части не зависит от перехода верующих из одной церкви в другую. Успешные религиозные бренды, такие как консервативные церкви в США, как правило,

24. Теория неосекуляризации — это обновленная концепция секуляризации, которая основывается на предположении, что секуляризация есть не упадок религии, а снижающийся объем религиозной власти как на индивидуальном, организационном, так и на общественном уровнях анализа. Ее основными теоретиками являются Дэвид Яман, Хосе Казанова, Уильям Филлипс и Джон Соммервиль.

25. Phillips, R. (2004) «Can Rising Rates of Church Participation Be a Consequence of Secularization?», *Sociology of Religion* 65: 148.

26. Olson, D. V. A. (2002) «Competing Notions of Religious Competition and Conflict in Theories of Religious Economies», in *Market, Sacred Canopies: Essays on Religious Markets and Religious Pluralism*, p. 155. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

растут благодаря эффективной социализации членов, а не через привлечение новых клиентов за счет конкуренции[27].

М. Чавес и Ф. С. Горски также отрицают связь между уровнем религиозности и наличием религиозной конкуренции[28]. По их мнению, существует два различных типа религиозной конкуренции. В европейском типе «членство в религиозной организации подобно… гражданству… Религия часто вовлечена в культурные, политические и социальные конфликты между государствами, классами и национально-этническими группировками», а религиозные альянсы становятся маркерами нерелигиозных интересов. В американском типе религиозные организации зависят от добровольных пожертвований, а значит, эти организации конкурируют за время и ресурсы людей с другими как религиозными, так и нерелигиозными добровольными объединениями. Поэтому вряд ли стоит говорить об общих закономерностях такого рода корреляций, так как имеется слишком много исключений[29]. М. Чавес еще в 1992 году в совместной работе с Д. Канном, анализируя возможности экономического подхода к анализу государственного регулирования религиозных рынков, утверждал, что государственное регулирование делает религиозные фирмы неэффективными и негативно влияет на мобилизацию религиозных потребителей. Однако он обратил внимание на исключение из этого правила: в протестантских и католических странах при государственной поддержке религии наблюдается рост уровня религиозного участия. При этом он признавал, что для адекватного социологического объяснения недостаточно использовать лишь показатели религиозного плюрализма — необходимо учитывать и неэкономические переменные[30].

У. Бейнбридж, в свою очередь, говорил о том, что признаки монополии могут возникнуть и при отсутствии государственного вмешательства:

27. Lechner, F. J. (2006) «Rational Choice and Religious Economies», in *Sage Handbook of the Sociology of Religion*, p. 16 [http://sociology.emory.edu/faculty/flechner/Rational%20Choice%20and%20Religious%20Economies. pdf, accessed on 15.08.2013].

28. Chaves, M. and Gorski, P. S. (2001) «Religious Pluralism and Religious Participation», *Annual Review of Sociology*, p. 261.

29. *Руткевич Е. Д.* «Новая парадигма» в социологии религии: Pro и Contra. С. 218.

30. Chaves, M. and Cann, D. E. (1992) «Regulation, Pluralism, and Religious Market Structure», *Rationality and Society.* 4 (3): 272–290.

> Если в обществе существует доминирующая религиозная традиция, разделенная на похожие конфессии и секты, то доктрины и практики ненапряженных и напряженных групп будут отличаться только степенью, но не сущностью... Конкурирующие протестантские группы противоречат друг другу не полностью, а лишь в ограниченных областях... Протестантские общества, следовательно, обладают преимуществами религиозной монополии, несмотря на наличие религиозного разнообразия[31].

Интересен подход К. Д. Миллера, который сосредотачивается на конкретных аспектах государственного регулирования религии, рассматриваемых с точки зрения религиозной экономики:

> Режим регулирования государством церкви влияет на возможность входа, характер конкуренции, структуру издержек конкурентов. В крайнем случае возникает контроль над входом, включающий в себя юридический запрет на формирование новых религиозных групп. К более мягким методам сдерживания входа новых игроков на рынок относятся государственная поддержка некоторых религиозных организаций, требование регистрации, запрет на явное обращение в свою веру, закрытие доступа к медиапространству, дискриминационный режим налогообложения нетрадиционных сект и культов... Церкви чаще, чем секты и культы, успешно продвигают свои интересы через политическое влияние[32].

К. Хилтон, Ю. Родионова и Ф. Денг в вышеупомянутой работе, рассматривая проблему государственного регулирования религии, исходят из того, что религия способствует сокращению масштабов такого поведения, которое нарушает общественные нормы. Вмешательство же государства ослабляет мотивацию церквей к такого рода полезной деятельности, поскольку, поддерживая какую-либо религию, государство создает «ленивую монополию». «Ленивая монополия» (*lazy monopoly*) — термин, введенный А. Хиршманом[33] в 1970 году. Он описывает ситуацию, когда организация-монополист предпочитает терять критически на-

31. Bainbridge, W. S. (1995) «Social Influence and Religious Pluralism», *Advances in Group Processes* 12: 7.

32. Miller, K. D. (2002) «Competitive Strategies of Religious Organizations», *Strategic Management Journal* 23 (5): 447, 448.

33. Hirschman, A. (1970) *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organization and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

строенных клиентов (тех, кого не устраивает и качество продукции, и ее цена), что снижает давление на организацию, так как остаются пассивные клиенты[34].

> Легко понять, почему религиозные институты предпочли бы получить определенную степень власти с помощью правительства. Религиозное учреждение может извлечь выгоду из права государства взимать налоги и регулировать конкурентов, а также направить субсидии в свою сторону. Религия может использовать нормативную функцию государства и заблокировать вход для новых конфессий, а возможно, и подвергнуть их полному запрету. Государство может потребовать поддержки государственной церкви (или церквей) со стороны граждан через налоги. Налогообложение и регулирование конкуренции, ограничивающие религиозный рост, дорого обходятся обществу. Такая политика сокращает масштаб религиозного рынка, уменьшая общественное благосостояние так же, как и налогообложение рынка в любом другом случае. Кроме того, такая политика создает заинтересованные группы, в частности получателей налогов, и привилегированные религиозные организации, у которых есть стимулы лоббировать сохранение своего положения[35].

К. Хилтон, Ю. Родионова и Ф. Денг считают, что в обмен на правительственные субсидии религиозные организации оказывают поддержку конкретным политическим акторам. При этом последние отдают предпочтение какой-либо церкви из соображений экономии (исходя из того, чья поддержка обойдется дешевле). Таким образом, К. Хилтон, Ю. Родионова и Ф. Денг, изучая конкретные последствия практики государственных расходов на религиозные организации, приходят к выводу, что такая ситуация способствует распространению коррупции, которая проявляется в принятии законов, закрепляющих особый статус избранных религий, и взятках представителям органов власти, обеспечивающим соблюдение религиозных запретов.

Обобщая вышесказанное, заметим, что в традиции экономического подхода вопрос отношений государства и церкви по большей части рассматривается в рамках анализа религиозной кон-

34. См. подробнее: *Скляр Т. М.* Проблема «ленивой монополии» в российском здравоохранении. Научные доклады № 3 (R) — 2997. СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2007. С. 11.

35. Hylton, K. N., Rodionova, Y. and Deng, F. (2008) *Church and state: an economic analysis*, p. 6–7.

куренции. Общие положения теории на этот счет заключаются в следующем.

Во-первых, чем менее регулируется религиозная экономика, тем более плюралистичной она становится. Множественность возникает на нерегулируемом рынке, поскольку одна фирма не может одновременно пребывать и в сфере сакрального, и в сфере мирского, быть и жесткой, и снисходительной, аскетичной и раскрепощенной. Как следствие, на таком рынке возникают различные ниши, соответствующие каждому из указанных аспектов религиозной деятельности.

Во-вторых, как только религиозная фирма становится монополией, она старается распространить свое влияние на другие общественные институты.

В-третьих, если происходит переход от регулируемой религиозной экономики к нерегулируемой, то образуется множество религиозных фирм, ни одна из которых не в состоянии поддержать процесс сакрализации (по ряду причин это невозможно и для коалиции фирм). В такой ситуации будет иметь место рост личной религиозности — именно вследствие увеличения числа религиозных фирм. И хотя религиозные монополии могут обеспечивать общество религиозным символизмом, они не в состоянии увеличивать масштаб личной религиозности.

В-четвертых, чем менее регулируется религиозная экономика и чем она более конкурентна, тем более высокий уровень религиозности будет наблюдаться в обществе.

В-пятых, даже тогда, когда конкуренция ограничена, религиозные фирмы могут обеспечивать высокий уровень религиозности, если эти фирмы являются основными посредниками в каком-либо социальном конфликте. В таких случаях религиозная идентичность оказывается неотделимой от групповой идентификации[36].

Таким образом, при анализе отношений государства и церкви с точки зрения религиозной экономики основное внимание уделяется последствиям вмешательства государства в религиозную сферу, а не причинам и механизмам государственного регулирования. До сих пор одной из наиболее цитируемых работ по этой теме является исследование Адама Смита XVIII века, на которое ссылается большинство современных теоретиков религиозной экономики. Отдельные работы, однако, вносят свой вклад в опи-

36. *Сафронов Р. О.* Современные социологические теории религии в США и Европе. С. 40–41.

сание и анализ механизмов взаимодействия церкви и государства, как, например, исследования вышеупомянутого К. Д. Миллера. На наш взгляд, использование теории рационального выбора позволяет рассмотреть отношения государства и церкви с новой точки зрения, используя готовые экономические модели. Далее мы попытаемся исследовать причины и механизмы государственного регулирования религии с помощью экономического подхода.

## Причины государственной поддержки религии: расчет на лояльность и социальные эффекты

Первый вопрос, возникающий при анализе отношений государства и церкви: для чего органы власти поддерживают религиозные организации? Казалось бы, отсутствие государственного вмешательства позволит сложиться монополистической конкуренции, когда множество фирм-церквей производят дифференцированный продукт. Общество заинтересовано в разнообразии продукции и в ее совершенствовании, что и обеспечивает эта рыночная модель. В данном случае покупатель имеет широкий диапазон выбора, а производители, соответственно, способны более полно удовлетворить запросы потребителей. Об этом пишут, в частности, Л. Яннакконе, Р. Финке и Р. Старк. Однако религиозный продукт — специфичен. Церковь предлагает убеждения, идеалы, ритуалы, социальные связи, «компенсаторы»[37], но часто выгоду от сделки получают не только продавец (религиозная организация) и покупатель (верующий), но и третья сторона, например, общество в целом. Такой эффект появляется благодаря участию церкви в решении социальных проблем.

Во-первых, в большинстве религий (которые предлагают фирмы-церкви) заложены идеалы и нормы, благотворно влияющие на общество. Например, заповедь «не убий» снижает вероятность совершения преступления верующими, и, соответственно, общество выигрывает от повышения безопасности, от снижения расходов на предотвращение преступлений и обеспечение законности.

Во-вторых, деятельность религиозной организации не ограничивается индивидуальными обменами с потребителями ее услуг. Часто церковь ставит более широкие цели, заключающиеся в положительном влиянии на общество в целом, что должно согласовываться с ее доктриной. Тогда церкви организуют благотвори-

37. См. подробнее: Stark, R. and Bainbridge, W. S. *A Theory of Religion*.

тельные обеды, дают приют бездомным, борются с алкоголизмом и проч. При этом бенефициар подобных акций не обязан быть верующим и принадлежать к церкви-организатору, то есть формально в рамках экономики религии он не является потребителем и не покупает товар.

А. Е. Кларк и О. Лелкес пишут:

> Тот факт, что мы также находим побочные эффекты[38], согласуется со следующими положениями:
> — деятельность религиозных учреждений не эксклюзивна для их членов, выгоду также получают и те, кто находятся вовне;
> — существует «моральный» компонент религиозности, дающий позитивный сигнал для всех остальных (здесь имеется в виду утверждение А. Смита о том, что религия повышает стоимость репутационного капитала, сообщая сведения о моральном облике человека[39]);
> — религиозность как таковая положительно соотносится с социально ориентированным поведением[40].

Родни Старк, опираясь на свои исследования религии в США, также утверждает, что религия не только снижает преступность, но и способствует социально ориентированному поведению, такому как помощь людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, донорство и проч. Старк указывает на то, что, вопреки существующему мнению, религиозные люди занимаются благотворительностью не только внутри своих церквей и что они вовлечены во внешние светские мероприятия даже больше, чем неверующие[41].

Таким образом, производство и потребление религиозных товаров обеспечивает выгоду не только непосредственным потребителям, но и третьим лицам. В экономической науке в данном слу-

38. Под побочными эффектами здесь понимаются те выгоды, которые получают третьи лица от отношений конкретного потребителя религиозного продукта и религиозной организации.

39. См.: Anderson, G. M. (1998) «Mr. Smith and the Preachers: the Economics of Religion in the Wealth of Nations», *Journal of Political Economy* 96: 1066–1088.

40. Clark, A. E., Lelkes, O. (2009) Let Us Pray: Religious Interactions in Life Satisfaction, Working Paper, p. 13. [http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/56/61/20/PDF/wp200 901.pdf, accessed on 15.08.2013].

41. Интервью с Р. Старком на портале «Research on Religion» от 5 мая 2013 г. [http://www.researchonreligion.org/christianity/rodney-stark-on-how-religion-benefits-everyone-including-atheists, доступ от 27.07.2013].

чае говорят о «выгодах перелива» (*spillover benefit*)[42]. Речь идет о такой ситуации, когда рыночный спрос, отражающий выгоды частных лиц и фирм, занижает общую величину выгод, то есть не охватывает *все выгоды*, связанные с производством и потреблением определенных товаров и услуг, включая те, которые являются побочным эффектом и не требуют компенсации (именуемые «выгодами перелива»). В этом случае объем выпуска продукции, обеспечивающей выгоды перелива, оказывается меньше оптимального значения (то есть соответствующего интересам общества и государства), поскольку производитель, не получая отдачи от производства дополнительных выгод, не мотивирован увеличивать предложение на рынке. Иначе говоря, рыночная система сама по себе не обеспечивает тех выгод, которые являются побочными эффектами экономической деятельности (например, в сфере образования или здравоохранения).

Церковь является как раз такой фирмой, которая приносит выгоду не только непосредственному потребителю религиозного продукта, но и обществу в целом, поскольку религиозные предписания удерживают верующих от асоциального поведения (убийства, воровства и т. п.). Однако при этом церковь затрачивает определенные ресурсы, обеспечивающие как производство религиозного продукта, так и социальные эффекты, связанные с ее деятельностью.

Для увеличения социальной значимости этих эффектов государство берет на себя функцию восполнения затрачиваемых ресурсов. Наиболее удобный и простой с организационной точки зрения способ — субсидирование производителей, в нашем случае религиозных организаций. Субсидии позволяют религиозным организациям увеличить объем ресурсов, которые они затрачивают на социально-полезную деятельность. При этом получаемый эффект превышает издержки от роста конфликтности на религиозном рынке, связанной с избирательностью государственной поддержки. Необходимо учитывать, что под «субсидированием» понимаются не только финансовые вливания в религиозный сек-

42. «Выгоды перелива» в контексте религиозного исследования упоминаются в работе Джозефа Дэниелса и Марка фон дер Рура при построении ими экономической модели роста «мегацерквей»: Daniels, J. P. and von der Ruhr, M. (2010) Subsidizing Religious Participation through Groups: A Model of the 'Megachurch' Strategy for Growth, ASREC Web Archive, pp. 1–20. [http://www.thearda.com/asrec/archive/papers/von%20der%20Ruhr%20and%20Daniels%20-%20Subsidizing%20Religious%20Participation%20through%20Groups.pdf, accessed on 15.08.2013].

тор со стороны государства, но также административная и законодательная поддержка, социальные связи, устанавливаемые между представителями церкви и органов власти, и проч.

Таким образом, экономический подход позволяет объяснить причины вмешательства государства в деятельность религиозных организаций. Однако при этом возникают и другие вопросы: почему поддерживаются только некоторые конфессии и почему предпочтение отдается конкретным религиям?

Можно предложить такой ответ на эти вопросы.

Государство опирается на определенные представления об эффективности. Поскольку его ресурсы ограничены, оно хочет контролировать расходование передаваемых религиозным организациям ресурсов. Как следствие, на первый план выходит фактор лояльности. Чем больше готовность религиозной организации к внешнему контролю и чем крепче ее связи с государством, тем более вероятно, что предоставляемые ей субсидии будут израсходованы на цели, согласующиеся с государственной политикой. Здесь также срабатывает и фактор минимизации усилий: рациональнее выстраивать отношения с как можно меньшим количеством религиозных организаций. Так появляются конфессии, поддерживаемые государством.

В официальном дискурсе в качестве поддерживаемых государством выступают традиционные религии. Такой выбор легитимируется культурными и историческими факторами: особая роль и значимость традиционных конфессий обосновывается их укорененностью в культуре, в быту, а также фактом длительного существования на данной территории. Однако с экономической точки зрения все это не имеет значения, так как важны лишь лояльность и управляемость.

Почему же в мировой практике государства поддерживают именно традиционные религиозные организации? Ведь понятие традиционности не настолько гибко, чтобы его можно было использовать в различных ситуациях? Попытаемся рассмотреть связь традиционности и лояльности с помощью экономической теории.

Появление управляемой религиозной организации — процесс длительный и сложный. Необходимо, чтобы органы государственной власти и религиозная организация приобрели опыт взаимодействия, который позволял бы ожидать от партнера понятной и адекватной реакции. Устоявшиеся отношения между государством и конфессией имеют первостепенное значение, так как снижают риски, связанные с поведением, приносящим убы-

ток одной из сторон. Обычно государство на протяжении долгого времени прилагает усилия для того, чтобы выстроить такие отношения с церковью. И чем больше этот срок, тем более «традиционной» становится религия. Так, в советский период, несмотря на проведение официальной политики «секуляризации сверху», некоторым конфессиям было позволено осуществлять свою деятельность, однако под постоянным государственным контролем и в рамках очень жестких правил. Сформировавшиеся в таких условиях религиозные организации сегодня именуются традиционными.

Стабильные отношения между государством и традиционными религиозными организациями имеют важное значение для обоих партнеров и обуславливают соответствующие преференции со стороны государства. Новые же религиозные течения, не обладающие преимуществами традиционных конфессий, являются для государства рискованными партнерами, поскольку они слишком самостоятельны и не готовы соответствовать нормам, диктуемым государством. Они вынуждены агрессивно отвоевывать свою рыночную нишу, и потому их стратегии направлены на рекрутинг новых членов, на минимизацию побочных эффектов, на то, чтобы максимально эффективно расходовать имеющиеся ресурсы и как можно полнее удовлетворять запросы своих потребителей с целью удержания их в своем религиозном сообществе. Зрелые же религиозные организации, напротив, могут позволить себе побочные эффекты своей деятельности, поскольку они уже заняли место на религиозном рынке. Кроме того, они уже включают в свои задачи выстраивание отношений с государством. Таким образом, адаптивность религиозной организации к внешней среде, в том числе к нормам, диктуемым государством, повышает ее шансы на получение государственной помощи.

Мы говорим о том, что возможна такая ситуация, когда государство классифицирует религии по принципу традиционности и нетрадиционности и оказывает поддержку только избранным религиозным организациям. В то же время, указывая на экономические причины вмешательства государства в религиозную сферу и избирательности государственной поддержки, следует подчеркнуть, что это не единственные причины. Речь в данном случае идет лишь о том, что теория религиозной экономики позволяет взглянуть на отношения государства и церкви с новой точки зрения и дополнить совокупность причин государственного вмешательства в религиозную сферу экономическими факторами.

## Некоторые выводы

Применение экономического подхода при анализе религии вызывает сегодня много споров. Некоторые эмпирические исследования опровергают постулаты теории религиозной экономики[43], тогда как другие, напротив, их подтверждают. Рассматриваемая нами концепция все еще формируется, сталкиваясь с проблемами объяснения религиозных феноменов, и поэтому теоретические исследования фокусируются на вопросе целесообразности ее применения. Но, с другой стороны, применение экономических моделей предоставляет широкие возможности для исследования конкретных религиозных ситуаций и отношений, в том числе взаимодействия государства и церкви.

В рамках рассматриваемой нами парадигмы вмешательство государства в религиозную сферу в целом оценивается негативно, а отсутствие такого вмешательства, или дерегулирование религии, — как то, что способствует религиозному плюрализму, который, в свою очередь, повышает религиозную конкуренцию. Конкуренция заставляет церкви-фирмы улучшать качество своего религиозного продукта, что приводит к более полному удовлетворению запросов потребителя; как следствие, уровень религиозности в обществе повышается.

Несмотря на то что некоторые авторы подвергают этот тезис сомнению, основная полемика ведется вокруг последствий вмешательства государства в религиозную сферу. Вместе с тем экономическая модель позволяет анализировать причины этого вмешательства и его механизмы.

На наш взгляд, государственное регулирование религиозного рынка обусловлено социальной функцией религии и побочными эффектами деятельности религиозных организаций: религия способствует социально ориентированному поведению, религиозные организации занимаются благотворительной деятельностью, то есть эффект, производимый благодаря деятельности религиозных организаций, ощущает на себе не только верующий (как потребитель религиозного продукта), но и общество в целом. В этой ситуации государство вынуждено компенсировать высокие расходы религиозных организаций. В то же время органы власти суб-

43. См., например: Chaves, M. and Gorski, P.S. (2001) *Religious Pluralism and Religious Participation*; Bruce, S. (1993) «Religion and Rational Choice: Critique of Economic Explanations of Religious behavior», *Sociology of Religion* 54 (2): 193–205.

сидируют лишь некоторые религиозные организации. Причины этого связаны с необходимостью контролировать расходование государственных средств, что проще всего осуществить при работе с управляемой организацией, имеющей продолжительный опыт взаимодействия с органами государственной власти. Именно поэтому государство, регулируя религиозный рынок, классифицирует конфессии на традиционные (то есть поддерживаемые государством) и нетрадиционные.

## Библиография

*Опалев С. А.* Критика теории секуляризации в теории рационального выбора // Религиоведческие исследования. 2010. № 3/4. С. 170–189.

*Опалев С. А.* Исследования религиозного плюрализма в современной западной социологии религии // Религиоведение. 2011. № 2. С. 106–115.

*Руткевич Е. Д.* «Новая парадигма» в социологии религии: Pro и Contra // Вестник ИС РАН. 2012. № 6. С. 208–233.

*Сафронов Р. О.* Современные социологические теории религии в США и Европе // Религиоведческие исследования. 2009. № 1/2. С. 24–44.

*Скляр Т. М.* Проблема «ленивой монополии» в российском здравоохранении. Научные доклады № 3 (R) — 2997. СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2007. С. 1–24.

*Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007.

*Степанова Е. А.* Религия в США и Западной Европе: исключение или правило? // Научный ежегодник ИФиП УО РАН. 2012. Вып. 12. С. 110–122.

*Филькина А. В.* Методология изучения современных религиозных феноменов: постановка проблемы // Вестник ТГПУ. 2006. № 2. С. 111–115.

Anderson, G. M. (1998) «Mr. Smith and the Preachers: the Economics of Religion in the Wealth of Nations», *Journal of Political Economy* 96: 1066–1088.

Bainbridge, W. S. (1995) «Social Influence and Religious Pluralism», *Advances in Group Processes* 12: 1–18.

Bruce, S. (1993) «Religion and Rational Choice: Critique of Economic Explanations of Religious behavior», *Sociology of Religion* 54 (2): 193–205.

Bruce, S. (1995) «The Truth about Religion in Britain», *Journal for the Scientific Study of Religion* 34 (4): 417–430.

Chaves, M. and Cann, D. E. (1992) «Regulation, Pluralism, and Religious Market Structure», *Rationality and Society* 4 (3): 272–290.

Chaves, M. and Gorski, P. S. (2001) «Religious Pluralism and Religious Participation», *Annual Review of Sociology* 27: 261–281.

Clark, A. E. and Lelkes, O. (2009) «Let Us Pray: Religious Interactions in Life Satisfaction», Working Paper, pp. 1–29. [http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/56/61/20/PDF/wp200 901.pdf, accessed on 15.08.2013].

Daniels, J. P. and von der Ruhr, M. (2010) «Subsidizing Religious Participation through Groups: A Model of the 'Megachurch' Strategy for Growth», ASREC Web Archive, pp. 1–20. [http://www.thearda.com/asrec/archive/papers/von%20der%20

Ruhr%20and%20Daniels%20-%20Subsidizing%20Religious%20Participation%20through%20Groups. pdf, accessed on 15.08.2013].

Finke, R. (1997) «The Consequences of Religious Competition: Supply-side Explanations for Religious Change», in *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*, pp. 45–64. New York: Routledge.

Finke, R. (1997) *The Illusion of Shifting Demand: Supply-Side Interpretations of American Religious History*, pp. 108–124. Berkeley, CA: University of California Press.

Finke, R. and Stark, R. (1992) *The Churching of America: Winners and Losers in Our Religious Economy.* New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

Hirschman, A. (1970) *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organization and States*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Hylton, K. N. and Rodionova, Y., Deng, F. (2008) «Church and State: an Economic Analysis», *Boston University of Law Working Paper* 24 (8): 1–48. [http://www.bu.edu/law/faculty/scholarship/workingpapers/2008.html, accessed on 15.08.2013].

Iannaccone, L. R. (1990) «Religious Practice: a Human Capital Approach», *Journal for the Scientific Study of Religion* 29: 297–314.

Iannoccone, L. R. (1992) «Sacrifice and Stigma: Reducing Free-Riding in Cults, Communes, and other Collectives», *Journal of Political Economy* 100 (2): 271–291.

Iannaccone. L. R. (1994) «Why Strict Churches Are Strong», *American Journal of Sociology* 99: 1180–1211.

Iannaccone, L. R. (1997) «Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion», in *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*, pp. 25–44. New York: Routledge.

Iannaccone, L. R., Finke, R. and Stark, R. (1997) «Deregulating Religion: The Economics of Church and State», *Economic Inquiry* 35 (2): 350–364.

Lechner, F. J. (2006) «Rational Choice and Religious Economies», in *Sage Handbook of the Sociology of Religion*, pp. 1–39. [http://sociology.emory.edu/faculty/flechner/Rational%20Choice%20and%20Religious%20Economies. pdf, accessed on 15.08.2013].

Miller, K. D. (2002) «Competitive Strategies of Religious Organizations», *Strategic Management Journal* 23 (5): 435–456.

Olds, K. (1994) «Privatizing the Church — Disestablishment in Connecticut and Massachusetts», *Journal of Political Economy* 102 (2): 277–297.

Olson, D. V. A. (2002) «Competing Notions of Religious Competition and Conflict in Theories of Religious Economies», in *Market, Sacred Canopies: Essays on Religious Markets and Religious Pluralism*, pp. 133–165. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

Phillips, R. (2004) «Can Rising Rates of Church Participation be a Consequence of Secularization?», *Sociology of Religion* 65: 139–153.

Smith, A. (1776) *The Wealth of Nation*. L.: W. Strahan and T. Cadell.

Stark, R., Bainbridge, W. S. (1987) *A Theory of Religion*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

Stark, R. and Iannaccone, L. R. (1994) «A Supply-Side Reinterpretation of the 'Secularization' of Europe», *Journal for the Scientific Study of Religion* 33 (3): 230–252.

Stark, R. and Finke, R. (2000) *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*. Berkeley: University of California Press.

Warner, S. (1993) «Work in Progress Towards a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States», *American Journal of Sociology* 98 (5): 1044–1093.

## References


Anderson, G.M. (1998) «Mr. Smith and the Preachers: the Economics of Religion in the Wealth of Nations», *Journal of Political Economy* 96: 1066–1088.

Bainbridge, W.S. (1995) «Social Influence and Religious Pluralism», *Advances in Group Processes* 12: 1–18.

Bruce, S. (1993) «Religion and Rational Choice: Critique of Economic Explanations of Religious behavior», *Sociology of Religion* 54 (2): 193–205.

Bruce, S. (1995) «The Truth about Religion in Britain», *Journal for the Scientific Study of Religion* 34 (4): 417–430.

Chaves, M. and Cann, D.E. (1992) «Regulation, Pluralism, and Religious Market Structure», *Rationality and Society* 4 (3): 272–290.

Chaves, M. and Gorski, P.S. (2001) «Religious Pluralism and Religious Participation», *Annual Review of Sociology* 27: 261–281.

Clark, A.E. and Lelkes, O. (2009) «Let Us Pray: Religious Interactions in Life Satisfaction», Working Paper, pp.1–29 [http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/56/61/20/PDF/wp200 901.pdf, accessed on 15.08.2013].

Daniels, J.P. and von der Ruhr, M. (2010) «Subsidizing Religious Participation through Groups: A Model of the 'Megachurch' Strategy for Growth», ASREC Web Archive, pp.1–20 [http://www.thearda.com/asrec/archive/papers/von%20der%20Ruhr%20and%20Daniels%20-%20Subsidizing%20Religious%20Participation%20through%20Groups. pdf, accessed on 15.08.2013].

Filkina, A.V. (2006) «Metodologiia izucheniia sovremennykh religioznykh fenomenov: postanovka problem» [Methodology for the Study of Contemporary Religious Phenomena: Problem Statement], *Vestnik* TGPU 22: 111–115.

Finke, R. (1997) «The Consequences of Religious Competition: Supply-Side Explanations for Religious Change», *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment,* pp.45–64. New York: Routledge.

Finke, R. (1997) *The Illusion of Shifting Demand: Supply-Side Interpretations of American Religious History*, pp.108–124. Berkeley, CA: University of California Press.

Finke, R. and Stark, R. (1992) *The Churching of America: Winners and Losers in Our Religious Economy.* New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

Hirschman, A. (1970) *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organization and States.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Hylton, K.N., Rodionova, Y. and Deng, F. (2008) «Church and State: An Economic Analysis», *Boston University of Law Working Paper* 24 (8): 1–48 [http://www.bu.edu/law/faculty/scholarship/workingpapers/2008.html, accessed on 15.08.2013].

Iannaccone, L.R. (1990) «Religious Practice: a Human Capital Approach», *Journal for the Scientific Study of Religion* 29: 297–314.

Iannoccone, L.R. (1992) «Sacrifice and Stigma: Reducing Free-Riding in Cults, Communes, and other Collectives», *Journal of Political Economy* 100 (2): 271–291.

Iannaccone. L.R. (1994) «Why Strict Churches Are Strong», *American Journal of Sociology* 99: 1180–1211.

Iannaccone, L.R. (1997) «Rational Choice: Framework for the Scientific Study of Religion», in *Rational Choice Theory and Religion: Summary and Assessment*, pp.25–44. New York: Routledge.

Iannaccone, L.R., Finke, R. and Stark, R. (1997) «Deregulating Religion: The Economics of Church and State», *Economic Inquiry* 35 (2): 350–364.

Lechner, F.J. (2006) «Rational Choice and Religious Economies», in *Sage Handbook of the Sociology of Religion*, pp. 1–39 [http://sociology.emory.edu/faculty/flechner/Rational%20Choice%20and%20Religious%20Economies. pdf, accessed on 15.08.2013].

Miller, K.D. (2002) «Competitive Strategies of Religious Organizations», *Strategic Management Journal* 23 (5): 435–456.

Olds, K. (1994) «Privatizing the Church — Disestablishment in Connecticut and Massachusetts», *Journal of Political Economy* 102 (2): 277–297.

Olson, D.V.A. (2002) «Competing Notions of Religious Competition and Conflict in Theories of Religious Economies», in *Market, Sacred Canopies: Essays on Religious Markets and Religious Pluralism*, pp. 133–165. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

Opalev, S.A. (2010) «Kritika teorii sekuliarizatsii v teorii ratsional'nogo vybora» [Criticism of the Theory of Secularization in the Theory of Rational Choice], *Religiovedcheskie issledovaniia* 3/4: 170–189.

Opalev, S.A. (2011) «Issledovaniia religioznogo pliuralizma v sovremennoi zapadnoi sotsiologii religii» [Studies on Religious Pluralism in Contemporary Western Sociology of Religion], *Religiovedenie* 2: 106–115.

Phillips, R. (2004) «Can Rising Rates of Church Participation be a Consequence of Secularization?», *Sociology of Religion* 65: 139–153.

Rutkevich, E.D. (2012) "'Novaia paradigma' v sotsiologii religii: Pro i Contra» [«The New Paradigm» in the Sociology of Religion: Pro and Contra], *Vestnik* IS RAN 6: 208–233.

Safronov, R.O. (2009) «Sovremennye sotsiologicheskie teorii religii v SShA i Evrope» [Contemporary Sociological Theory of Religion in the USA and Europe], *Religiovedcheskie issledovaniia* 1/2: 24–44.

Skliar, T.M. (2007) «Problema 'lenivoi monopolii' v rossiiskom zdravookhranenii» [The Problem of «Lazy Monopoly» in the Russian Public Health], *Nauchnye doklady* 3 (R) — 2997. SPb.: NII menedzhmenta SPbGU, pp. 1–24.

Smith, A. (1776) *The Wealth of Nation*. L.: W. Strahan and T. Cadell.

Smit, A. (2007) *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov* [Study on the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. M.: Eksmo.

Stark, R. and Bainbridge, W.S. (1987) *A Theory of Religion*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

Stark, R. and Iannaccone, L.R. (1994) «A Supply-Side Reinterpretation of the 'Secularization' of Europe», *Journal for the Scientific Study of Religion* 33 (3): 230–252.

Stark, R. and Finke, R. (2000) *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*. Berkeley: University of California Press.

Stepanova, E.A. (2012) «Religiia v SShA i Zapadnoi Evrope: iskliuchenie ili pravilo?» [Religion in the USA and Western Europe: the Exception or the Rule?], *Nauchnyi ezhegodnik* IFiP UO RAN 12: 110–122.

Warner, S. (1993) «Work in Progress towards a New Paradigm for the Sociological Study of Religion in the United States», *American Journal of Sociology* 98 (5): 1044–1093.