Хейди Кэмпбелл

К вопросу о религиозно-социальном формировании технологии

DOI: https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-124-158

Heidi Campbell

Considering the Religious-Social Shaping of Technology

Heidi Campbell — Texas A&M University (USA). heidic@tamu.edu

The following text is a chapter from the book When Religion Meets New Media. *The aim of the book is to develop a systematic exploration of how religious communities engage with a variety of new media technologies. This chapter provides a background to the guiding methodology of the book — the "religious social shaping of technology" approach. It is argued that previous studies of religious communities' relationship to new forms of media have often seen media as a "conduit," as a neutral tool, or as a "mode of knowing", suggesting media is all powerful and laden with a specific worldview that works independently of the moral and spiritual life of the community. These approaches often do not recognize that religious user communities are active participants negotiating and shaping their technologies in light of their values and desired outcomes. The religious social shaping of technology approach is offered as an alternative, suggesting four distinctive areas that should be explored and questioned in order to fully understand a religious community's relationship towards new forms of media.*

Keywords: religious social shaping of technology, social construction of technologies, religious communities, new media, negotiation of technologies, moral economy.

Оригинальный текст: Campbell, H. (2010) "Considering the Religious-Social Shaping of Technology", in Campbell, H. *When Religion Meets New Media*, pp. 41–63. New York: Routledge.

Когда религиозные сообщества делают выбор: зачем, как и в каких ситуациях взаимодействовать с новыми медиа, перед ними стоит сложная задача. Для «народов Книги» (*peoples of the book*) верования и кодекс поведения определяются отношением к сакральным текстам. Отношение к текстам может также направлять их решения относительно новых форм медиа. В эпоху письменного и печатного слова возникало множество вопросов о том, кто обладает авторитетом для официальной интерпретации того или иного *медиума*?[1] Какие структуры должны руководить процессом интерпретации и применения? Наконец, каков объем тех базовых верований, которые данный медиум очерчивает?

Эти вопросы о роли, структуре и теологии религиозного авторитета вновь возникают с появлением новых медиа. Религиозные дискуссии вокруг интернета отражают обеспокоенность теми вызовами, которые эти новые технологии ставят перед религиозными привратниками (*gatekeepers*), перед структурой обрядов и верований. Споры касаются не только религиозных практик, но и базовых взглядов религиозных общин, их отношения к сакральному и секулярному, их понимания той роли, которую медиа должны играть в религиозной жизни. Соответственно, изучение связи между религиозными сообществами и их отношением к новым медиа является многоуровневым анализом. Как мы можем попытаться понять этот сложный процесс согласования (*negotiation*)?

Основная цель данной книги — показать необходимость систематического подхода к изучению взаимодействия религиозных сообществ с новыми формами медиа. Я доказываю, что подход «социального формирования технологии» (*social shaping of technology*, далее — SST), используемый в социологии технологий и других дисциплинах, предлагает продуктивную основу для изучения того, как религиозные сообщества согласуют свое использование медиа, в особенности в эпоху новых цифровых сетевых технологий. Тем не менее, недостаточно просто применить подход SST к религиозным сообществам. Необходима концептуальная рамка, которая схватывает то, как история и жизненные практики религиозной общины, традиция толкования текстов, а также ее нынешняя система ценностей определяют способы

1. Слово *medium* оригинале в данном случае используется в значении «средство передачи информации». — *Прим. ред.*

принятия и адаптации новых технологий. В конце этой главы я предлагаю подход, который я называю «религиозно-социальным формированием технологии» (*religious-social shaping of technology*, далее — RSST). Такой подход учитывает как факторы, определяющие реакцию религиозных общин на новые медиа (отношение к сообществу, авторитету и тексту), так и оценку ими самих новых технологий. В результате я предлагаю четырехступенчатую схему анализа, которую исследователи могут использовать для углубленного изучения этой проблематики.

Но прежде чем напрямую рассмотреть новый подход, вначале мы приводим обзор имеющихся на сегодняшний дел концепций в области исследований медиа, религии и культуры. После этого мы рассмотрим подход SST как более продуктивный; наконец, после этого предложим подход RSST и варианты его применения.

Медиатехнологии в исследованиях медиа, религии и культуры

За последние тридцать лет изучение медиа, религии и культуры было признано важной областью междисциплинарного исследования. Ее ключевым направлением стало рассмотрение взаимодействия религиозных сообществ с медиа. Начиная с проведенных в 1980-е гг. исследований религиозного вещания и влияния телеевангелизма, ученые принялись детально изучать, как освоение медиатехнологий религиозными группами сказывается на презентации их верований[2]. В 1990-е гг. интерес исследователей распространился на восприятие религиозными аудиториями технологий и сообщений массмедиа[3]. Эти исследования были сосредоточены на том, как в религиозном контексте специфические аудитории включаются во взаимодействия с медиа, и были «ориентированы на медиум» (*medium-oriented*), как их охарактеризовал С. Гувер[4].

Вместе с тем, в 2000-е гг. фокус исследований стал смещаться с самого медиума на его социальное значение, на роль различных медиасообщений и артефактов в создании и медиации «религиоз-

2. Horsfield, P. (1984) *Religious Television: The American Experience*. New York: Longman; Schultze, Q. (1987) "The Mythos of the Electronic Church", *Critical Studies in Mass Communication* 4(3): 245–261; Peck, J. (1993) *The Gods of Televangelism: The Crisis of Meaning and the Appeal of Religious Television*. Cresskill, NJ: Hampton.
3. Stout, D., Buddenbaum, J. (1996) *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
4. Hoover, S. (2006) *Religion in the Media Age*, p. 35. New York: Routledge.

ных смыслов»[5]. В первую очередь это касалось изучения смыслов, которые пользователи выносят для себя из взаимодействия с медиа. Этот сдвиг означал «культуралистский поворот» (*the Culturalist turn*), в результате которого «религиозное смыслообразование в эпоху медиа стало с необходимостью рассматриваться в контексте практик, связанных с культурными смыслами»[6]. Этот подход предполагает, что медиа становятся для индивидов основным источником символов и мифов, которые используются в религиозном смыслообразовании. Культуралистская перспектива признает, что происходящие в обществе изменения уменьшают значимость институциональной принадлежности, так что религиозные институты перестают играть роль ключевых культурных авторитетов. В результате индивиды начинают считать себя самодостаточными в определении того, что значит быть «религиозным», не полагаясь на традиционные институты. Похожая тенденция также отмечалась во многих недавних исследованиях повседневной религиозности как крайне индивидуализированной культурной практики[7].

Вместе с тем культуралистский подход, будучи важным этапом развития этой исследовательской области, стал одной из причин задержки дальнейшей теоретической проработки взаимодействия религиозных сообществ с медиатехнологиями. Кроме того, многие ранние исследования взаимодействия религии с медиатехнологией были склонны к технологическому детерминизму. Массмедиа рассматривались как могущественная социальная сила, движимая своим собственным набором ценностей. Соответственно, согласно многим из этих исследований, если религиозные сообщества принимали или использовали массмедиа, их убеждения и ценности оказывались в подчинении логике самих массмедиа. Этот подход по-прежнему остается влиятельным. Хотя эти исследования и поставили важные вопросы о том, как медиатехнологии могут влиять на содержание религиозных сообщений, они заслонили более детальное рассмотрение того, как

5. Clark, L.S. (2003) "The 'Funky' Side of Religion: An Ethnographic Study of Adolescent Religious Identity and the Media", in J. Mitchell and S. Marriage (eds) *Conversations in Media, Religion, and Culture,* pp. 21–32. London/New York: Continuum; Lövheim, M. (2004) "Young People, Religious Identity and the Internet", in L. Dawson and D. Cowan (eds) *Religion Online: Finding Faith on the Internet,* pp. 59–74. New York: Routledge.

6. Hoover, S. *Religion in the Media Age*, p. 37.

7. Ammerman, N. (2006) *Everyday Religion: Observing Modern Religious Lives*. New York: Oxford University Press; Taylor, C. (2007) *A Secular Age*. Cambridge, MA: Belknap.

религиозные сообщества согласуют (*negotiate*) выбор тех или иных медиа со своими ценностями. [...]

Взгляды на отношения религиозных сообществ и медиа

На протяжении последних пятидесяти лет социологи и исследователи коммуникаций пытались определить, существует ли корреляция между религиозной принадлежностью и использованием медиа: это позволило бы объяснить определенные модели медиаповедения и их последствия. Так, с 1950-х гг. корреляция между принадлежностью к религиозному сообществу и обращением к медиа выступала переменной во многих исследованиях, начиная с анализа того, как верующие обращаются к газетам[8], телевидению[9] и интернету[10]. Многие из этих исследований использовались для рассмотрения или прогнозирования поведения религиозных групп при выборе медиаконтента. Они обнаружили определенную корреляцию между посещением религиозных служб и использованием массмедиа, а также то, что религиозная аудитория предпочитает контент, который подтверждает ее систему верований. Тем не менее, как полагают Стаут и Будденбаум, лишь немногие ученые «предприняли попытку досконально проанализировать связь между религией и использованием массмедиа»[11]. Они призывают к более систематическому исследованию трудностей и факторов, влияющих на религиозное взаимодействие с массмедиа, в особенности в американском обществе.

Соответственно, необходимо более детально рассмотреть не только то, какие именно медиатехнологии выбирают те или

8. Westley, B.H., Severing, W.J. (1964) "A Profile of the Daily Newspaper Non-reader", *Journalism Quarterly* 41: 45–50; Rigney, D., Hoffman, T.J. (1993) "Is American Catholicism Anti-intellectual?", *Journal for the Scientific Study of Religion* 32: 211–222.

9. Jackson-Beeck, M., Sobal, J. (1980) "The Social World of Heavy Television Viewers", *Journal of Broadcasting* 24: 5–12; Bourgault, L.M. (1985) "The PTL Club and Protestant Viewers: An Ethnographic Study", *Journal of Communication* 35: 132–48.

10. Cantoni, L., Zyga, S. (2007) "The Use of Internet Communication by Catholic Congregations: A Quantitative Study," *Journal of Media and Religion* 6(4): 291–309. См. детальный обзор ранних исследований религии и использования массмедиа в мейнстримной литературе по социологии и исследованиям коммуникации: Stout, D., Buddenbaum, J. (1997) "Religion and Mass Media Use. A Review of Mass Communication and Sociology Literature", in S. Hoover, K. Lundby (eds) *Rethinking Media, Religion, and Culture*, pp. 15–36. Thousand Oaks, CA: Sage. *(Прим. авт.)*

11. Stout, D., Buddenbaum, J. "Religion and Mass Media Use. A Review of Mass Communication and Sociology Literature", pp. 26–27.

иные религиозные сообщества, но и то, что именно определяет такой выбор. Многие из проведенных исследований акцентируют внимание на том, как религиозная принадлежность или убеждения могут маркировать паттерны использования медиа, вместо того чтобы детально изучать процесс принятия решений религиозными группами в отношении массмедиа. Лишь немногочисленные работы были посвящены картированию различных мотиваций и реакций конкретных групп. [...] Одна из немногих попыток описать диапазон реакций религиозных групп на медиатехнологии была предпринята Джоном Ферре[12]. Он полагает, что исторически религиозные группы воспринимали медиа одним из трех способов: как (1) проводник (*conduit*), как (2) режим знания (*mode of knowing*), или как (3) социальный институт. Эти характеристики дают полезную теоретическую рамку как для оценки общего состояния исследований, так и рассмотрения отдельных подходов в изучении реакции религиозных сообществ на медиа.

Медиа как проводник

Прежде всего, как полагает Ферре, многие религиозные группы понимают медиа как некий нейтральный инструмент, который может служить во благо или во зло в зависимости от способа его использования. Поскольку медиум (или медиатехнология) рассматривается просто как средство передачи сообщения от отправителя к получателю, это позволяет религиозным пользователям относиться к медиа как божественному дару, предназначенному для исполнения миссии общины. Как считает Ферре, религиозные пользователи, воспринимающие медиа как проводник, с легкостью используют его инновационным образом, не испытывая противоречий с собственной идеологией. Следовательно, такое отношение благоприятствует протехнологическому дискурсу: религиозные группы могут использовать новые технологии, так как именно контент определяет их природу, а не наоборот.

Некоторые ученые в своих исследованиях приводили примеры групп, которые стабильно используют новые формы медиа в религиозных целях. Они утверждали, что институциональная религия в своем стремлении донести свои взгляды всегда зависела от опре-

12. Ferre, J. (2003) "The Media of Popular Piety", in J. Mitchell, S. Marriage (eds) *Conversations in Media, Religion, and Culture,* pp. 83–92. London/New York: Continuum.

деленных форм медиа и что в нашем информационном обществе эта зависимость усилилась[13]. Многие религиозные группы, в особенности евангельские христиане, восприняли медиа именно как удобное средство и стали охотно пользоваться новыми технологиями. В 1980-е и 1990-е гг. увеличилось количество исследований телевангелизма, подтверждающих тенденцию к использованию медиатехнологий протестантскими группами для расширения своего присутствия в публичной сфере[14] и даже для влияния на нее[15]. Ученые отметили, что причиной использования телевидения стало то, что религиозные группы и организации рассматривали массмедиа как инструмент для достижения своих целей. Ученые обратили внимание на этот феномен освоения (*appropriation*), положивший начало уникальному религиозному жанру, а также на религиозные и социальные последствия такого использования медиа.

Понимание медиа как нейтрального средства-проводника для передачи религиозной информации можно также обнаружить в недавних спорах об использовании интернета. Многие сторонники использования интернета исходят из идеалистических представлений о технологии как медиуме, который обеспечивает равенство и который может быть приспособлен для религиозных целей. К примеру, Вилсон, который призывает христианскую церковь, используя интернет, мыслить и действовать глобально, заявляет: «В интернете нет ни культуры, ни расы, ни пола, ни возраста. Он дает ищущему возможность найти свой путь к подножию Голгофы»[16]. Представители христианской[17] и иудейской традиций[18]

13. Schement, J., Stephenson, H.C. (1997) "Religion and the Information Society", in S. Hoover, K. Lundby (eds) *Rethinking Media, Religion, and Culture*, pp. 261–289. Thousand Oaks, CA: Sage.

14. Hadden, J., Shupe, A. (1988) *Televangelism: Power and Politics on God's Frontier*. New York: Henry Holt; Bruce, S. (1990) *Pray TV: Televangelism in America*. London: Routledge & Kegan Paul.

15. *Hoover, S. (1990)* "*Ten Myths about Religious Broadcasting*", in *R. Ableman, S. Hoover* (eds) *Religious Television: Controversies and Conclusions*, pp. 23–39. New Jersey: Albex. См. обзор ранних тенденций в исследованиях религии и медиатехнологии: Clark, L.S. and Hoover, S. (1997) "At the Intersection of Media, Culture and Religion: A Bibliographic Essay", in S. Hoover, K. Lundby (eds) *Rethinking Media, Religion and Culture*, pp. 15–34. Thousand Oaks, CA: Sage. *(Прим. авт.)*

16. Wilson, W. (2000) *The Internet Church*. Nashville, p. 25. TN: Word Publishing.

17. Lochhead, D. (1997) *Shifting Realities: Information Technology and the Church*. Geneva: WCC Publications; Careaga, A. (2001) *eMinistry: Connecting with the Net Generation*. Grand Rapids, MI: Kregel.

18. Hammerman, J. (2000) *thelordismyshepherd.com: Seeking God in Cyberspace*. Deerfield Beach, Florida: Simcha Press.

усматривают во взаимодействии с новыми медиатехнологиями просто современное дополнение к традиционным религиозным практикам молитвы, изучения текстов, публичного представления своей веры. Исследователи религии и новых медиа, которые учитывали такой подход, в большинстве своем стремились выявить многообразие форм религиозного освоения новой медиатехнологии, но не уделяли внимания проблемам, которые потенциально могут возникнуть в результате подобных практик[19].

Исторические исследования использования технологий и раньше зачастую основывались на подходе к медиа как нейтральному проводнику. Это можно проследить в работах о роли религии в появлении печатного станка и стандартизации текста[20], о роли религиозных институтов в развитии часовых механизмов и стандартизации времени[21] и даже о религиозных источниках ранних дискурсов и событий, связанных с компьютерами[22]. В целом, исследования, основывающиеся на этом подходе, сосредоточены на классификации конкретных действий религиозных групп и их следствиях. Как правило, основное внимание уделяется непосредственным наблюдениям или долгосрочным тенденциям использования технологии. Однако в этих работах нет попыток обнаружить или оценить идеологические предпосылки решений, лежащих в основе использования (*appropriation*) медиа. Исследования, которые фокусируются на медиа как проводнике, важны, но они ограничены в своей способности обнаружить потенциальную сложность восприятия медиа религиозными сообществами.

Медиа как режим знания

Второе. Ферре считает, что некоторые религиозные группы рассматривают медиа как определенный режим знания; это значит, что медиаинформация оказывается тесно связанной с самим медиумом. Проблематизация здесь состоит в том, что в данном случае медиатехнология изначально наделяется некоей системой

19. Zaleski, J. (1997) *The Soul of Cyberspace*. New York: Harper Edge; Brasher, B. (2001) *Give Me That Online Religion*. San Francisco: Jossey-Bass.
20. Eisenstein, E.L. (1980) "The Emergence of Print Culture in the West", *Journal of Communication* 30(1): 99–106.
21. Landes, D.S. (1983) *Revolution in Time: Clocks and the Making of the Modern World*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
22. Stahl, W. (1999) *God and the Chip: Religion and the Culture of Technology*. Waterloo, Canada: Wilfred Laurier University Press.

особых предпосылок и ценностей (*biases and values*), которые заложены ее историей и процессом ее создания. В качестве иллюстрации этого подхода Ферре приводит работы Нила Постмана[23] с его сетованиями по поводу упадка печатных и роста визуальных медиа, которые пленяют нас развлечениями вместо поиска информации, а также по поводу растущей взаимосвязанности (*interconnection*) и технологической зависимости, особенно сильной в электронный век. Убежденность в соблазне и могуществе новых медиа приводит к настороженной, если не негативной реакции религиозных групп. [...]

Представление о том, что медиа содержат в себе некий независимый от пользователей режим знания, помогает сосредоточиться на том, как медиа могут формировать культуру. Этот подход способствовал появлению критического дискурса о природе новых форм медиа, так как содержал опасения, что использование медиа вводит в заблуждение. Такой подход сам по себе серьезно повлиял на религиозные группы. Ученые, которые писали о взаимодействии технологии и религиозных сообществ, в большинстве случаев подходили к технологии как силе, продвигающей особое мировоззрение. Вдохновленные работами Жака Эллюля[24], Маршалла Маклюэна[25] и Нила Постмана[26], многие активно оспаривали идею о том, что технологии ценностно нейтральны и являются лишь инструментом, с помощью которого можно достигнуть религиозных целей.

Эллюль в своей критической работе «Технологическое общество» настаивал, что в современном обществе доминирует *la technique,* или ориентация на ценности научной системы, которая поощряет прогресс и эффективность, а также зависимость от технологии. Согласно Эллюлю, технологию можно рассматривать как имеющую свой набор законов и интенций, которые навязываются обществу. Иногда такой взгляд обозначают как технологический детерминизм, поскольку считается, что сама природа технологии определяет ее использование, последствия и влияния. Точка зрения Эллюля использовалась в работах многих исследо-

23. Postman, N. (1993) *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.

24. Ellul, J. (1964) *The Technological Society*. New York: Vintage Books.

25. McLuhan, M. (1964) *Understanding Media*. New York: Signet.

26. Postman, N. (1986) *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking; Postman, N. (1993) *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.

вателей медиа, религии и культуры, в том числе в работах Малькольма Маггериджа[27], Георга Гуталса[28] и Вильяма Фора[29], которые содержали похожую резкую критику влияния телевидения на религиозные сообщества. Ключевой проблемой, по мнению этих и других авторов, было то, что медиа навязывают обществу особый набор ценностей.

Позднее Клиффорд Кристианс в работе, посвященной общей критике технологии с позиции медиаэтики и философии коммуникации, вновь обратился к проблеме влияния медиатехнологий на общество, также основываясь на концепции Эллюля. Работа Кристианса базируется на поднятой Эллюлем проблеме ценностной нагруженности технологии, что, как он полагает, формирует окружающие ее культурные практики. Кристианс настаивает на том, что мы должны сопротивляться *la technique*, то есть духу машины (*the spirit of the machine*), который управляет технологией, но не отвергать полностью ее саму[30]. В коллективной работе «Ответственная технология: христианская перспектива» выдвигается идея о том, что технологические объекты «вплетены в окружающую их среду» и нагружены ценностями их создателей и управителей, — ценностями, которые могут вступать в противоречие с религиозными ценностями[31]. В следующей работе Кристианс говорит о технологии как обладающей своим языком и подчеркивает, что «даже ее использование евангельскими христианами не позволяет преодолеть внутренне присущие ей особенности (*biases*)»[32]. В свете этого он рекомендует религиозному сообществу надлежащим образом ответить на вызов технологии: выступить в роли пророческих свидетелей (*prophetic witness*)[33], которые обнаруживают исходящую из технологий потенциальную угрозу для человеческой свободы и автономии. Кри-

27. Muggeridge, M. (1977) *Christ and the Media*. Grand Rapids, MI: Eerdmans.

28. Goethals, G. (1981) *The TV Ritual: Worship at the Video Altar*. Boston, MA: Beacon.

29. Fore, W.F. (1987) *Television and Religion: The Shaping of Faith, Values and Culture*. Minneapolis, MN: Augsburg Fortress.

30. Christians, C. (1997) "Religious Perspective on Communication Technology", *Journal of Media and Religion* 1(1): 37–47.

31. Monsma, S., et. al. (1986) *Responsible Technology: A Christian Perspective*, p. 31. Grand Rapids, MI: Eerdmans.

32. Christians, C. (1990) "Redemptive Media as the Evangelicals Cultural Task", in Q. Schultze (ed.) *American Evangelicals and the Mass Media*, pp. 331–355. Grand Rapids, MI: Academic Books–Zondervan. P. 340.

33. Christians, C. "Religious Perspective on Communication Technology".

стианс основывает свои аргументы на подходе Хайдеггера к «вопросу о технике»[34] и полемическом отношении Эллюля к природе *la technique*. Он утверждает, что пророк или пророческая община не просто выступают против технологии, но должны «предложить объяснение и учение, чтобы предотвратить безнадежное самобичевание и оцепенение, проистекающие от незнания, и воспитать ответственное отношение»[35]. Технология становится наиболее проблематичной, когда она сакрализуется и выходит из-под контроля, и вследствие этого искажает язык.

Ряд значимых исследований религиозных аудиторий и телевидения также строились на предпосылке о том, что технология является влиятельной силой, формирующей общество, и что тем самым она порождает характерные формы социальной трансформации. К примеру, Квентин Шульц[36] в исследовании использования американскими евангельскими христианами радио и телевидения утверждал, что следование медиаценностям прогресса и утопических преобразований привело к некритическому использованию электронной коммуникации. Он выразил обеспокоенность принятием и использованием этими протестантскими группами коммуникативных технологий и маркетинговых техник для распространения евангелия, поскольку они поддерживают ценности индивидуализма и потребления, характеризующие, по мнению Шульца, скорее технологическую, нежели христианскую культуру[37]. Он также рассмотрел, как под влиянием просмотра телевизора формировались ценностно-моральные установки христиан, исходя из того, что телевидение как технология обладает своим набором ценностей и социальных практик, которая ориентирует зрителей на определенные способы мышления и существования[38]. Изображение технологии как чего-то такого, к чему следует относиться с подозрением, если не страхом, — тема, ко-

34. Heidegger, M. (1977) *The Question Concerning Technology and Other Essays*. New York: Harvest.

35. Monsma, S., et.al. (1986) *Responsible Technology: A Christian Perspective*. P. 218.

36. Schultze, Q. (1988) "Evangelical Radio and the Rise of the Electronic Church 1921–48", *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 32(3): 289–306; Schultze, Q. (1990) "Keeping the Faith: American Evangelicals and the Media" , in Q. Schultze (ed.) *American Evangelicals and the Mass Media,* pp. 23–45. Grand Rapids, MI: Zondervan/ Academic Press.

37. Schultze, Q. (1991) *Televangelism and American Culture: The Business of Popular Religion*. Grand Rapids, MI: Baker.

38. Schultze, Q. (1992) *Redeeming Television*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press.

торая десятилетие спустя была поднята в его новой книге. В ней Шульц выражает обеспокоенность по поводу «техно-морального кризиса», появляющегося в информационно ориентированном обществе, которое «благоприятствует информационно насыщенным и технологически ориентированным привычкам» и в котором наши цифровые инновации «далеко опережают нравственную чуткость»[39]. Информационные технологии представлены здесь как склоняющие к поведению, которое противоречит христианским ценностям и общепринятой морали.

Работы таких ученых, как Шульц и Кристианс, стали главным вызовом техно-оптимизму, в том числе среди некоторых религиозных групп. Их исследования предложили важную критику технологии и подчеркнули роль, которую религиозные сообщества должны сыграть в ослаблении потенциального влияния технологического общества на человечество. Однако фокус на медиа как режиме знания является ограниченным в ряде моментов. Кристианс был приглашен в первый выпуск нового журнала, *The Journal of Religion and Media,* чтобы наметить повестку исследований религии и новых медиатехнологий[40]. В нем он возвращается к своей более ранней работе, говоря о сильной как никогда потребности вскрыть «философские предпосылки технологических шаблонов»[41]; например, идеи о том, что технологический прогресс всегда благоприятен, или веры в то, что технология является нейтральным инструментом. Он призывает ученых выработать «этику социальной справедливости, которая станет нормативным основанием для коммуникативных технологий»[42], что включает справедливое распределение доступа к технологиям, а также рассмотрение того, как технологии формируют наши представления о ценности и уникальности человека. Тем не менее, этот призыв, по-видимому, касается технологий в их нынешнем виде и предполагает, что использование медиатехнологий всегда будет вносить смущение и искажение в культуру, так что нам остается только реагировать на их воздействие или учиться сопротивляться их контролю. Этот подход часто допускает или принятие,

39. Schultze, Q. (2002) *Habits of the High-Tech Heart*. Grand Rapids, MI: Baker Academic. pp. 18–19

40. Christians, C. (2002) “Technology and Triadic Theories of Mediation”, in S. Hoover and K. Lundby (eds) *Rethinking, Media, Religion and Culture,* pp. 65–82. Thousand Oaks, CA: Sage.

41. Ibid., p. 37.

42. Ibid., p. 45.

или отвержение технологии в свете религиозных ценностей. Он не оставляет места для рассмотрения того, как религиозные ценности влияют на более сложные реакции на технологии или даже творческому подходу к ним, чтобы таким образом сделать их более созвучными базовым верованиям данной группы.

Медиа как социальный институт

Наконец, третий вариант, предложенный Ферре, предполагает отношение к медиа как к социальному институту. Некоторые религиозные группы считают, что медиа могут служить «отражением социальных ценностей»[43]; в этом случае медиа следует понимать с точки зрения систем производства, а также пользовательского восприятия их формы и содержания. Значение имеют равно «содержательные и технические аспекты, но ни одни из них не являются определяющими»[44]. Это способствует осмысленному отношению к медиа, при котором акцент ставится на социальном конструировании медиа их пользователями. Ферре обращается к работе Иорио[45] об использовании меннонитами различных медиа, чтобы показать, как религиозная группа может критически относится к медиа и в то же время целенаправленно их использовать. Это исследование обнаружило, что меннониты смогли применить медиа для утверждения границы группы и укрепления своих ценностей в тех случаях, когда медиа применялись в соответствии с принятыми ритуалами и верованиями. Таким образом, согласно этому подходу, религиозные группы не должны избегать медиа, поскольку сообщество способно целенаправленно формировать их содержание, отвечающее его собственным убеждениям. Однако этот подход также требует от религиозных групп критической рефлексии над тем, как природа медиатехнологий может повлиять на их сообщества.

При рассмотрении медиа как социального института необходимо учитывать роль людей как акторов в процессе коммуникации. Это требует от религиозных сообществ одновременно технологической подкованности и способности предвидеть долгосрочные

43. Ferre, J. “The Media of Popular Piety”, p. 88.

44. Ibid., p. 89.

45. Iorio, S.H. (1996) “How Mennonites Use the Media in Everyday Life: Persevering Identity in a Changing World”, in D. Stout, J. Buddenbaum (eds) *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations,* pp. 222–230. Thousand Oaks, CA: Sage.

последствия своих решений. Из всех трех подходов, выделенных Ферре, этот подход, который скорее ориентируется на человека, а не на технологии, был в наименьшей степени разработан. [...] Тем не менее, уже и в предыдущих работах встречались указания на то, что необходимо более пристально рассмотреть фактор человеческого выбора в процессе обращения с медиа.

Работа Арнольда Пейси, которую часто цитирует Кристианс, говорит о необходимости понимания технологии как «технологической практики», а не как техники или инструмента. Пейси определяет технологическую практику как «применение научного и другого знания к решению практических задач упорядоченными системами, которые включают людей и организации, живых существ и машины»[46]. Это определение рассматривает технологии с трех сторон: помимо технических аспектов, внимание уделяется организационным и культурным факторам. Пейси полагает, что культурные аспекты, в т.ч. роль, которую играют во взаимодействии с технологией люди и их ценности, часто упускаются из виду в чисто «техницистской» перспективе.

Применение подхода, ориентированного на ценности, а не на технологии, является попыткой сблизить мир науки с творческой изобретательностью человека и миром искусства, а не соотносить его с чисто математическим и логическим миром математики и науки. По мнению Пейси, технологические практики включают в себя три взаимосвязанных набора ценностей: ценности «виртуозности», «экономики» и «пользователя/потребности» (“*virtuosity”, “economic”, and “user or need”*). В то время как ценности виртуозности связаны с технической составляющей, разработанной экспертом или создателем инструмента, а экономические ценности — с производством и обменом посредством инструментов, пользовательские ценности подчеркивают отношения и потребности пользователей. Пейси полагает, что обычно упор делается на один из этих наборов ценностей, чаще виртуозность или экономические ценности, и это задает тон тому, как данная группа рассматривает технологию и интегрирует ее в культуру. Это означает, что человеческий фактор, связанный с технологией, часто упускается из виду. Это можно увидеть в приведенном выше коротком обзоре, где внимание чаще уделяется медиуму и сообщению, а не пользователю-получателю. Хотя социальная сторона

46. Pacey, A. (1984) *The Technology of Culture*, p. 6. Cambridge, MA: MIT Press.

использования медиа часто остается слабо исследованной, ее значимость уже была отмечена: к примеру, отсылка к идее о том, что люди могут формировать свои инструменты, содержится в определении Кристианса технологической практики как культурной деятельности, которая позволяет людям с помощью инструментов преобразовывать естественную реальность[47].

Взгляд на медиа как социальный институт очень близок дискурсу социального конструирования технологии (*the social construction of technology*, далее — SCOT) Согласно этому дискурсу, содержание медиа формируется не только в силу технологических ограничений, но и других структурных конвенций, существующих в обществе. Я считаю, что такой нацеленный на пользователя подход составляет необходимый фундамент для расширения текущих исследований религиозных сообществ и новых медиа. Важно рассмотреть, как этот подход развивался и какой инструментарий он дает в распоряжение ученых.

Социальное формирование технологии

В последние два десятилетия на пересечении социологии и исследований медиа образовалась академическая область, известная как социальное формирование технологий (*the social shaping of technology* — SST). Здесь технология представляется как производное от взаимодействия различных технических и социальных факторов, возникающих как при разработке, так и использовании[48]. Технология видится как социальный процесс; предполагается, что скорее социальные группы формируют технологии в соответствии с собственными целями, нежели характер технологии определяет ее использование и результаты. Исследования, принимающие эту позицию, посвящены тому, как социальные процессы в рамках конкретной группы влияют на способы согласования и описания пользователями своих взаимодействий с различными технологиями. В свою очередь, эти социальные взаимодействия формируют восприятие технологий пользователями и дальнейшее взаимодействие с ними. SST признает, что разные группы используют или осваивают технологии уникаль-

47. Christians, C. “Religious Perspective on Communication Technology”.

48. MacKenzie, D. and Wajcman, J. (1985) *The Social Shaping of Technology: How the Refrigerator Got Its Hum*. Milton Keynes, UK: Open University.

ными способами и что это может укреплять определенные модели групповой практики или жизни.

Исследования, представляющие технологию как социальный процесс, сосредотачивались на разнообразных темах, имеющих отношение к социальному использованию и социализации технологии в публичном и частном пространствах. SST первоначально объединяло исследования, которые через ориентированную на пользователя перспективу изучали варианты выбора, доступные пользователям на каждой стадии процесса инновации и проектирования[49]. Центральное предположение SST заключается в том, что варианты выбора являются неотъемлемым элементом дизайна и разработки технологических инноваций. Это означает, что технология поддается согласованию (*is negotiable*) и что группы пользователей могут формировать технологию в соответствии со своими целями. Это также означает, что выбор тех или иных вариантов может иметь определенные последствия, как, например, необратимые траектории или закрепленные результаты. Ключевой целью раннего дискурса SST была инициация дискуссий, особенно о политике в области технологий, которые прежде находились в тени технологического детерминизма. Во многих отношениях SST может рассматриваться как школа мысли и критика других, более детерминистских, линейных концептов технологии. Действительно, как заявили Вильямс и Эйдж, «мы понимаем SST как «широкую церковь» (*broad church*)[50], без определенной догматики», которая стремится к более широкому социальному анализу технологии[51].

SST-исследования фокусировались на нескольких основных темах: от вопросов «одомашнивания» (*domestication*) технологии (использования ее в повседневной жизни), настройки пользователя (*configuring the user*) (роли пользователя в разработке) и конструктивистской оценки технологии (прогнозирования социальных эффектов и потребностей пользователей для обеспечения обратной связи на стадии разработки) до социальной информати-

49. Williams, R., Edge, D. (1996) "The Social Shaping of Technology", *Research Policy* 25: 856–899.

50. Английское "broad church" используется для характеристики организаций, групп и т. д. как включающих широкий спектр мнений, убеждений или стилей. Происходит от названия направления в англиканской церкви (наряду с «высокой» и «низкой» церковью), которое выступало за широкую и либеральную интерпретацию священных текстов и церковного авторитета. *(Прим. пер.)*

51. Ibid., p. 896.

ки (использования и последствий информационной технологии в рамках институционального и культурного контекстов). Исследования «одомашнивания» рассматривали приспособление технологии к социальной сфере по мере того, как технология приводится в соответствие с культурой и повседневностью, особенно в домашнем контексте, чтобы быть функциональной. Сильверстоун, Хирш и Морли, разработавшие подход к «одомашниванию» технологий, утверждали, что технологии регламентируются и «приручаются» пользователями таким образом, чтобы лучше вписаться в контекст повседневной рутины или «моральной экономики домохозяйства»[52]. При этом домохозяйства неоднородны; они включают сложную социальную динамику гендерных отношений, различных поколений и классов, которая выражается в согласованной «моральной экономике».

Моральная экономика — термин, которым обозначается взаимодействие между морально-культурными убеждениями и экономическими практиками, и которое часто ассоциируется с закрытыми сообществами, где набор нравственных ценностей и сильные социальные связи определяют решения относительно материальных и социальных благ. Это пространство, где осуществляются символические и смысловые взаимодействия. Одомашнивание технологии заключается в выборе значения и применения технологии в этом пространстве. Таким образом, технология формируется ее пользователями и культурой, в которой она функционирует. В процессе одомашнивания часто выделяются такие его измерения, как «коммодификация» (*commodification*), «освоение» (*appropriation*) и «конверсия» (*conversion*)[53]. В ходе *коммодификации* технологии приобретают обменную стоимость и появляются на рынке конкурирующих образов и функций. В процессе *освоения* объекты принимаются (или отвергаются) и становятся доступными для использования в частной культурной сфере. *Конверсия* предполагает и поощряет конкретные виды использования технологии и их публичную демонстрацию. Это также дела-

52. Silverstone, R., Hirsch, E., Morley, D. (1992) “Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household”, in R. Silverstone and E. Hirsch (eds) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces,* pp. 15–29. London: Routledge.

53. Silverstone, R., Haddon, L. (1996) “Design and Domestication of ICTs: Technical Change and Everyday Life”, in R. Mansel, and R. Silverstone (eds) *Communicating by Design: The Politics of Information and Communication Technologies,* pp. 45–46. Oxford: Oxford University Press.

ет возможным появление связанных с технологией образа жизни и идентичности, которые могут демонстрироваться и обсуждаться с другими.

В сферу интересов SST также входят вопросы «настройки пользователя» (*configuring of the user*). Эти вопросы часто встречаются в исследованиях науки и технологии, когда изучается роль пользователей на стадиях разработки и реализации. Внимание уделяется тому, как специфическое использование технологии может быть «встроено» (*configured*) или «вписано» (*inscribed*) в дизайн устройства[54]. Теория предполагает, что технология разрабатывается на основе определенного видения пользователя, и, следовательно, идентичность пользователя может определяться и ограничиваться технологией. Технические устройства рассматриваются как «тексты», в которые вписаны значения и ценности, возникшие в результате процесса согласования технологии на стадиях разработки и ее применения пользователями. Представляется, что технологии содержат сценарий (*script*), который определяет специфические функции и действия пользователей[55]. Анализ таких сценариев позволяет понять, какую роль играют технологии в нормализации поведения или распределения функций и зависимостей между людьми и вещами.

В подходе конструктивистской оценки технологии важность придается изучению потребностей пользователей, что помогает определить задачи на этапе проектирования технологии. Принципиальным для этого подхода является прогнозирование социального эффекта и социальных потребностей пользователей с целью их учета и последующего воплощения при разработке и проектировании. Это включает не только ориентированность инновации на пользователей, но и активное вовлечение пользователей в процесс разработки. Такой подход требует исследования того, как сообщества пользователей формируют технологию в соответствии с потребностями своей социальной группы. В рамках конструктивистской перспективы мультимедийные технологии часто рассматриваются как «незавершенные», которые развиваются и приобретают значение благодаря их внедрению

54. Woolgar, S. (1991) “Configuring the User: The Case of Usability Trials”, in J. Law (ed.) *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination,* pp. 58–99. London: Routledge.

55. Akrich, M. (1992) “The De-Scription of Technical Objects”, in W. Bijker, J. Law (eds) *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change,* pp. 205–224. Cambridge, MA: MIT Press.

и использованию. Таким образом, пользователи играют важную роль в формировании технологии для своих целей и придании им значимости[56].

Наконец, социальная информатика изучает использование информационных технологий и их последствия в институциональных и культурных контекстах. Это направление стало популярным в ряде дисциплин, включая исследования коммуникации и информационных систем, антропологию и социологию. Эти дисциплины интересуются вопросами, связанными с социальными аспектами компьютеризации. Согласно Робу Клингу, которого часто называют основателем социальной информатики, это «систематическое и междисциплинарное исследование разработки, использования и последствий информационных технологий (ИТ), которое учитывает их взаимодействие с институциональным и культурным контекстами»[57]. Социальная информатика интересуется тем, каким образом социальные факторы влияют на дизайн и использование ИТ, обращаясь к таким темам, как социальная динамика в онлайн-коммуникации, внедрение и распространение ИКТ (информационных и коммуникационных технологий) в различных социальных контекстах, цифровое неравенство, социальные взаимодействия в цифровом мире. Отдельный интерес представляет то, как социальные процессы в различных группах и организациях меняются в результате использования ИТ. Благодаря своей междисциплинарной природе социальная информатика включает многие методологии и дает возможность создавать новые форматы исследований.

Подход SST обеспечил ученых более широкой рамкой для критической рефлексии над социальными последствиями, вызванными использованием технологий. Пример этого можно найти в дискурсе о политике технологий[58]. SST разделяет с технологическим детерминизмом положение о том, что технологии не нейтральны, однако SST рассматривает это как результат доминирования групп и институтов, которые в определенном направлении изменяют социальные отношения и направляют пользователей. Другими словами, SST рассматривает технологию как «политику,

56. Rip, A., Misa T., Schot, J. (1995) *Managing Technology in Society: The Approach of CTA*. London: Pinter.

57. Kling, R. (2001) "Social Informatics", in *Encyclopedia of LIS*. Dordrecht: Kluwer.

58. Winner, L. (1980) "Do Artifacts Have Politics?", *Daedalus* 109: 121–136.

осуществляемую альтернативными средствами»[59]. Таким образом, SST инициирует дискуссии и споры о социальном значении технологической инновации: к примеру, о том, как социальные механизмы или группы могут добиваться контроля над использованием или распространением технологий. SST также открыл тему гендера и технологии, что позволило детально рассмотреть, к примеру, гендерное разделение труда и то, как технологии могут способствовать распространению гендерных предрассудков[60].

До недавнего времени исследования в области SST отождествлялись со SCOT (*the social construction of technology, см. выше*). Этот подход берет начало из акторно-сетевой теории Каллона и Латура[61], которая скептически относится к оперированию большими социальными и экономическими структурами и вместо этого сосредотачивается на индивидуальных акторах и том, как их решения формируют мир. Исследователи SCOT характеризуются как приверженцы агентно-ориентированной перспективы в изучении технологии, где основное внимание уделяется решениям пользователей касательно использования и дизайна технологии. Здесь агентность можно связать с классической идеей воли: пользователи технологии имеют агентность или способность делать выбор, руководствуясь своей волей и мотивацией. Тем не менее, Латур полагает, что сосредоточенность исключительно на технологической или человеческой агентности имеет свои проблемы. Вместо этого SCOT настаивает на том, что агентностью обладают как люди, так и вещи, и, следовательно, они образуют сеть, в которой вместе производят значение и участвуют в процессе социального конструирования технологии. Это означает, что исследователи SCOT воспринимают технологию как формирующуюся под влиянием рыночных сил, разработчиков технологии, потребностей потребителей и запросов индивидов и групп, которые также представляют собой продукты социального. Исследователи SCOT стремятся связать решения пользователей тех-

59. Latour, B. (1988) “How to Write ‘The Prince’ for Machines as Well as Machinations”, in B. Elliott (ed.) *Technology and Social Process*, pp. 20–43. Edinburgh: Edinburgh University Press.

60. Wajcman, J. (1991) *Feminism Confronts Technology*. Cambridge, UK: Polity Press.

61. Callon, M., and Latour, B. (1981) “Unscrewing the Big Leviathan: How Actors Macrostructure Reality and How Sociologists Help Them to Do So”, in K.D. Knorr-Cetina and A.V. Cicourel (eds) *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies*, pp. 277–303. Boston, MA: Routledge & Kegan Paul.

нологий с более масштабными социальными процессами. Так, в «акторно-сетевой теории» они картографируют связь между материальным (например технологией) и социальным (например предпочтениями пользователей), и сеть их взаимодействий[62]. SCOT остается важной частью дискурса SST, в особенности его критика детерминистских аргументов, относящихся к технологии.

Преимущество подхода SST заключается в том, что он преодолевает социальный детерминизм, согласно которому технология выражает интересы правящих классов, экономические императивы или ценности, лежащие в их основе. В сущности, SST настаивает на том, что человеческие действия формируют технологию, оспаривая точку зрения техно-детерминистского подхода, и рассматривает социальный мир как отправную точку для понимания этого процесса. Был выделен ряд ограничений социально-конструктивистского подхода в изучении технологии: исследования направлены скорее на то, как технологии возникают, нежели на то, что происходит с технологиями спустя время после их появления[63]. Необходимость исторических и лонгитюдных исследований в SST была подчеркнута рядом исследователей[64]. Некоторые формы SST также критиковались за недостаточное внимание к влиянию социальных структур и общих социальных процессов на решения пользователей[65].

Однако даже в свете указанных ограничений я полагаю, что подход SST в сравнении с другими подходами предоставляет плодотворную основу для более полного изучения связи между технологией и религиозными пользователями. SST открывает возможности для более полного исследования взаимосвязи технологии и повседневной жизни. Применительно к изучению использования технологии религиозными сообществами подчеркивается необходимость обратить внимание на то, как они функционируют как сообщества пользователей, и как социальные процессы в рамках этих групп могут формировать их восприятие и взаимо-

62. Latour, B. (2005) *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.

63. Winner, L. (1993) "Upon Opening the Black Box and Finding It Empty: Social Constructivism and the Philosophy of Technology", *Science, Technology & Human Values* 18(3): 362–378.

64. MacKenzie, D. and Wajcman, J. *The Social Shaping of Technology: How the Refrigerator Got Its Hum*.

65. Klein, H.K., Kleinman, D.L. (2002) "The Social Construction of Technology: Structural Considerations", *Science, Technology & Human Values* 27(1): 28–52.

действие с медиатехнологией. Это подчеркивает необходимость исследовать вопросы «одомашнивания» или того, как сообщества религиозных пользователей сообразуют медиатехнологии с моральной экономикой. Это также указывает на необходимость понимания того, как религиозные сообщества могут определять способы использования медиатехнологии или как индивидуальные инноваторы стремятся «вписать» свои смыслы и ценности в технологии, которые они создают для религиозных целей.

Социальное формирование технологий (SST) и сообщества религиозных пользователей

При изучении выбора религиозными сообществами медиатехнологий большинство исследователей оставляют без внимания перспективу SST. Одно примечательное исключение — это исследование использования амишами телефона, выполненное Циммерман-Амбл[66]. Она рассматривает запрет на использование телефона в большинстве домов амишей в Пенсильвании в 1909, который укрепил мнение большинства посторонних о том, что амиши против всех современных технологий. Как показывает Циммерман-Амбл, несмотря на то, что телефон отсутствует в домах амишей, они не полностью отказываются от его использования. Вместо этого они создали «коммунальные телефоны», которые располагаются в будках, часто на пересечении нескольких фермерских хозяйств, в коллективном использовании и доступе. Исследование Циммерман-Амбл показывает, что религиозные сообщества адаптируются к применению технологии таким образом, чтобы сделать ее совместимой с их образом жизни и ценностями. Отказ амишей от некоторых аспектов современности, выраженный в их простой одежде, использовании лошадей и повозок, конных плугов, не означает полного отказа от технологий. [...]

Реакция амишей на телефон объяснялась их убеждениями, касающимися коммуникации и социальной жизни. Циммерман-Амбл обнаружила, что их использование технологии «структури-

66. Zimmerman-Umble, D. (1992) “The Amish and the Telephone: Resistance and Reconstruction”, in R. Silverstone and E. Hirsch (eds) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces,* pp. 183–194. London: Routledge; Zimmerman-Umble, D. (2000) *Holding the Line: The Telephone in Old Order Mennonite and Amish Life*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

ровано ритуалами общинной жизни и привязано к дому»[67]. Дом является центром общинной жизни амишей; здесь происходит большинство социальных событий, включая воскресные службы, свадьбы и похороны. Появление телефона в доме в самом начале XX века стало вызовом ключевым ценностям и социальным моделям амишей. Телефон обеспечивал доступ к актуальной информации и экстренным службам, но при этом считалось, что он приводит к дисгармонии, так как способствует общению с чужаками, поощряет индивидуализм и вовлекает членов общины в сплетни. После обсуждения старейшинами церкви преимуществ и проблем, создаваемых телефоном, было решено, что телефон не является необходимостью, «...[он] не соответствовал проверенным временем принципам нонконформизма и отделения от мира»[68]. Это было сложное решение, которым некоторые источники объясняют последовавший раскол в общине. И все же это решение накладывало запрет только лишь на частное владение телефоном. Домашние телефоны расценивались как нечто приводящее к «нарушению естественного ритма семейной жизни», однако общие телефоны позволяли контролировать их использование и подчеркивали предпочтительность коммуникации «лицом-к-лицу». С течением времени амиши смягчили эти стандарты и стали использовать телефоны в малом бизнесе или мастерских, однако желание сохранить сообщество продолжает влиять на принятие подобных изменений.

В своем исследовании Циммерман-Амбл подчеркивает два важных аспекта реакции амишей на телефон: сопротивление (*resistance*) и реконструкцию (*reconstruction*). Во-первых, исторические и культурные установки определили реакцию сообщества на технологию и вложенное в нее значение. Исследовательница полагает, что значение телефона как технологии не универсально, но в гораздо большей степени оно «конструируется или согласуется социальными группами, использующими его; ... его значение трансформируется со сменой социального и культурного контекста»[69]. Технологии имеют свои выгоды и издержки, и могут потребовать принятия определенных стандартов использования. Сопротивление предполагает, что социальная группа ре-

67. Zimmerman-Umble, D. (1992) “The Amish and the Telephone: Resistance and Reconstruction”, p. 185.

68. Ibid., p. 189.

69. Ibid., p. 183.

шает не отвергать технологию, но сопротивляться некоторым ее аспектам или последствиям. Кроме того, сообщество активно вовлекается в процесс анализа потенциальных следствий технологии и согласования стандартов ее приемлемого использования.

Во-вторых, наблюдение за группой, которая отвергает или реконструирует коммуникативную технологию, позволяет уточнить представление о социальном значении технологий. «Неприятие амишами коммуникационных технологий, таких как телефон, по всей видимости, очерчивает определенные социальные границы, а это, в свою очередь, упрощает сохранение этих границ и сообщества в целом»[70]. В этом случае ценности или социальные задачи определяют роль технологии и взаимоотношения с сообществом. Если технология рассматривается как ценная, но неприемлемая в своей нынешней форме, необходимо произвести ее «реконструкцию». Это предполагает принятие решений о том, какая форма технологии допустима, в каком контексте она будет использоваться и как применяться, а также должны ли какие-либо ее аспекты быть изменены. Таким образом, если социальная группа решает, что должна сопротивляться определенным аспектам технологии ради сохранения своих социальных границ, она также может «реконструировать» технологию таким образом, чтобы адаптировать ее к жизни сообщества.

Процессы сопротивления и реконструкции обнаруживаются также в адаптации сообществом амишей другой технологии — мобильного телефона. Рейнгольд в своем исследовании использования мобильного телефона амишами указывает следующее:

> Новые вещи не запрещаются сразу же, и в принятии решения нет спешки. Скорее технологии фильтруются, когда какой-нибудь смельчак из членов сообщества начинает использовать или даже покупает что-то новое. Другие пробуют тоже. Начинается обсуждение. Что будет, если использовать это каждый день? Объединяет ли это людей? Или же имеет противоположный эффект?[71]

Появление мобильного телефона в среде амишей обострило эти вопросы для членов и лидеров общины и создало новые поводы для беспокойства. Поскольку технология была задумана

70. Ibid.

71. Rheingold, H. (1999) “Look Who’s Talking”, *Wired* 7(1) [https://www.wired.com/1999/01/amish/, accessed on 17.03.2020].

как персональная и портативная, она породила опасения в том, что мобильный телефон приведет к усвоению чуждых ценностей, таких как индивидуализм и личный контроль над техникой в ущерб общинности. Рейнгольд, ссылаясь на Циммерман-Амбл, утверждает: «то, что делает мобильный телефон таким удобным — отсутствие провода — становится для амишей проблемой»[72]. Амиши используют только то электричество, которое они сами производят с помощью дизельного генератора или гидравлики, что избавляет их от необходимости подключаться к централизованной электросети. По наличию проводов сообщество легко может видеть, кто подключен к электрической или телефонной сети, но беспроводной мобильный телефон лишает такой возможности контроля. Согласно Рейнгольду, некоторые амиши старого обряда оставляют мобильные телефоны в будках, чтобы проблематизировать их наличие дома, тогда как другие оставляют их на ночь у соседа-«англичанина», который заряжает его и возвращает утром. Это показывает не только то, как амиши адаптируют технологию к своим потребностям, но также и то, как сама технология формирует новые практики, которые становятся частью идентичности. В этом смысле, практики зарядки мобильного телефона и то, как это воспринимается другими представителями сообщества, приводятся в соответствие с ожиданиями сообщества, для которого коллективное важнее индивидуального. Однако есть еще и прагматическая сторона выбора, которая связана с потребностью быть на связи друг с другом и ценностью мобильного телефона для бизнеса и жизни сообщества.

[...] Применение понятия «одомашнивание» в работе Циммерман-Амбл дает представление о том, как религиозные сообщества могут «приручить» технологию так, чтобы она могла более приемлемым образом вписаться в частное, закрытое социальное пространство сообщества. Это позволило бы отразить двунаправленность подхода SST. В противном случае это работа больше будет походить на исследование рецепции пользователя (*a reception/user study*), с акцентом на саму коммуникативную технологию (телефон).

Другие ученые также использовали SST для интерпретации моделей взаимодействия религиозных сообществ с новыми фор-

72. Ibid.

мами медиа. Барзилай-Наон и Барзилай[73] на примере отношений иудеев к интернету исследовали, как религиозные группы изменяют или «окультуривают» технологии (включают в свою культуру, *"culture" a technology*) так, чтобы не подорвать уникальность их культуры, а сохранить ее. Исследуя использование интернета ультраортодоксальным сообществом в Израиле, ученые обнаружили сложный процесс согласования и конструирования ценностей, который происходил между религиозными лидерами и пользователями. Хотя изначально раввины осудили использование интернета, поскольку это приводило к неконтролируемому проникновению в сообщество секулярного контента, многие члены хотели использовать интернет по экономическим соображениям и для самовыражения. Чтобы изложить свою позицию, пользователи, в особенности женщины, описывали интернет как необходимость, подчеркивая, что технология отвечает их важным потребностям.

В ультраортодоксальном сообществе женщины не только занимаются детьми, но также обеспечивают семью, чтобы мужчины могли совершать обязательные ежедневные молитвы и изучать Тору. Интернет приобрел ценность, потому что давал этим женщинам возможность работать из дома. Осознание этого привело к изменениям в официальной позиции сообщества по отношению к технологии. Результат этого процесса согласования Барзилай-Наон и Барзилай обозначают как создание «окультуренной технологии» — процесс такого «переформулирования» технологии, с помощью которого, используя определенные дискурсы и практики, технология приводится в соответствие с ценностными идеалами группы. Степень, в какой религиозное сообщество может «окультуривать» (фреймировать, модифицировать) технологию, определяет меру ее «культурной приемлемости»[74], т. е. включенности в жизнь сообщества. Таким образом, «окультуренная технология» представляет собой результат взаимодействия сообщества с технологией, при котором разрабатывается особая стратегия ее использования, соответствующая ценностям и жизненным практикам группы.

Идея «окультуривания технологии» Барзилай-Наон и Барзилая в некотором смысле перекликается с концепцией «одомаш-

73. Barzilai-Nahon, K., Barzilai, G. (2005) "Cultured Technology: Internet & Religious Fundamentalism", *Information Society* 21(1): 25–40.

74. Ibid., p. 25.

нивания» Циммерман-Амбл, поскольку оба исследования подчеркивают, что закрытые религиозные группы проходят особый процесс согласования технологий со своими ценностями и практиками. Обращение Циммерман-Амбл к одомашниванию акцентирует необходимость выявить значение технологии, обусловленное культурой и историей группы. Это определяет социальный контроль и оценку, которые она должна выработать в отношении этой технологии. Исследовательница призывает обратить внимание на моральную экономику сообщества и то, как она может «реконструировать» технологию, которая признается значимой. Подход «окультуривания технологий» делает акцент на то, как дискурс сообщества фреймирует его отношение к технологии и каким образом при этом могут быть задействованы различные формы риторики или аргументации.

Рассмотренные вместе, эти исследования показывают, что для полного понимания процесса согласования религиозным сообществом новых форм медиа целесообразно учитывать, как история и культура сообщества формируют его сопротивление технологии, а также как происходит ее последующая реконструкция, риторическое фреймирование и интеграция. Эти исследования, выполненные в рамках подхода SST, также составляют основу новой аналитической рамки исследования религиозных сообществ и новых медиа — религиозно-социального формирования технологий (RSST).

Религиозно-социальное формирование технологии

Я полагаю, что согласование (*negotiation)* новых коммуникационных технологий религиозными общинами недостаточно изучено и что сама постановка вопроса резонирует с подходом SST. Тем не менее, подхода SST применительно именно к случаю религиозных сообществ недостаточно. Моральная экономика каждого из них, а также его исторические и культурные условия существования делают процесс адаптации новых медиа уникальным. Таким образом, необходимо предложить новый подход, опирающийся на предыдущий, а именно — «религиозно-социальное формирование технологии» (RSST).

Во-первых, в рамках такого подхода мы подтверждаем идею о том, что технологические изменения и пользовательские инновации являются социальными процессами. Это помогает понять, как и почему некое сообщество пользователей определен-

ным образом реагирует на технологию, как выявить те ценности или верования, которые влияют на процесс адаптации. К примеру, концепция «одомашнивания» технологии, которую мы находим у Сильверстоуна и его коллег[75], утверждает, что технологии обуславливаются и приручаются пользователями таким образом, чтобы они могли быть вписаны в повседневную жизнь или «моральную экономику домохозяйства». Моральная экономика является особым пространством, в котором осуществляется передача символических значений. [...] Таким образом, RSST предполагает, что технология формируется окружающими условиями и конкретным сообществом пользователей. В свою очередь, в силу принятия новых медиа и их адаптации в культуре меняется и само это сообщество.

При исследовании сообществ религиозных пользователей важно рассматривать их как «семью пользователей», которая вырабатывает собственную «моральную экономику» и которая руководствуется ей в своих решениях относительно технологии и правил взаимодействия с ней. Религиозное сообщество разделяет общие верования или маркеры идентичности и одновременно демонстрирует разнообразие приоритетов и интерпретаций ценностей в зависимости от класса, пола, возраста или роли в сообществе. Члены сообщества, решая объединиться в физическом или идеологическом пространстве, создают моральную экономику, которая требует вынесения общих суждений относительно технологий и правил взаимодействия с ними. Как «семья пользователей», они наделяют эти решения символическим значением [...].

Я определяю новый подход как RSST, поскольку, в отличие от прежних подходов, он обращает внимание на такие особенности процесса адаптации технологии, которые характерны именно для религиозных сообществ. [...] Этот подход стремится объяснить реакции на новые технологии в социально-технологическом ключе. Иными словами, успех, провал или перестройка (*redesign*) определенной технологии конкретной группой пользователей зависят не только от изначальных качеств технологии, но также и от способности сообщества социально конструировать технологию в соответствии с контекстом или собственной моральной экономикой. Наконец, аналогично подходам SCOT в рамках SST, RSST полагает, что решения акторов (индивидов и групп) в опре-

75. Silverstone, R., Hirsch, E., Morley, D. “Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household”.

деленных социальных ситуациях ограничены их мировоззрением и системой верований.

RSST строится на предположении, что, хотя религиозные сообщества функционируют подобно другим социальным общностям (соответственно, их решения социально согласованы), они также испытывают влияние некоторых уникальных факторов, которые необходимо выявить и исследовать. Особенность нашего подхода заключается в том, что он стремится детально рассмотреть, как определенные духовные, моральные и теологические паттерны направляют процесс адаптации технологий. Этот подход обращает особое внимание на роль историй и традиций в этом процессе. Это означает не только изучение того, какие современные ценности и взгляды формируют использование технологий, но и выявление исторических корней и религиозных дискурсов о технологиях. Таким образом, этот подход включает вопросы, связанные как с использованием, так с восприятием технологий; соответственно, он исследует как модели использования и адаптации технологии, так и языки или дискурсы, в которые эти модели облекаются.

[...] Этот метод, на наш взгляд, позволяет избавить исследования медиа и религии от детерминизма в изучении последствий использования медиа. Хотя подходы к медиа как «нейтральному проводнику» или «режиму знания» по-прежнему вполне полезны, они не помогают нам в полной мере ответить на вопрос, почему религиозные сообщества используют медиа определенным образом, или предсказать будущую реакцию на новые формы медиа. Многие исследования религии и новых медиа склоняются к идее о том, что именно ожидаемое назначение (*affordance*) новой техники определяет и направляет действия религиозных сообществ. Однако, как мы показали, существует ряд других социальных и культурных факторов, влияющих на решения религиозных пользователей.

RSST подчеркивает, что религиозные сообщества не сразу отвергают новые формы технологии, но проходят сложный процесс адаптации, чтобы выявить факторы риска для сообщества. Если для религиозного сообщества новая технология полезна, но ее использование потенциально противоречит его ценностям, группа должна внимательно проанализировать, каким аспектам технологии необходимо сопротивляться. Сопротивление приводит к реконструированию технологии: то, как она используется, представляется или обсуждается внутри сообщества. Результатом могут стать технологические инновации, призванные так изменить технологию, чтобы

она в большей степени соответствовала моделям социальной и религиозной жизни сообщества. На мой взгляд, здесь принципиально важно рассмотреть следующие четыре момента: (1) историю и традицию; (2) базовые верования и паттерны поведения; (3) собственно процесс согласования (*negotiations*); и (4) общинные фреймы и дискурсы. Вместе они составляют основу подхода RSST.

Аналитическая рамка для изучения взаимодействия религиозных сообществ с медиа

1. История и традиция. RSST начинается с изучения истории и традиции использования медиа определенными религиозными сообществами. В этом случае следует понять, как с течением времени формировалась позиция религиозного сообщества по отношению к различным медиа и их использованию и какие исторические решения или события могли на это повлиять. Решения, касающиеся священных текстов — одной из наиболее ранних форм медиа — часто становятся образцом для адаптации всех прочих медиа. Выявление иудейских, мусульманских и христианских традиций, связанных с пониманием и обращением с текстом, может помочь контекстуализировать их представления о медиа вообще. Таким образом, понимание развития верований и ритуалов сообщества, касающихся ранних форм медиа, позволит глубже разобраться в том, как и почему сообщества устанавливают определенные стандарты современного использования и согласования медиа. [...]

2. Базовые верования и модели поведения. Исследование истории и традиций подводит к следующему этапу в рамках RSST: к исследованию основных верований и паттернов поведения. Здесь внимание уделяется тому, как религиозные сообщества «проживают» свои основные социальные ценности в современном мире. Прошлое является прологом, задающим некий контекст. Тем не менее, религиозные сообщества должны заново интерпретировать, контекстуализировать и применить основные ценности к новым социальным, культурным и историческим условиям. Это и должно стать предметом исследования ученых. В эпоху цифровой информации эти верования могут совпадать или вступать в противоречие с новыми технологиями. Таким образом, требуется внимательно рассмотреть, как основные верования направляют процесс принятия решений сообществом касательно использования медиа и какие модели использования поощряются или сдерживаются. [...]

3. Процесс согласования. Далее, RSST предполагает исследование процесса «согласования», который проходят религиозные сообщества, сталкиваясь с новыми формами медиа. При этом религиозные сообщества опираются на свою историю, традиции и свои основные верования как основу для принятых ими моделей обращения с медиа. Они должны оценить, в каких моментах новые формы медиа аналогичны прошлым технологиям, чтобы понять, работают ли старые правила. Тем не менее, если технология является принципиально новой по форме или приводит к возникновению новых социальных условий, создающих сложности для сообщества, то необходимо эту технологию адаптировать таким образом, чтобы понять, какие способы использования могут быть приняты, а какие должны быть исключены. Если технология одновременно и полезна, и проблематична, может потребоваться ее некоторая инновационная реконструкция. Исследуя способы принятия, неприятия и/или реконструкции технологии, важно учитывать влияние предыдущих стадий на решения и реакции сообщества. Два предыдущих этапа также помогут понять, насколько такие инновации в принципе допустимы. Ключевыми на этом этапе являются система власти и авторитета в данном конкретном сообществе, выяснение того, кто обладает правом принятия решений. [...]

4. Фреймы и дискурсы сообщества. На последнем этапе анализа необходимо уделить внимание фреймам и дискурсам сообщества, возникающим в результате «согласования». Хотя исследования SST нечасто обращались к анализу этого компонента, я полагаю, что он важен, поскольку дискурс играет значимую роль в фреймировании и обосновании подхода религиозного сообщества к новым технологиям. Здесь необходимо рассмотреть, как влияние новых технологий на социальную жизнь сообщества приводит к пересмотру старого или даже выработку нового языка описания. Принятие и адаптация технологии может побудить религиозную группу создать публичный дискурс, который обосновывает присутствие технологии в сообществе или обозначает границы ее приемлемого использования. Дискурс сообщества может также быть использован как инструмент для подтверждения традиций и стандартов, выработанных в прошлом, равно как и для определения траектории и реакции сообщества на технологии в будущем. [...]

Подход RSST стремится дать более полное описание того, как и почему сообщества религиозных пользователей реагируют

на новые формы медиа. Его целью также является систематический метод изучения процесса адаптации новых медиа. [...] Мы показали, что подход Ферре к исследованию религии и медиа демонстрирует диапазон реакций на использование медиа религиозными общинами, и подчеркнули, что подходы «социального формирования технологий» в значительной мере недооценивались. Представление о социальном формировании технологии добавляет важное измерение в исследования медиа и религиозных общин, признавая, что последние являются активными участниками в принятии решений относительно технологий, нежели пассивными реципиентами их влияния.

Подход RSST предполагает признание того, что религиозные общины, как и другие социальные группы, целенаправленно оценивают, отслеживают и контролируют использование технологии своими членами. [...] Важно признать, что «значения технологий, старых и новых, определяются культурой и согласуются в угоду определенным потребностям»[76]. Таким образом, реакция и дискурс религиозной группы в отношении технологии не могут быть отделены от тех ценностей, которые направляют общинную жизнь. Наконец, необходимо учесть, что изучение «действующих причин для отказа от коммуникационных технологий может быть столь же полезным, как и понимание тех сообществ, которые их принимают»[77]. Установление процесса, с помощью которого религиозные группы оценивают потенциальные выгоды или препятствия, связанные с технологией, помогает выявить модели моральной жизни группы. Это дает нам возможность обнаружить «моральную экономику» общины, которая часто выражается в языке и дискурсе о технологии и позволяет предсказать, как община может «окультуривать» технологические устройства. Таким образом, религия или вера не всегда являются препятствием для использования определенной технологии; напротив, они могут побуждать сообщество ее окультуривать, создавая тем самым новые функции или формы ее использования.

Перевод с английского Валерии Шумковой и Екатерины Гришаевой

76. Zimmerman-Umble, D. “The Amish and the Telephone: Resistance and Reconstruction”, p. 192.

77. Ibid.

References

Akrich, M. (1992) "The De-Scription of Technical Objects", in W. Bijker, J. Law (eds*) Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change,* pp. 205–224. Cambridge, MA: MIT Press.

Ammerman, N. (2006) *Everyday Religion: Observing Modern Religious Lives*. New York: Oxford University Press.

Barzilai-Nahon, K. and Barzilai, G. (2005) "Cultured Technology: Internet & Religious Fundamentalism", *Information Society* 21(1): 25–40.

Bourgault, L.M. (1985) "The PTL Club and Protestant Viewers: An Ethnographic Study", *Journal of Communication* 35: 132–48.

Brasher, B. (2001) *Give Me That Online Religion*. San Francisco: Jossey-Bass.

Bruce, S. (1990) *Pray TV: Televangelism in America*. London: Routledge & Kegan Paul.

Callon, M., Latour, B. (1981) "Unscrewing the Big Leviathan: How Actors Macrostructure Reality and How Sociologists Help Them to Do So", in K.D. Knorr-Cetina, A.V. Cicourel (eds) *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies*, pp. 277–303. Boston, MA: Routledge & Kegan Paul.

Cantoni, L., Zyga, S. (2007) "The Use of Internet Communication by Catholic Congregations: A Quantitative Study," *Journal of Media and Religion* 6(4): 291–309.

Careaga, A. (2001) *eMinistry: Connecting with the Net Generation*. Grand Rapids, MI: Kregel.

Christians, C. (1990) "Redemptive Media as the Evangelicals Cultural Task", in Q. Schultze (ed.) *American Evangelicals and the Mass Media*, pp. 331–355. Grand Rapids, MI: Academic Books–Zondervan.

Christians, C. (1997) "Religious Perspective on Communication Technology", *Journal of Media and Religion* 1(1): 37–47.

Christians, C. (2002) "Technology and Triadic Theories of Mediation", in S. Hoover, K. Lundby (eds) *Rethinking, Media, Religion and Culture,* pp. 65–82. Thousand Oaks, CA: Sage.

Clark, L.S. (2003) "The 'Funky' Side of Religion: An Ethnographic Study of Adolescent Religious Identity and the Media", in J. Mitchell and S. Marriage (eds) *Conversations in Media, Religion, and Culture,* pp. 21–32. London/New York: Continuum.

Clark, L.S., Hoover, S. (1997) "At the Intersection of Media, Culture and Religion: A Bibliographic Essay", in S. Hoover, K. Lundby (eds) *Rethinking Media, Religion and Culture*, pp. 15–34. Thousand Oaks, CA: Sage.

Eisenstein, E.L. (1980) "The Emergence of Print Culture in the West", *Journal of Communication* 30(1): 99–106.

Ellul, J. (1964) *The Technological Society*. New York: Vintage Books.

Ferre, J. (2003) "The Media of Popular Piety", in J. Mitchell, S. Marriage (eds) *Conversations in Media, Religion, and Culture,* pp. 83–92. London/New York: Continuum.

Fore, W.F. (1987) *Television and Religion: The Shaping of Faith, Values and Culture*. Minneapolis, MN: Augsburg Fortress.

Goethals, G. (1981) *The TV Ritual: Worship at the Video Altar*. Boston, MA: Beacon.

Hadden, J., Shupe, A. (1988) *Televangelism: Power and Politics on God's Frontier*. New York: Henry Holt.

Hammerman, J. (2000) *thelordismyshepherd.com: Seeking God in Cyberspace*. Deer-field Beach, Florida: Simcha Press.

Heidegger, M. (1977) *The Question Concerning Technology and Other Essays*. New York: Harvest.

Hoover, S. (1990) "*Ten myths about religious broadcasting*", in *R. Ableman* and *S. Hoover* (eds) *Religious Television: Controversies and Conclusions*, pp. 23–39. New Jersey: Albex.

Hoover, S. (2006) *Religion in the Media Age*. New York: Routledge.

Horsfield, P. (1984) *Religious Television: The American Experience*. New York: Longman.

Iorio, S.H. (1996) "How Mennonites Use the Media in Everyday Life: Persevering Identity in a Changing World", in D. Stout, J. Buddenbaum (eds) *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations,* pp. 222–230. Thousand Oaks, CA: Sage.

Jackson-Beeck, M., and Sobal, J. (1980) "The Social World of Heavy Television Viewers", *Journal of Broadcasting* 24: 5–12.

Klein, H.K., Kleinman, D.L. (2002) "The Social Construction of Technology: Structural Considerations", *Science, Technology & Human Values* 27(1): 28–52.

Kling, R. (2001) "Social Informatics", in *Encyclopedia of LIS*. Dordrecht: Kluwer.

Landes, D.S. (1983) *Revolution in Time: Clocks and the Making of the Modern World*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Latour, B. (1988) "How to Write 'The Prince' for Machines as Well as Machinations", in B. Elliott (ed.) *Technology and Social Process*, pp. 20–43. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Latour, B. (2005) *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Lochhead, D. (1997) *Shifting Realities: Information Technology and the Church*. Geneva: WCC Publications.

Lövheim, M. (2004) "Young People, Religious Identity and the Internet", in L. Dawson and D. Cowan (eds) *Religion Online: Finding Faith on the Internet,* pp. 59–74. New York: Routledge.

MacKenzie, D., Wajcman, J. (1985) *The Social Shaping of Technology: How the Refrigerator Got Its Hum*. Milton Keynes, UK: Open University.

MacKenzie, D. and Wajcman, J. (2001) *The Social Shaping of Technology: How the Refrigerator Got Its Hum*. 2nd ed. Milton Keynes, UK: Open University.

McLuhan, M. (1964) *Understanding Media*. New York: Signet.

Monsma, S., Christians, C., Dykema, E., Leegwater, A., Schuurman, E., and Van Poolen, L. (1986) *Responsible Technology: A Christian Perspective*. Grand Rapids, MI: Eerdmans.

Muggeridge, M. (1977) *Christ and the Media*. Grand Rapids, MI: Eerdmans.

Pacey, A. (1984) *The Technology of Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.

Peck, J. (1993) *The Gods of Televangelism: The Crisis of Meaning and the Appeal of Religious Television*. Cresskill, NJ: Hampton.

Postman, N. (1986) *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York: Viking.

Postman, N. (1993) *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.

Rheingold, H. (1999) "Look Who's Talking", *Wired* 7(1) [https://www.wired.com/1999/01/amish/, accessed on 17.03.2020].

Rigney, D. and Hoffman, T.J. (1993) "Is American Catholicism Anti-intellectual?", *Journal for the Scientific Study of Religion* 32: 211–222.

Rip, A., Misa T. and Schot, J. (1995) *Managing Technology in Society: The Approach of CTA*. London: Pinter.

Schement, J. and Stephenson, H.C. (1997) "Religion and the Information Society", in S. Hoover and K. Lundby (eds) *Rethinking Media, Religion, and Culture*, pp. 261–289. Thousand Oaks, CA: Sage.

Schultze, Q. (1987) "The Mythos of the Electronic Church", *Critical Studies in Mass Communication* 4(3): 245–261.

Schultze, Q. (1988) "Evangelical Radio and the Rise of the Electronic Church 1921–48", *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 32(3): 289–306.

Schultze, Q. (1990) "Keeping the Faith: American Evangelicals and the Media", in Q. Schultze (ed.) *American Evangelicals and the Mass Media,* pp. 23–45. Grand Rapids, MI: Zondervan/Academic Press.

Schultze, Q. (1991) *Televangelism and American Culture: The Business of Popular Religion*. Grand Rapids, MI: Baker.

Schultze, Q. (1992) *Redeeming Television*. Downers Grove, IL: InterVarsity Press.

Schultze, Q. (2002) *Habits of the High-Tech Heart*. Grand Rapids, MI: Baker Academic.

Silverstone, R. and Haddon, L. (1996) "Design and Domestication of ICTs: Technical Change and Everyday Life", in R. Mansel, R. Silverstone (eds) *Communicating by Design: The Politics of Information and Communication Technologies,* pp. 44–74. Oxford: Oxford University Press.

Silverstone, R., Hirsch, E., Morley, D. (1992) "Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household", in R. Silverstone and E. Hirsch (eds) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces,* pp. 15–29. London: Routledge.

Stahl, W. (1999) *God and the Chip: Religion and the Culture of Technology*. Waterloo, Canada: Wilfred Laurier University Press.

Stout, D., Buddenbaum, J. (1996) *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Stout, D. and Buddenbaum, J. (1997) "Religion and Mass Media Use. A Review of Mass Communication and Sociology Literature", in S. Hoover, K. Lundby (eds) *Rethinking Media, Religion, and Culture*, pp. 15–36. Thousand Oaks, CA: Sage.

Taylor, C. (2007) *A Secular Age*. Cambridge, MA: Belknap.

Wajcman, J. (1991) *Feminism Confronts Technology*. Cambridge, UK: Polity Press.

Westley, B.H., Severing, W.J. (1964) "A profile of the Daily Newspaper Non-reader", *Journalism Quarterly* 41: 45–50.

Williams, R., Edge, D. (1996) "The Social Shaping of Technology", *Research Policy* 25: 856–899.

Wilson, W. (2000) *The Internet Church*. Nashville, TN: Word Publishing.

Winner, L. (1980) "Do Artifacts Have Politics?", *Daedalus* 109: 121–136.

Winner, L. (1993) "Upon Opening the Black Box and Finding It Empty: Social Constructivism and the Philosophy of Technology", *Science, Technology & Human Values* 18(3): 362–378.

Woolgar, S. (1991) "Configuring the User: The Case of Usability Trials", in J. Law (ed.) *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination,* pp. 58–99. London: Routledge.

Zaleski, J. (1997) *The Soul of Cyberspace*. New York: Harper Edge.

Zimmerman-Umble, D. (1992) "The Amish and the Telephone: Resistance and Reconstruction", in R. Silverstone, E. Hirsch (eds) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces,* pp. 183–194. London: Routledge.

Zimmerman-Umble, D. (2000) *Holding the Line: The Telephone in Old Order Mennonite and Amish Life*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.