

PRZEGLĄD

SOCJOLOGICZNY

„Pragniemy (...) zmanifestować, że pismo nie ma wyrażać poglądów jakiegoś «kierunku» czy «szkoły», lecz reprezentować polski ruch socjologiczny w ogóle”.

(Florian Znaniecki w liście do Ludwika Krzywickiego, w związku z przygotowaniem I tomu „Przeglądu Socjologicznego”, październik, 1929 r.)

PRZEGLĄD

SOCJOLOGICZNY

tom LXIV/3

2015



ŁÓDZKIE TOWARZYSTWO NAUKOWE

ŁÓDZKIE TOWARZYSTWO NAUKOWE
90-505 Łódź, ul. M. Skłodowskiej-Curie 11
tel. (42) 665-54-59; fax: (42) 665-54-64
Sprzedaż wydawnictw: (42) 66-55-448, <http://sklep.ltn.lodz.pl>
<http://www.ltn.lodz.pl> e-mail: biuro@ltn.lodz.pl

REDAKCJA NACZELNA WYDAWNICTW
ŁÓDZKIEGO TOWARZYSTWA NAUKOWEGO

Krystyna Czyżewska, Edward Karasiński,
W. Małgorzata Krajewska (redaktor naczelny), **Henryk Piekarski, Jan Szymczak**

RADA REDAKCYJNA

David Brown, Krzysztof Górlach, Władysław Markiewicz, Harri Melin, Fritz Schütze,
Kazimierz M. Słomczyński, Antoni Sulek, Piotr Sztompka, Lynda Walters,
Włodzimierz Wesolowski, Włodzimierz Winclawski, Marek Ziółkowski

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Zbigniew Bokszański, Marek Czyżewski – z-ca red. naczelnego, **Kaja Kaźmierska,**
Jolanta Kulpińska – redaktor naczelny, **Krystyna Lutyńska, Paweł Starosta,**
Wielisława Warzywoda-Kruszyńska

REDAKTORZY TOMU

Kaja Kaźmierska, Zbigniew Bokszański

SEKRETARZ REDAKCJI: **Iwona Kociemska**

REDAKTORZY JĘZYKOWI: **Agnieszka Zytka, James Hartzell**

REDAKTOR STATYSTYCZNY: **Maria Szymczak**

RECENZENCI ZEWNĘTRZNI

Ireneusz Bialecki, Adam Czabański, Krzysztof Czekaj, Adrian Hatos,
Małgorzata Jacyno, Iwona Jakubowska-Branicka, Krystyna Janicka,
Katarzyna Kaniowska, Marek Krajewski, Andreas Langenohl, Peter Millward,
John Moores, Janusz Mucha, Wojciech Pawlik, Włodzimierz Piątkowski,
Andrzej Piotrowski, Andrzej Rychard, Andrzej Sadowski, Lynda Walters,
Krzysztof Wielecki, Włodzimierz Winclawski

Wydano z pomocą finansową Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego,
oraz Dziekana Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego
Czasopismo jest indeksowane w bazach ERIH Plus, Copernicus i znajduje się na liście ministerialnej
czasopism punktowanych. Artykuły czasopisma w elektronicznej wersji są dostępne
w bazach CEJSH, CEEOL, EBSCOhost, Proquest oraz na portalach ePNP i IBUK.

Copyright by Łódzkie Towarzystwo Naukowe – Łódź 2015

ISSN 0033-2356

Wydanie I, wersja drukowana pierwotna

PROJEKT OKŁADKI: Hanna Stańska

Opracowanie komputerowe: „PERFECT” Marek Szychowski, tel. 42 215-83-46

Druk: 2K Łódź sp. z o.o., ul. Płocka 35/45, www.2k.com.pl, 2k@2k.com.pl

NAKLAD: 220 egz.

SPIS TREŚCI CONTENTS

Od redakcji	7
-------------------	---

ARTYKULY ARTICLES

Łukasz Iwasiński

Konsumpcja kulturowa jako manifestacja statusu. Od determinizmu klasowego do wszystkożerności	9
<i>Cultural Consumption as a Status Manifestation. From Class Determinism to Omnivorousness</i>	

Robert Rogoziecki

Konsumpcja jako mit społeczeństwa postindustrialnego. O Baudrillardowskim pojęciu konsumpcji	27
<i>Consumption as a Myth of Postindustrial Society. On the Baudrillardian Concept of Consumption</i>	

Michał Cebula

Dystynkcja na szklanym ekranie? Telewizja, praktyki odbiorcze a struktura społeczna	53
<i>Distinction on the TV Screen? Television, Viewing Practices and Social Structure</i>	

* * *

Ziemowit Socha

Kondycja socjologii muzyki w Polsce. Przeszłość, terażniejszość i perspektywy	85
<i>The Condition of the Sociology of Music in Poland. Past, Present and Perspectives</i>	

Patryk Gałuszka

Nowe nurty badawcze w studiach nad muzyką popularną – przegląd wybranych koncepcji	113
<i>New Research Trends in Popular Music Studies – Review of Selected Concepts</i>	

Barbara Jabłońska	
Dyskurs o muzyce na przykładzie XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego	131
<i>Discourse on Music: The Case of the 16th International Fryderyk Chopin Piano Competition</i>	

* * *

Vyacheslav Stolbov	
Confessional Processes in Russia: From Atheism to Religious Pluralism	155
<i>Procesy przemian wyznaniowych w Rosji: od ateizmu do religijnego pluralizmu</i>	

RECENZJA

REVIEW

Janusz Mariański, <i>Moralność w kontekście społecznym</i> , Nomos, Kraków 2014 – rec. Wojciech Sadłoń	181
---	-----

OD REDAKCJI

Wspólną ramą odniesienia dla artykułów zamieszczonych w tomie 64/3 *Prze-
glądu Socjologicznego* jest szeroko rozumiana problematyka kultury rozważana
w odniesieniu do różnych aspektów współczesności. Autorzy tekstów koncen-
trują się zwłaszcza na tematyce konsumpcji kulturowej, socjologii muzyki oraz
przemianach religijności.

Punktem wyjścia dla rozważań na temat, często ostatnio dyskutowanego,
zjawiska konsumpcji kulturowej jest analiza oparta o charakterystykę struktury
współczesnego społeczeństwa (po)nowoczesnego i związanej z tym płynności
gustów odbiorców. Na uwagę zasługuje tu zwłaszcza dyskutowane w tekstach
pojęcie wszytkożerności, jak się zdaje, niewystarczająco wykorzystywane
w polskiej socjologii kultury.

Z kolei intencją Autorów artykułów prezentujących dorobek socjologii mu-
zyki było przede wszystkim przedstawienie Czytelnikowi tej, ciągle mało znanej
w socjologii polskiej, subdyscypliny. Teksty mają charakter informacyjno-anali-
tyczny. Ich lektura daje wyobrażenie o pracach badawczych i zainteresowaniach
teoretycznych socjologów muzyki oraz umożliwia wgląd do szerokiej literatury
przedmiotu.

Ostatni zamieszczony w tym tomie *Prze-
glądu Socjologicznego* tekst po-
święcony jest problematyce religijności w Rosji. W artykule przedstawiony jest
zarówno kontekst historyczny jak i zachodzące współcześnie w społeczeństwie
rosyjskim procesy przemian religijności. Rozpatrywane tu kwestie, w perspek-
tywie szerzej rozumianych zmian kulturowych i społecznych, można rozważać
nie tylko w odniesieniu do zaprezentowanego studium przypadku.

PRZEGLĄD SOCJOLOGICZNY, TOM 64/3, 2015

ABSTRACTS / STRESZCZENIA

Lukasz Iwasiński

Dr, Instytut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych

Wydział Historyczny, ul. Nowy Świat 69, 00-927 Warszawa

Uniwersytet Warszawski, Poland

e-mail: lukiwas@gmail.com

KONSUMPCJA KULTUROWA JAKO MANIFESTACJA STATUSU. OD DETERMINIZMU KLASOWEGO DO WSZYSTKOŻERNOŚCI

Streszczenie

Artykuł analizuje konsumpcję (zwłaszcza konsumpcję kulturową) jako sposób manifestowania społecznego statusu. Punktem wyjścia autor czyni rozważania Pierre'a Bourdieu. Omówione zostały podstawowe pojęcia teorii francuskiego socjologa, w tym *habitus* i prezentowana przez niego idea klasowej determinacji konsumpcji. Koncepcja ta we współczesnej socjologii jest podważana, a w każdym razie istotnie rewidowana. Jej oponenti wyrażają pogląd o „wszystkożerności” kulturowej konsumentów o wysokim statusie, w opozycji do stanowiska francuskiego socjologa, wyłożonego zwłaszcza w książce *Dystynkcja*, które podkreśla ekskluzywny charakter ich konsumpcji. Teza o „wszystkożerności” wyrosła z polemiki z Bourdieu. Jej pierwsi propagatorzy, z Richardem Petersonem na czele, w latach 90. XX wieku poddali empirycznej weryfikacji jego ustalenia. Wyniki tych badań doprowadziły do istotnej rewizji tez zawartych w słynnej książce francuskiego socjologa. Autor niniejszego artykułu podaje kolejne argumenty na rzecz „wszystkożerności” wysoko sytuowanych konsumentów, ilustrując ów pogląd zaczerpniętymi ze źródeł zastanych oraz własnych obserwacji przykładami.

Słowa kluczowe: Konsumpcja kulturowa, status, wszystkożerność, kapitał kulturowy

CULTURAL CONSUMPTION AS A STATUS MANIFESTATION. FROM CLASS DETERMINISM TO OMNIVOROUSNESS

Abstract

The paper examines consumption (especially cultural consumption) as a way of manifesting social status. The author derives from ideas of Pierre Bourdieu. He discusses the basic notions of his theory, including *habitus*, and presents his idea of class determination of consumption. This concept is contested or at least *revised* in contemporary sociology. His opponents claim that consumers of high status are culturally “omnivore”, in opposition to the position of the French sociologist expressed in his book “*Distinction*”, which emphasized the exclusive nature of their consumption. The thesis of the “omnivorousness” grew from the critical review of Bourdieu. Its early proponents, like Richard Peterson, in the 90s of the twentieth century have given empirical verification of findings of Bourdieu. The results of the research led to the substantial revision of theses stated in the famous book by French sociologist. The author of this paper provides further arguments in favor of “omnivorousness” of high status consumers, illustrating this concept with observed examples or cases obtained from desk research

Keywords: Cultural consumption, status, omnivorousness, cultural capital

Robert Rogoziński

Dr, adiunkt; Wydział Nauk Społecznych, Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa

Zakład Estetyki i Filozofii Kultury

Uniwersytet Gdański, Poland

e-mail: wnsrr@univ.gda.pl

KONSUMPCJA JAKO MIT SPOŁECZEŃSTWA POSTINDUSTRIALNEGO. O BAUDRILLARDOWSKIM POJĘCIU KONSUMPCJI

Streszczenie

Tekst jest analizą współczesnego pojęcia konsumpcji. Jego podstawą są rozważania Jeana Baudrillarda, wedle którego konsumpcja to zjawisko właściwe dla kultury postindustrialnej. Jego zdaniem konsumpcja to mit, wokół którego organizuje się społeczeństwo konsumpcyjne. Jako taka wyłoniła się ona w toku wielowiekowego procesu redukcji wymiany symbolicznej. Wraz z nastaniem epoki nowożytnej dochodzi do wyzwolenia znaków spod ograniczeń, jakie nakładała na nie wymiana symboliczna oraz wyzwolenia jednostek spod hierarchii właściwej dla feudalnej organizacji społecznej. Rodzi się epoka industrializm jako czasy nieograniczonej produkcji znaków i towarów. Baudrillard pokazuje, w jaki sposób w logikę towarową wpisuje się logika reprezentacji znakowej. Kreśląc analogię pomiędzy systemem znakowym i systemem towarowym, dochodzi do współczesnego pojęcia konsumpcji. Dokonuje tego krytykując podstawowe założenia myśli marksistowskiej. Marks nie dostrzega, że towary tworzą język, że towar w istocie jest znakiem i jako taki zawsze niesie ze sobą jakąś informację. Ideologia nie zawiera się w sferze nadbudowy, ale stanowi jądro produkcji i wymiany towarów. Jej sensem jest to, że niesie ona ze sobą kod, dzięki czemu towary tworzą dziś mniej lub bardziej spójny dyskurs, za pomocą którego komunikuje się ze sobą i wykląda samo siebie współczesne społeczeństwo postindustrialne.

Słowa kluczowe: konsumpcja, ideologia, mit, struktura, arbitralność, kod

CONSUMPTION AS A MYTH OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY. ON THE BAUDRILLARDIAN CONCEPT OF CONSUMPTION

Abstract

The text is an analysis of the contemporary notion of consumption. Its basis are Jean Baudrillard's considerations, according to which consumption is an appearance characteristic of postindustrial culture. Baudrillard claims that consumption is a myth which organizes consumer society. Consumption as such has emerged in the course of centuries-old process of reduction of symbolic exchange. As the modern era begins, signs are liberated from the symbolic limitations and liberation of the individual from feudal social order. Thus, the epoch of industrialism was born – tional logic of the sign is inscribed into the logic of commodities. He arrives at the contemporary concept of consumption by drawing an analogy between the system of signs and system of commodities. He has developed it by criticizing the basic presupposition of Marxist thought. Marks did not see that the system of market goods created the kind of language and that every commodity was in fact a sign which always bore some information. Ideology does not belong to the sphere of superstructure but it is kern of production and market exchange. Imposing the marked code is its sense, by virtue of which commodities create more or less coherent discourse, by the means of which the members of contemporary postindustrial society communicate with one another and interpret themselves.

Keywords: consumption, ideology, myth, structure, arbitrariness, code

Michał Cebula
Dr, Instytut Socjologii; michcebula@gmail.com.pl
Uniwersytet Wrocławski, Poland

DYSTYNKCJA NA SZKLANYM EKRANIE? TELEWIZJA, PRAKTYKI ODBIORCZE A STRUKTURA SPOŁECZNA

Streszczenie

W artykule autor rozważa, na ile telewizja jest polem praktyk dystynktywnych. Postawione zostaje pytanie, w jakim stopniu telewizyjny gust i praktyki korespondują z pozycjami zajmowanymi w strukturze społecznej. Telewizja może być traktowana jako element kultury masowej lub popularnej, jednakże oba ujęcia wydają się przyjmować założenie, iż praktyki odbiorcze tracą ugruntowanie w społecznej stratyfikacji. Artykuł odnosi się do bieżącej debaty nad adekwatnością klas społecznych do opisu życia społecznego. Bazując na danych ilościowych i jakościowych dotyczących preferowanych programów TV i gatunków, czasu spędzanego na oglądaniu telewizji i towarzyszących mu nawyków, wskazano, iż pozycja społeczna pozostaje ważnym czynnikiem wyjaśniającym zmienność praktyk odbiorczych. Bliższa analiza ujawnia, że ilość oglądanej telewizji zależy nie tylko od pozycji społecznej i wieku ale także od dostępu do sieci i kapitału społecznego, co sugeruje, iż telewizja może rekompensować deficyty w kontaktach społecznych. Ponadto wybór programów i gatunków telewizyjnych wiąże się z ugruntowanymi klasowo dyspozycjami i orientacjami. Publiczność z „dolnych” rejonów przestrzeni społecznej poszukuje treści „realistycznych” i emocjonalnych oraz traktuje telewizję jako „towarzysza” życia (telewizja strukturyzuje życie codzienne), podczas gdy użytkownicy mediów z wyższych warstw społecznych są zorientowani bardziej „kulturalnie” i instrumentalnie. Wyniki potwierdzają tezę, iż społeczna sytuacja widzów pozostaje w relacji z ich praktykami kulturowymi, nawet jeśli praktyki są „zwyczajne” i mają miejsce w sferze prywatnej.

Słowa kluczowe: oglądanie telewizji, kultura popularna, kultura masowa, dystynkcja, klasa społeczna, gust

DISTINCTION ON THE TV SCREEN? TELEVISION, VIEWING PRACTICES AND SOCIAL STRUCTURE

Abstract

This article examines the respects in which television operates as the site for practices of distinction. It raises a question to what extent our television tastes and practices correspond to the positions we occupy in the social structure? Television can be framed as mass as well as popular culture, but both approaches seem to share an underlying assumption that television viewing practices are losing their grounding in social stratification. The paper refers to current debate on the relevance of social classes to a description of present social life. Drawing on quantitative and qualitative data relating to preferred TV-programmes and genres, time spent on watching television and habits accompanying it, it is argued that social position remains an important factor explaining the variability of viewing practices. A closer analysis reveals that the amount of television viewing depends not only on social position and age but also on an access to social networks/capital, suggesting that television may compensate for deficiencies in social contacts. Additionally, the choice of programs and TV genres reveals different class-based dispositions and orientations. Downscale audiences seek “realistic”, emotional TV fare and treat television as a companionship (television structures their everyday life) while upscale users of the media are more culturally and instrumentally oriented. The results support the contention that social background of viewers remains linked to cultural practices, even if the practices under study are “ordinary” and take place in private environment.

Keywords: television watching, popular culture, mass culture, distinction, social class, taste

Ziemowit Socha

Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu

Uniwersytet Wrocławski, Poland

Mgr, doktorant; e-mail: ziemowit.socha@uni.wroc.pl

e-mail: ziemowit.socha@wsb.bydgoszcz.pl

KONDYCJA SOCJOLOGII MUZYKI W POLSCE. PRZESZŁOŚĆ, TERAŹNIEJSZOŚĆ I PERSPEKTYWY

Streszczenie

Podstawowym celem tekstu jest prezentacja i próba klasyfikacji dorobku socjologii muzyki w Polsce na tle socjologii. Ponadto tekst ma na celu przyjrzenie się prawidłowościom jej rozwoju oraz podjęcie próby wyjaśnienia przyczyn aktualnego stanu rzeczy. Omówione zostały zastane w literaturze diagnozy kondycji socjologii muzyki, kontakty i obecność międzynarodowa badaczy, ich więzi i platformy dyskusji oraz prowadzenie dydaktyki. Informacje zawarte w niniejszym tekście są efektem ponad dwuletnich badań, na które złożyły się pogłębione kwerendy biblioteczne, analizy zebranych tekstów oraz seria wywiadów z badaczami. Do podsumowania sytuacji socjologii muzyki w Polsce wykorzystano krążeniowy model B. Latoura.

Słowa kluczowe: socjologia muzyki, socjologia w Polsce, historia socjologii, socjologia wiedzy, metasocjologia

THE CONDITION OF THE SOCIOLOGY OF MUSIC IN POLAND. PAST, PRESENT AND PERSPECTIVES

Abstract

First aim of a text is to present the state of sociology of music in Poland in the context of development of sociology in Poland. Second, is to interpret it in sociological terms and attempt to explain mentioned underdevelopment's reasons. The text is summary of library queries, publication analysis and conducted by the author interviews with 25 researchers. There has been applied a model of idea circulation in science from Bruno Latour's work to review and explain the situation of sociology of music in Poland.

Keywords: sociology of music, sociology in Poland, actor-network theory (ANT), sociology of knowledge, new history of sociology, anthropology of science

Patryk Gałuszka
Dr, adiunkt, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny,
Instytut Ekonomii, Katedra Funkcjonowania Gospodarki
Uniwersytet Łódzki, Poland
e-mail: galuszka@uni.lodz.pl
Uniwersytet Łódzki, Poland

**NOWE NURTY BADAWCZE W STUDIACH NAD MUZYKĄ POPULARNĄ
– PRZEGLĄD WYBRANYCH KONCEPCJI**

Streszczenie

W artykule dokonano przeglądu wybranych koncepcji wykorzystywanych przez badaczy z kręgu studiów nad muzyką popularną. Cechą wspólną tych koncepcji jest wykorzystywanie lub nawiązywanie do dorobku socjologii. Ukazane są takie obszary badań, jak: studia nad fanami, koncepcja produkcji kultury, koncepcja scen muzycznych, koncepcja pola produkcji kulturowej oraz koncepcja neoplemion. Prezentacja tych koncepcji stanowi głos w dyskusji nad rozwojem socjologii muzyki w Polsce.

Słowa kluczowe: studia nad muzyką popularną, socjologia muzyki, sceny muzyczne, fani, pole produkcji kulturalnej, neoplemiona

**NEW RESEARCH TRENDS IN POPULAR MUSIC STUDIES
– REVIEW OF SELECTED CONCEPTS**

Abstract

The paper analyzes selected concepts used by researchers in the field of popular music studies. All these concepts draw on works conducted by sociologists. The following concepts are discussed: fan studies, production of culture, music scenes, field of cultural production, neo-tribes. Discussion of these concepts is followed by a call for their wider implementation by Polish researchers working in the field of sociology of music.

Keywords: Popular music studies, sociology of music, music scenes, fans, field of cultural production, neo-tribes

Barbara Jabłońska
Dr, adiunkt, Instytut Socjologii
Uniwersytet Jagielloński, Poland
e-mail: b.jablonska@uj.edu.pl

DYSKURS O MUZYCE NA PRZYKŁADZIE XVI MIĘDZYNARODOWEGO KONKURSU CHOPINOWSKIEGO

Streszczenie

Celem tekstu jest przedstawienie wielowymiarowego charakteru dyskusji nad finałem XVI Międzynarodowego Konkursu Chopinowskiego (Warszawa 2010). Osią analizy jest ukazanie specyfiki i dynamiki dyskursu o muzyce na wybranym przykładzie. Główne kwestie, jakie podniesione zostały w tekście, dotyczą takich zagadnień, jak tworzenie dyskursu o muzyce przez elity, media i publiczność w procesie negocjowania znaczeń, jak również stosowanie różnorodnych strategii dyskursywnych służących wyznaczaniu wartości wykonawstwa muzycznego. W tekście poruszone zostały w szczególności kwestie odnoszące się do performatywnego wymiaru komunikacji i dystrybucji kapitału symbolicznego w obrębie sfery publicznej. Całości rozważań przyświeca założenie o istotności komunikacji medialnej dotyczącej muzyki oraz pamięci muzycznej w życiu muzycznym społeczeństw.

Słowa kluczowe: dyskurs, muzyka, konkurs pianistyczny, sfera publiczna, media

DISCOURSE ON MUSIC: THE CASE OF THE 16TH INTERNATIONAL FRYDERYK CHOPIN PIANO COMPETITION

Abstract

The aim of the text is to elaborate the discursive aspects of cultural communication, taking into account the case of 16th International Fryderyk Chopin Piano Competition (Warsaw 2010). The focal point of the analysis is the nature and dynamics of public discourse on music. The crucial questions are: how symbolic elites, media and public - involved in the process of communication in public sphere – create discourse on music and music taste; how do they use strategies of argumentation and negotiate the value of musical performance; what are the performative aspects of communication (distribution of symbolic capital); what is the nature of contemporary media communication on cultural events (crucial role of multimedia).

Keywords: Discourse, music, piano competition, public sphere, media

Vyatcheslav P. Stolbov
Chemical and Technological State University
Ivanovo, Russia
e-mail: stolbov@isuct.ru

CONFESSIONAL PROCESSES IN RUSSIA: FROM ATHEISM TO RELIGIOUS PLURALISM

Summary

Modern Russian society is undergoing a transition from a paradigm of communistic ideology to an ideology which gives prominent recognition to historical national spiritual institutes. The multi-religious state is entering into the world arena, democratic in its religious aspect. The legal basis of this process are the provisions of the Constitution of the Russian Federation, the Civil code of the country, and the law "Concerning Freedom of Worship and Religious Associations", as well as the regulations adopted in territorial units of the Russian Federation. Russian society includes more than sixty faiths in its religious space, the tasks and functions of which are connected with the need for spiritual education of members of society, elimination of contradictions between ethnic cultures and values, and the formation of a tolerant society. The general trend is toward the revival of religion, its organizations and associations, and a gradual release from dogmatism in world views, as well as the formation of democratic principles corresponding to the functioning of a civil society.

Keywords: Russia, religiosity, religious faiths, social transformation

PROCESY PRZEMIAN WYZNANIOWYCH W ROSJI: OD ATEIZMU DO RELIGIJNEGO PLURALIZMU

Streszczenie

Współczesne społeczeństwo rosyjskie przechodzi przemiany świadomości społecznej od paradygmatu ideologii komunistycznej do ideologii głęboko zakorzenionej w tradycyjnych narodowych instytucjach sfery duchowej. Heterogeniczne pod względem religijnym państwo wprowadza demokratyczne zmiany w wymiarze światopoglądowym. Podstawą prawną tego procesu są postanowienia Konstytucji Federacji Rosyjskiej, prawo „Swobodnego zrzeszania się i stowarzyszeń religijnych”, jak również regulacje przyjęte przez podstawowe jednostki administracji terytorialnej Federacji Rosyjskiej. Aktualnie w społeczeństwie rosyjskim istnieje ponad sześćdziesiąt wyznań religijnych, których zadania i funkcje skoncentrowane są na potrzebach duchowej edukacji, eliminacji napięć pomiędzy różnymi kulturami i systemami wartości i kształtowaniu tolerancyjnego społeczeństwa. Obserwujemy generalny trend w kierunku odnowy religii z jej organizacjami i stowarzyszeniami oraz stopniowe odchodzenie od dogmatyzmu i formowanie demokratycznych zasad korespondujących z funkcjonowaniem społeczeństwa obywatelskiego.

Słowa kluczowe: Rosja, religijność, wyznania religijne, społeczna transformacja