

С. М. Алейникова

**РЕЛИГИОЗНЫЙ ФАКТОР
В СОВРЕМЕННОМ
ПОЛИТИЧЕСКОМ МАРКЕТИНГЕ**

**Минск
2018**

УДК: 322+323.23+324

ББК: 66.3

А 46

Рецензенты:

Васильчук Е.О. – доцент кафедры истории Украины и общественных дисциплин, Черкасского государственного технологического университета, вице-президент Благотворительного фонда «Шит Отечества», доктор политических наук.

Земляков Л.Е. – профессор кафедры политологии БГУ, доктор политических наук, профессор.

Кизима С.А. – заведующий кафедрой международных отношений Академии управления при Президенте Республики Беларусь, доктор политических наук, профессор

Алейникова, С.М.

А 46 Религиозный фактор в современном политическом маркетинге: монография / С.М. Алейникова. – Минск: 2018. –

ISBN

Монография посвящена понятию политического маркетинга и месту в нём религии. Политический маркетинг рассматривается не только в узком контексте избирательных технологий, но и в качестве одного из инструментов внешней политики, обеспечения национальной безопасности и социальной стабильности общества.

Работа адресована политологам, социологам, аспирантам, преподавателям и научным работникам, специалистам, а также всем, кто интересуется политическими процессами в современном мире

УДК: 322+323.23+324

ББК: 66.3

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ: СУЩНОСТЬ, ПЕРЕДПОСЫЛКИ, ТЕХНОЛОГИИ	6
1.1. Понятие политического маркетинга в современной научной литературе	7
1.2. Факторы и предпосылки развития политического маркетинга на постсоветском пространстве.....	23
1.3. Технологии политического маркетинга: ключевые признаки и основания классификации	34
1.4. Политический маркетинг и «мягкая сила»	48
2. РЕЛИГИЯ И ПОЛИТИКА	61
2.1. Антирелигиозная пропаганда как инструмент политического маркетинга в СССР	62
2.2. Религиозный фактор и политические процессы: обзор белорусских диссертационных исследований	74
2.3. Религиозный фактор в политическом управлении: международный опыт	84
2.4. Технология формирования имиджа Беларуси и России в Докладе Госдепартамента США о соблюдении религиозной свободы	97
3. РУССКАЯ ПРАВОСЛАВНАЯ ЦЕРКОВЬ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЗИРОВАННОМ МИРЕ	104
3.1. Конфессиональная риторика как инструмент политического влияния	105
3.2. «Духовность–Основы православной культуры (ОПК)–Светскость» как идеологический тренд	113
3.3. «Битва прошлых»: модели замещения и конструирования памяти.....	128
3.4. Специфика и основные проблемы религиозного измерения интеграционных процессов	138
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	156
Список цитируемых источников	158

ВВЕДЕНИЕ

Понятие политического маркетинга (далее – ПМ) введено в научный оборот американскими учеными в середине XX века. Однако одним из первых значимых трудов в данной сфере можно обоснованно считать «Государь» Н. Макиавелли¹. Именно этот труд представлял собой не столько систематизацию общих сведений и представлений о государстве и власти, сколько принципов, конкретных инструментов и методов политического управления. В дальнейшем теории и концепции ПМ развивались, уточнялись, приобретали некоторую национальную специфику и в значительной степени прикладной характер.

¹ Обращение и отсылки в русскоязычном сегменте исследований к античным истокам ПМ представляются дискуссионными, учитывая скорее онтологический характер рассмотрения античными мыслителями государства, политики, политической власти и т.п. категорий и явлений. Идеальное государство Платона и Аристотеля, возглавляемое аристократами, военными либо правителями-философами, представляет собой идеализированный образ, но даже не модель, поскольку описывает главным образом идеальную структуру, почти не включая в себя динамичных элементов (мотивов и обусловленных ими взаимосвязей, отношений, взаимодействий и др.). С большим основанием к прообразам ПМ можно отнести работы древнекитайских мыслителей – Конфуция, Мо-цзы, Сюнь-цзы, а также древнеиндийскую «Артхашастру» и своды законов. Отличительной чертой древневосточных, особенно древнекитайских, трактатов на тему государства и власти является то, что в них нет погружения в абстракцию и недостижимый идеал-утопию, свойственную европейской философско-политической и религиозной христианской традиции. В современном понимании в указанных источниках содержатся прямые рекомендации по управлению страной, поддержанию положительного имиджа неизменно мудрой и справедливой власти, выстраиванию отношений с подчиненными, народом, основанных не на насилии и принуждении, а убеждении, мотивации. Они ориентированы на совершенствование настоящего – уже сложившихся и функционирующих механизмов и отношений.

Несмотря на все многообразие существующих парадигм и концепций, общим в них является то, что ПМ рассматривается как способ направленного воздействия на политический процесс. Данное воздействие осуществляется через выявление и формирование, в первую очередь, побудительных мотивов, удовлетворение политического спроса целевой аудитории: той или иной группы либо слоя общества. Обращение к человеку как высшей ценности государства, его интересам и потребностям, даёт основание рассматривать ПМ не только в узком контексте избирательных технологий, но и в качестве одного из инструментов обеспечения национальной безопасности, формирования позитивного имиджа страны на международной арене.

Актуальным направлением в современном ПМ является изучение влияния религиозного фактора на политические процессы. Роль религии в современном обществе обуславливается всем историческим путем его развития и зависит от множества предпосылок: социального и правового статуса конфессий, особенностей межконфессиональных отношений; уровня религиозности, укоренённости в общественном сознании религиозных норм, ценностей и традиций; степени их влияния на поведение людей и политическую консолидацию общества и многих других.

В настоящее время большинство населения стран постсоветского пространства соотносит себя с какой-либо из конфессий. Соответственно религиозные организации, выступая выразителем мнений и ожиданий значительной части населения, прямо или опосредованно включены в политический процесс. Однако в современном секулярном обществе конфессиональная принадлежность в большей степени характеризуется включенностью индивида не столько в религиозную, сколько в более широкую социокультурную традицию. Как показывает практика, данная противоречивость не всегда в полной мере учитывается при разработке тех или иных стратегий и технологий ПМ. Это может иметь следствием разрыв между спросом и предложением, ожиданиями и результатами действия, т.е. их неэффективность.

Включение религиозного фактора в орбиту ПМ позволяет учесть те глубинные основания политического развития общества, которые способствуют преемственности его традиций и ценностей, социальному миру и стабильности.

1 ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ: СУЩНОСТЬ, ПРЕДПОСЫЛКИ, ТЕХНОЛОГИИ

В подавляющем большинстве научных работ сочетается несколько подходов к пониманию природы и функций ПМ, что обуславливает как теоретико-методологическое многообразие, так и значительный терминологический разброс. Подобная множественность связана с историческими предпосылками, национальной спецификой развития политических систем, сформировавшими в итоге различные направления ПМ. Данные различия, однако, во многом условны и рассматриваются преимущественно в теоретической плоскости. В практическом плане основной вектор исследований связан с изучением особенностей действия и применения инструментов ПМ, т.е. его функциональным потенциалом.

В этой связи основное внимание в главе будет уделено, во-первых, определению рамок понятия ПМ в современной научной литературе. Во-вторых, раскрытию факторов и предпосылок, обусловивших распространение ПМ на постсоветском пространстве. В-третьих, выявлению ключевых признаков, функций и оснований классификации технологий ПМ, включая инструменты «мягкой силы».

1.1. Понятие политического маркетинга в современной научной литературе

Предметное поле ПМ включает в себя широкий круг вопросов от «коррекции поведенческих моделей» [154, с. 19] до «архетипического маркетинга» [306, с. 36], формирования сознания и способа мышления. Вместе с тем, наиболее распространенным и в некоторой степени стереотипным подходом является рассмотрение ПМ в узком контексте формирования электоральных предпочтений и обеспечения желаемого поведения избирателей, что более точно было бы определить как «электоральный менеджмент» [152, с. 7].

Отождествление политической системы с рынком, а политических программ, идеологий и партий с товаром упрощает исследовательские задачи, поскольку сводится к понятиям, уже получившим детальную теоретическую разработку: обмен, товар, спрос, продукт. Значительно меньше внимания в научной литературе уделяется ПМ как системе субъектно-субъектных связей и отношений, элементу политического управления и обеспечения национальной безопасности государства, т.е. не экономическому или более узкому рыночному, а политологическому или социологическому ракурсу [2; 25, с. 10; 133, с. 169].

Связаны подобные исследовательские интенции с введением в 1956 г. американским ученым С. Келли в научный оборот самого термина ПМ («political marketing») применительно к анализу избирательных кампаний в США. В дальнейшем заданная С. Келли исследовательская предпосылка не претерпела существенных изменений. В настоящее время Американская ассоциация маркетинга определяет ПМ как «маркетинг, который применяется для воздействия на целевую аудиторию таким образом, чтобы она проголосовала за конкретного кандидата, партию или предложение». Данное определение согласуется с понятием коммерческого маркетинга, представляющим собой «деятельность, набор институтов и процессов для создания, общения, продвижения и обмена предложениями, которые имеют значение для заказчиков, клиентов, партнеров и общества в целом» [313]. Общим в приведенных определениях оказывается рассмотрение любого вида маркетинга как набора инструментов для воздействия на конкретную аудиторию с целью обеспечения нужного её поведения.

«Электоральный» подход к ПМ оказался востребован и получил широкое развитие в Европе, поскольку отвечал многовеко-

вым традициям политической борьбы и всей сложившейся в ходе исторического развития европейской системе представительной демократии. Так, М. Богран определил ПМ как «совокупность технических приемов, используемых для того, чтобы вывести конкретного кандидата на его потенциальный электорат; сделать этого кандидата известным максимальному числу избирателей (как всем вместе, так и каждому в отдельности); обозначить разницу между ним и его конкурентами; используя минимум средств, завоевать в ходе избирательной кампании необходимое число голосов» [149, с. 119]. Характеризуясь прикладной направленностью, объективно данный подход ориентирован скорее на манипуляцию общественным сознанием, нежели выявление и учёт реальных нужд и потребностей избирателей, которые становятся инструментом, но не целью ПМ.

Ф. Котлер, С. Леви, С. Ханнеберг и др. основоположники общей теории маркетинга трактовали данное понятие более широко, не сводя его исключительно к рыночным отношениям: «Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение потребностей путем обмена» [119, с. 9]. Ключевыми в приведенном определении Ф. Котлера становятся категории «потребностей» и «обмена», но не «рынка». Рынок является вторичной по отношению к потребностям и обмену институциональной надстройкой, закрепляющей уже сложившиеся в данной сфере отношения.

Приоритет указанных ключевых признаков в значительной степени определяет, во-первых, эффективность и функциональный потенциал любого вида маркетинга, включая ПМ. Эффективность ПМ зависит, в первую очередь, от постановки проблемы и лишь вслед за этим целей и задач политического управления. Во-вторых, выбор инструментария: того или иного вида технологий, инструментов и методов воздействия на политический процесс, адекватных поставленным целям. В-третьих, дифференциацию самого ПМ относительно целей, институциональной структуры, сферы применения и соответственно – основных теоретико-методологических подходов к его изучению.

В частности, Д. Линдон одним из первых дифференцировал понятия электорального маркетинга и ПМ, рассматривая избирательные технологии лишь как часть ПМ. Под ПМ, в свою очередь, Д. Линдон понимал «совокупность теорий и методов, которыми могут пользоваться политические организации и публичная

власть для определения своих целей и программ и для одновременного воздействия на поведение граждан... Электоральный маркетинг в строгом смысле слова есть лишь часть политического маркетинга, имеющая более узкую цель: помочь политическим партиям и кандидатам разработать концепцию эффективной избирательной кампании и осуществить ее» [63, с. 13]. Очевидно, что основаниями дифференциации в данном случае выступают уровни изучения: общий (концептуальный, теоретико-методологический) и прикладной (инструментальный). Электоральный маркетинг при этом становится одним из инструментов реализации ПМ.

Что касается русскоязычного сегмента научных исследований, то в нем присутствует достаточно широкий спектр разноплановых и многозначных характеристик ПМ: «система» [25; 93], «технология» [166; 189], «феномен» [7], «процесс», «философия» [100], «концепция» [154], «социальная практика», «функция» [166], «теория» [7], «партнерство» [122], «стратегия», «политическая практика» [165] и др. Определения, в которых присутствуют те или иные уточнения содержательного характера, свидетельствуют о преобладании прикладного понимания ПМ.

Согласно данным определениям, ПМ это: совокупность технических приемов [256; 257, с. 10]; наука и искусство управления рынком властных ресурсов [258, с. 155]; способ воздействия на массовое поведение [56, с. 15]; теории управления поведенческой моделью голосования [193, с. 285]; технологии подготовки и проведения избирательных кампаний [100, с. 6]; разновидность политических технологий [299, с. 146]; средство политической мобилизации [264, с. 9]; рациональное руководство отношений между партией, кандидатом и избирателями [163, с. 106], концепция регулирования политического рынка [194, с. 96] и др. Обращает на себя внимание то, что большинство из приведенных определений так или иначе ориентированы на обеспечение нужного поведения субъектов политической системы. Различие состоит в целевых функциях и сфере его реализации, что обуславливает структурирование авторами и самого ПМ.

С прикладным пониманием ПМ как инструмента технологизации избирательных процессов согласуется позиция О.И. Бородина [25], В.А. Гончарук [64], М.Л. Гунаре, М.С. Егоровой [83], Ф.Н. Ильсова [92; 93], М.М. Кислякова [99; 100; 101], В.Д. Нечаева [170], С.К. Парамоновой [189], Д.В. Покрищук [193],

Ю.П. Тома [269], Ю.В. Тюленевой [271], Д.А. Хабибова [282], В.Е. Шинкевича [299] и многих других исследователей. Как правило, в научных работах две формулировки ПМ: «электоральный» и «избирательный» используются в качестве синонимичных. «Избирательный» маркетинг подразумевает избирательный процесс, порядок и процедуру выборов. Понятие «электоральный», помимо непосредственно процедуры выборов, охватывает более широкий спектр вопросов, предполагая изучение избирательных групп (электората), их социально-демографических характеристик, методов воздействия, особенностей мотивации, предпочтений и поведения и т.п. В этой связи в дальнейшем в тексте будет применяться термин «электоральный маркетинг» как более соответствующий предмету изучения.

И.Ф. Ильясов дифференцирует понятия ПМ и «маркетинга политического лидера». В определении Ф.Н. Ильясова ПМ – это «основанная на изучении избирателей система “личностного” (“создание” и выдвижение кандидатов), “программного” (разработка программных, идеологических и др. документов) и информационного (реклама, паблик рилейшнз) воздействия на избирателей с целью получения власти». Маркетинг политического лидера, в свою очередь, – это «система оптимизации значимых характеристик кандидата и информационного воздействия на целевую аудиторию» [93, с. 10]. Главным основанием дифференциации того или иного вида ПМ выступает постановка цели: «получение власти» либо «получение максимального числа голосов». Следует заметить, что собственно целью, по сути, является «получение власти». Получение необходимых голосов выступает в данном случае не целью, а инструментом её достижения.

Помимо дифференциации целей, в качестве одного из основных отличий ПМ от других видов маркетинга подчеркивается его некоммерческий характер, обусловленный целями ПМ. Ставя своими задачами получение не денежной прибыли, а необходимой поддержки действий политической власти, ПМ предстает как «деятельность, направленная на создание, поддержание или изменение поведения людей в отношении конкретных политических лидеров, организаций, идей общественного значения, направленности развития государства в целом» [1, с. 75]. Цели и задачи ПМ при этом в значительной степени определяют характер взаимодействия и состав его субъектов, основания дифференциации которых разнятся в зависимости от вида и направления их деятельности.

В качестве оснований дифференциации субъектов в различных подходах выступают категории рынка (дистрибьюторы, потребители и др.), сфера политической деятельности (кандидат, избиратель и др.), функции политической деятельности (политические программы, идеологии, партии и др.), объект воздействия (группы, слои и др.) и ряд других. Так, Ф.Н. Ильясов определяет две группы субъектов взаимодействия: элиты и массы. ПМ рассматривается как прикладная отрасль, содержание которой состоит в «управлении и регулировании политического поведения масс в нужном для элит направлении» [93, с. 8]. Вместе с тем, деление субъектов на две основные группы: элиты и массы, в большей степени является статусным, нежели функциональным.

По мнению С.К. Парамоновой, ПМ – это «система изучения структуры политического спроса и технология влияния на политическое сознание и поведение электората, формирование у него определенных потребностей и предпочтений с целью завоевания и удержания политической власти» [189, с. 9]. Одной из ключевых составляющих ПМ в приведенном определении выступает не столько изучение спроса, сколько формирование потребностей как основы мотивации ожидаемого поведения электората. Соответственно систему ПМ образуют группы многочисленных взаимодействующих субъектов, значительно различающихся по своим целям и функциям: «субъекты маркетинговой деятельности (политические лидеры, элиты, партийные структуры, государственные органы); объекты маркетинговой деятельности (граждане, избиратели, адресные группы); посредники (аппарат, штаб, экспертно-консалтинговые структуры); дистрибьюторы (группы поддержки, добровольные помощники); конкуренты (политические оппоненты, соперники по избирательной кампании)» [189, с. 15]. При всем своем многообразии данная система субъектов взаимодействия в большей степени ориентирована на продвижение готового продукта на политическом рынке (партии, программы, кандидата и т.п.), нежели формирование потребности в нём (спроса).

О.И. Бородин акцентирует внимание на социологическом измерении ПМ, основу которого составляют потребности и, как следствие, – деятельность субъектов политической системы по поводу их удовлетворения. Потребности, однако, также нельзя назвать первичным фактором, поскольку конечной целью ПМ является формирование только тех потребностей, которые могут быть конвертированы в политический продукт, востребованный

в обществе: «политических запросов и ожиданий, удовлетворение которых призвано влиять на поведение и ориентиры граждан» [25, с. 10]. Кроме этого, О.И. Бородин определяет ПМ как «систему воздействия на сознание и поведение избирателей», а также «процесс, строящийся на определении целевых взаимоотношений кандидата и избирателя» [25, с. 11–12]. Включая в себя как функции («воздействие на сознание и поведение»), так и конкретные инструменты их реализации («определение целевых взаимоотношений»), приведенные определения представляют интерес расстановкой иерархии и характера социального взаимодействия субъектов.

С одной стороны, в контексте приведенных определений можно говорить о субъект-субъектных отношениях, предполагающих осуществление социального взаимодействия. Основной принцип социального взаимодействия заключается во взаимобусловленности социальных действий, их обмене, реализации своих социальных ролей и наличии «обратной связи» между субъектами отношений «кандидат–избиратель». С другой стороны, очевидно выстраивание субъект-объектного типа отношений, в большей степени соответствующего узкому, прикладному пониманию ПМ, при котором субъектом адресного воздействия является кандидат, а объектом – избиратель. Подобные отношения более обоснованно было бы определить как манипулятивные, поскольку они не предполагают полноценного обмена, наличия «обратной связи» и, как правило, характеризуются низким уровнем межсубъектного взаимодействия. В этой связи тезис об определении целевых взаимоотношений кандидата и избирателя представляется дискуссионным.

Субъект-субъектный тип отношений также характерен для мобилизационного маркетинга, главной задачей которого становится мобилизация масс для достижения поставленных целей [266, с. 186]. Некоторые авторы оценивают мобилизационный ПМ как один из основных на постсоветском пространстве: «Логика российского политического маркетинга является мобилизационной по своему формату» [100, с. 7]. Предполагая в идеале обменный характер, на практике ПМ, как правило, сводится к мобилизационным технологиям, т.е. в большей степени пока решает не стратегические, а тактические задачи. Поэтому основное направление развития ПМ должно заключаться в обеспечении перехода от экстенсивного, мобилизационного, по своей сути,

формата, к постепенному формированию у своих заказчиков (политических акторов) понятия о необходимости основанного на доверии к политическим институтам, действий на благо общественного прогресса» [267, с. 18–19]. По сути, речь идет о разграничении по целям и области применения ситуационного (или мобилизационного) и стратегического ПМ.

А.Е. Шинкаренко выделяет четыре разновидности ПМ: электоральный маркетинг, маркетинг политических процессов, политико-административный и государственный маркетинг [298, с. 234–235]. Акцентируя внимание на электоральном маркетинге, А.Е. Шинкаренко указывает на его мобилизационно-манипулятивный характер как инструмента регулирования электорального рынка. Различиями между данными разновидностями являются их целевые функции и соответственно – объекты и субъекты отношений. В качестве иллюстрации данного подхода можно привести еще одно определение ПМ как «совокупности приемов и способов производства и реализации политических услуг, удовлетворения спроса на них» [294, с. 329].

В рамках субъект-объектной схемы отношений, на первый взгляд, трактует ПМ и Ю.В. Тюленева, рассматривая его как «систему мероприятий, направленных на изучение деятельности в политическом пространстве политических субъектов (политических партий, политических лидеров, государства) и объектов (социальных групп, граждан)» [271, с. 14]. Деятельность субъектов ПМ также предполагает целевое воздействие на объекты, предусматривая «создание устойчивых политических образов (имиджей, брендов), повышение политической активности и нейтрализации конкурентов» [271, с. 6]. В то же время введение в ПМ понятий бренда и имиджа, выходящих за рамки избирательных кампаний, значительно расширяет сферу его применения, существенно изменяя также и схемы межсубъектного взаимодействия. Это требует уточнений указанных понятий в контексте маркетингового подхода.

Так, М.А. Коломенский разделяет категории «образа», «имиджа» и «бренда». Образ представляет собой идеальную форму, складывающуюся стихийно, в процессе исторического развития и становится одним из ключевых маркеров не только электоральной принадлежности группы, но также идентификации, социализации, инкультурации и т.п. социокультурных процессов. Имидж формируется, т.е. является продуктом целенаправленного кон-

струирования. Бренд, в свою очередь, становится «символическим выражением имиджа» [106, с. 15–16] и по содержанию приближен к рыночным категориям, т.е. рассматривается как товар (продукт), ориентированный на продажу. Что касается его функционального наполнения, то если изначально «политический бренд создавался для управления решениями электората, то теперь появилась обратная связь: политический бренд несет в себе определенную модель принятия решений, новый образ жизни». Политический бренд «формируется сам и формирует все уровни социума» [85, с. 8–9]. Подобное разграничение понятий имиджа и бренда согласуется с позицией Н.Г. Щербининой, определяющей имидж как «искусственно сконструированный образ» [306, с. 36]. Наиболее же эффективным, дающим эффект брендинга, является конструирование имиджа, основанного на архетипе.

Фактически на целевом применении стереотипов, архетипов и других устойчивых представлений строится не только тот или иной вид брендинга, но и формируется большинство видов коллективной идентичности [289, с. 12]. Поэтому еще одним аспектом ПМ является его рассмотрение как способа изучения и организации знаково-символического взаимодействия. Подобные взаимодействия, основанные на символе или архетипе, «начинают изначально производиться как товар» [97, с. 22] и, следовательно, могут быть включены в рамки ПМ. Основным продуктом ПМ в таком случае становится символ, задающий рамки как политического мышления, ментальности, архетипа, так и поведения [306, с. 21].

Примером применения ПМ, в частности, в российском обществе, становятся многочисленные акции, которые обоснованно рассматривать не в качестве отдельных, внутренних событий религиозной и политической жизни, а как инструменты воздействия на общественное сознание и избирательный процесс. К подобным инструментам можно отнести религиозные мероприятия, приуроченные к определенным политическим событиям, – как правило, выборам. В их число входят крестные ходы, молебны, встречи ведущих политических лидеров с представителями религиозных организаций и др.

Обращение исследователей к тематике создания устойчивых образов и символов дает основание рассматривать ПМ не только в рамках обмена, товара, предложения и других рыночных категорий, но и в более широком ракурсе социального

конструирования, управления социальными системами и международными политическими процессами. Учитывая многоаспектность ПМ даже в рамках узкого «электорального» подхода, наиболее обоснованным представляется расширительный подход к ПМ, предполагающий не рассогласование либо конфликт различных видов, целей, задач, функций и схем взаимодействия, а их сочетание и взаимодополнение. Согласно данному подходу, ПМ условно можно разделить на электоральный и государственный (национальный) маркетинг [278, с. 64]. Государственный ПМ предполагает максимально широкий спектр применения, поскольку «включает политико-административный маркетинг, маркетинг социально-значимых целей государства, маркетинг территориального управления» [271, с. 16].

Разновидностью государственного ПМ выступает региональный ПМ, основные положения которого представлены в работах М.М. Кислякова, А.Ю. Кузенковой [124], Ю.П. Тома [269] и др. исследователей. Предмет регионального ПМ неоднороден, сочетая два основных направления. Первое направление предусматривает изучение всей совокупности субъектов и взаимодействий политических процессов в привязке к конкретной территории: стране, региону, административно-территориальной единице. Региональный ПМ при этом «развивается в рамках общегосударственного политического маркетинга» [100, с. 7] и представляет собой не столько ПМ, сколько политический менеджмент. По мнению авторов, данный вид маркетинга позволяет изменить политическое поведение и менталитет граждан региона, обеспечить переход от императивных к мотивирующим методам управления [100, с. 4]. Второе направление подразумевает непосредственно региональный брендинг: продвижение на международном либо национальном уровне того или иного региона как товара. Целями такого продвижения, в зависимости от приоритетов национальной политики, становятся привлечение в регион инвестиций, человеческих ресурсов, экономическое сотрудничество, развитие туризма и др.

Основным различием между указанными направлениями является то, что первое ориентировано на повышение эффективности управления и расширение политического участия населения в границах региона (внутренняя функция). Задачей второго выступает международное представительство либо участие (внешняя функция). Различия в задачах и функциях обуславливают

значительную дифференциацию и в прикладной части: инструментах и методах их реализации. Если основу регионального ПМ составляют «технологии политического действия, сбор информации о политической ситуации, выявление проблем, формулирование целей и задач политического действия» [269, с. 301], то региональный брендинг предусматривает более широкий перечень методов, включая влияние через неполитические институты, системы оценок и индексов, инструменты «мягкой силы» и др.

ПМ при таком подходе представляет собой специфическое средство моделирования политических, культурно-цивилизационных процессов в обществе [133, с. 170] и, по мнению некоторых авторов, «сводится к моделированию действительности через выявление зависимых и независимых переменных» [123, с. 139]. Следует в этой связи отметить, что в русскоязычных научных источниках ПМ все чаще рассматривается как форма организации политического пространства, что, учитывая основные характеристики последнего, позволяет объединить оба направления регионального ПМ.

В качестве примера такого подхода можно привести определение М.М. Кислякова, согласно которому региональный ПМ – это «открытая неравновесная система, взаимодействующая с другими открытыми неравновесными системами, в частности, региональным социально-политическим пространством, региональным политическим рынком и получающая развитие с присутствующими для этих систем процессами и принципами: принципом открытости, неравновесности, нелинейности, необратимости, направлена на совершенствование региональной политической системы» [101, с. 7]. Приведенное определение охватывает весь спектр целей и задач ПМ как в контексте региональной политики, так и развития международных отношений. Поэтому, рассматривая региональный ПМ в качестве сложной системы, М.М. Кисляков увязывает его в первую очередь с институциональным развитием межрегионального взаимодействия [99, с. 100–101]. Сам же ПМ представляется максимально широко, включая в себя, помимо инструментов реализации, философские основания: «как философия политического поведения, как теория, как концепция политического управления, как совокупность методов и технологий проведения политических кампаний» [100, с. 3].

Анализ многочисленных научных источников дает основание утверждать, что расширительный подход к ПМ, предполагаю-

щий сочетание различных его составляющих вплоть до философско-мировоззренческих оснований, становится отличительной чертой именно русскоязычного сегмента политологических исследований. Многоаспектность понимания ПМ, включающего в себя как электоральный, так и различные виды государственного ПМ, предполагает его рассмотрение в качестве интегративной категории. При таком расширительном комплексном подходе рассмотрение ПМ в различных его качествах (концепции, теории, деятельности, технологии, феномена) вполне обоснованно. Выдвигая на первый план соответствующие концептуальные основания, ПМ позволяет интегрировать противоречивые, на первый взгляд, подходы в общую систему политического управления. Это обуславливает значительное расширение рамок понятия ПМ в современном научном дискурсе, сочетание и дифференциацию различных теоретических и методологических оснований ПМ.

В рассматриваемом ракурсе ПМ – это не только набор технологий, инструментов и методов воздействия на избирательный процесс, а, прежде всего, концептуальные основания управления: «переход технологий политического маркетинга в сферу государственного управления» [172, с. 19], «непрерывный динамичный общественный процесс, который регулирует общественную жизнь и проходит в обществе» [70, с. 89]. Исходя из первичности потребностей личности и общества, ПМ «призван обеспечить формирование “прозрачного” управления, проведение открытой информационной политики, установление постоянного диалога между государством и обществом, переход от командно-административных – к убеждающим методам государственного и местного управления» [101, с. 7]. В самом широком смысле ПМ рассматривается как «деятельность по регулированию политических процессов, достижения консенсуса разнородных интересов» [264, с. 15]. К аналогичным расширительным трактовкам ПМ можно отнести такие его определения, как «способ организации системы политических отношений» [213], «интеллектуальную форму коммуникации, которая реализуется в сфере политики» [41, с. 75] и др.

Несмотря на расширительную трактовку и разнообразие формулировок ПМ, они, как правило, раскрывают лишь один из его аспектов. В этой связи представляет интерес развернутое определение ПМ Н.Ю. Алтуховой. ПМ понимается как «многоаспектный феномен, представляющий собой, во-первых, страте-

гическое направление общественного развития, своеобразную идеологию, трактовки основных понятий, задающих ориентиры политического процесса, закреплённые в нормативных актах и признанные как политическими институтами, так и обществом в целом; во-вторых, теорию, позволяющую на основе научных методов и политического анализа изучать политический рынок, планировать и контролировать эффективность политической деятельности; в-третьих, технологию, представляющую собой комплексную систему методов и приемов целенаправленного воздействия на аудиторию» [7, с. 8].

Объединение в одном определении различных признаков и оснований ПМ представляется наиболее адекватным методологическим подходом, учитывая специфику изучения ПМ на постсоветском пространстве. Сам же ПМ в работах политологов все чаще предстает в качестве концепции «практической политики и управления, которая включает в себя набор инструментов, используемых для изучения общественных потребностей, интересов, ценностей, а также политические и управленческие решения, выражающие эти потребности, и само управление, использующее все многообразие политических коммуникаций» [172, с. 13–14]. Отталкиваясь от категории потребностей, приведенное определение ПМ ориентировано на выявление сути не только политических, но и всех социальных процессов: оснований, формирующих мотивацию, движущую силу общественного развития. Именно данный принцип в числе других составляет основу социального государства.

Отдельно следует выделить крупные тематические работы Е.Г. Морозовой [152; 153; 154; 155] и И.Л. Недяк [165; 166; 167; 168; 169], рассматривающие ПМ на концептуальном уровне и впервые, помимо технологий и инструментов, обосновывающие теоретические основания ПМ.

По определению Е.Г. Морозовой, ПМ – это «концепция практической политики и управления, снабженная набором технологически отточенных знаний и умений в сфере изучения общественных потребностей, предложения отвечающих этим потребностям политических и управленческих решений, реализации принятого курса вплоть до получения желаемого результата» [154, с. 11]. Согласно данному подходу, рамки ПМ включают в себя философию, теорию и практику рыночно ориентированного политического управления. В сфере практики на основе различения задач и сфер

реализации ПМ предлагается две его функциональные модели: электоральная и политико-административная. Что касается теоретических оснований, то, обосновывая идентичность поведения индивидов в «рыночной» и «нерыночной» ситуациях, Е.Г. Морозова анализирует ПМ с позиций позитивизма, теорий общественного и рационального выбора [153, с. 6; 154, с. 11, 14–15]. Рациональность является базовой категорией анализа политических процессов и явлений, поскольку определяет выбор цели, систему мотивации и соответственно – поведение субъектов.

И.Л. Недяк в диссертационной работе «Маркетинговый подход к исследованию политических процессов» предложено пять уровней понятия ПМ: философское отношение к политике как бизнесу, социальная практика, научно-исследовательское направление, функция, технология политической инженерии [166, с. 22]. Обосновывая необходимость внедрения рыночных принципов управления, И.Л. Недяк обращается к понятиям потребностей и мотивации субъектов как основы политического поведения и взаимодействия: «Выявление и удовлетворение политического спроса – ключевая особенность политмаркетингового способа легитимации власти» [169, с. 65]. Кроме этого, потребности и мотивы обуславливают разную природу политического предложения и разновидность политического продукта. Политический продукт при этом определяется, во-первых, как ценность и, во-вторых, как сервисная услуга [166, с. 18]. Следует в этой связи учитывать, что в политической системе потребности и нужды целевой аудитории могут быть рассмотрены в том числе с позиций социальных ожиданий и требований. Это в значительной мере способствует отслеживанию динамики и алгоритмов продвижения политических идеологий, концепций, программ, а также религиозных доктрин и движения. Выстраивание стратегий ПМ в логике рыночного спроса и предложения дает автору основание говорить о «сервисно-ориентированной парадигме нового государственного менеджмента» [168, с. 198].

В качестве общих теоретических оснований маркетингового подхода И.Л. Недяк также обращается к теориям рационального выбора, отсылая к таким базовым их положениям, как понятие рациональности, модели пространственной конкуренции партий и др. Кроме этого, подробный сравнительный анализ школ трансакций («маркетинг трансакций») и взаимоотношений позволяет дифференцировать инструменты и методы маркетингового

подхода, определить характер взаимодействий. В частности, в рамках маркетинга трансакций преобладает субъект-объектный характер отношений, а сам процесс создания политического продукта, как правило, закрыт для его потребителя. Маркетинг отношений предполагает субъект-субъектную схему отношений, когда потребитель в процессе взаимодействия и при наличии «обратной связи» с производителем либо поставщиком услуг принимает участие в создании того или иного политического продукта. Соответственно в маркетинге отношений ключевым понятием становится интеракция (взаимодействие), в маркетинге трансакций – трансакция (воздействие). С некоторыми оговорками можно сказать, что в современных условиях первое в большей степени характерно для политических систем, второе – для религиозной сферы (религиозной доктрины, вероучения, социальных концепций церкви и т.п.).

Как видно из приведенных определений, одним из факторов, обуславливающих содержание ПМ в рамках того или иного подхода, является определение целей и функций ПМ, предусматривающих широкий диапазон его возможного применения.

Так, М.М. Кисляков целью ПМ называет «изменение политического поведения и менталитета граждан региона и приспособление “политического продукта” к сложившимся моделям этого поведения и менталитета», а также «изменение форм политического взаимодействия» [100, с. 19]. О.В. Ланге акцентирует внимание как на желаемом конечном результате, так и на средствах его достижения: «управление политическим поведением участников политического процесса посредством информационно-психического воздействия на мотивационную сферу личности» [129, с. 10]. А.Н. Ткаченко определяет цель ПМ как «разворачивание векторов развития бюрократии и гражданского общества по направлению друг к другу, уходу от разнонаправленных тенденций» [267, с. 6]. Иными словами, инструменты и методы ПМ должны быть ориентированы на повышение легитимности органов власти и активизацию самоорганизации граждан [166, с. 20]. ПМ в данном контексте в значительной степени ориентирован на «реализацию определенного социального заказа» [258, с. 145] – ожиданий общества в отношении государства. Образно и ёмко суть перечисленных формулировок отражена определением В.С. Ачкасовой: «производство доверия» [11, с. 224].

Е.Г. Морозова и А.А. Твердов цель ПМ видят в изучении политического рынка. Е. Г. Морозова формулирует её как «тщательное и всестороннее изучение рынка, его потребностей и характера спроса; адаптация политического продукта к запросам рынка, адресность продукта; активное воздействие на рынок и существующий спрос, формирование потребностей и предпочтений» [154, с. 22]. По мнению А.А. Твердова, цель ПМ «состоит в продвижении “политических товаров” на политический рынок путем “завоевания” целевого сегмента аудитории» [264, с. 14]. Помимо «рынка» ключевыми в данных определениях являются понятия политического «продукта» и «аудитории» (потребителя). Вместе с тем, обращение к рынку в качестве цели, а не объекта или инструмента ПМ, в значительной степени «размывает» его целевую направленность, снижая тем самым функциональный потенциал ПМ. Это связано с тем, что сам по себе рынок не является целью того или иного воздействия, а представляет собой либо часть пространства применения, либо максимально обобщенный объект и предметную область ПМ. Подобную дифференциацию необходимо учитывать при выявлении и структурировании целей ПМ.

Следует также учитывать, что формулировка целей обуславливает определение соответствующих целям функций, также, на первый взгляд, отличающихся разнообразием. К основным функциям ПМ в различных источниках авторы относят: изучение политического рынка и мотивацию поведения политических акторов, определение критериев сегментирования и стратегии охвата рынка, формирование и управление процессом обмена, удовлетворение и координацию интересов его участников и др. [89, с. 20; 155, с. 66; 167, с. 145; 235, с. 467]. Обобщая, весь приведенный перечень функций можно определить как консалтинговую (консультационную) функцию политического анализа [138, с. 294]. Результатом изучения и анализа тех или иных аспектов политического рынка призвано стать создание политического предложения, усиление межпартийной конкуренции, содействие развитию и укреплению демократии в обществе. Важнейшим аспектом ПМ становится определение «точек соприкосновения»: идей, программ, стратегий развития, т.е. того политического продукта, который обеспечил бы, с одной стороны, дифференциацию различных групп общества по сферам интересов и предпочтений. С другой стороны, – объединение, консолидацию разно-

родных групп вокруг общего государственного (национального) интереса [56, с. 17; 189, с. 15].

Таким образом, определяя рамки понятия ПМ в современном научном дискурсе, на сегодняшний день можно говорить о многообразии теоретических и методологических подходов к его изучению. К наиболее оформившимся из них можно отнести: электоральный, государственный (национальный), региональный и др. Типология ПМ, определение его целей и функций в рамках указанных подходов разнится в зависимости от признаков и теоретических оснований, закладываемых авторами в понятие ПМ. В их числе теории потребностей, социального действия, общественного и рационального выбора, трансакций, обмена.

Большинство подходов исходит из первичности нужд и потребностей личности, социальной группы или общества в целом, обуславливающей: а) мотивы политического поведения; б) спрос на конкретный политический продукт. Выявление и структурирование мотивов становится основным инструментом влияния на ожидаемое поведение субъектов отношений. В свою очередь, изучение спроса позволяет сформировать адекватное предложение, которое было бы востребовано целевой аудиторией. Современный ПМ охватывает обе маркетинговые стратегии: «потребности–мотивы–поведение» и «потребности–спрос–предложение».

Поэтому первичной задачей любого вида ПМ является как выявление тех или иных потребностей, так и их формирование. Электоральный маркетинг, как правило, ориентирован на выявление и удовлетворение уже имеющихся потребностей через создание соответствующего предложения. Соответственно задачей государственного (национального) ПМ выступает, в первую очередь, формирование потребностей общества, его нужд, интересов и предпочтений. Решение данной задачи осуществляется не только через программные и нормативные правовые документы, но и неполитические институты, в первую очередь, – культуру, образование, религию.

В целом сочетание в рамках изучения ПМ различных составляющих вплоть до философско-мировоззренческих оснований дает основание говорить о расширительном подходе к ПМ в русскоязычном сегменте политологических исследований. Это во многом связано с общими особенностями исторического развития стран бывшего СССР, сменой не только политических, экономических, но и социокультурных систем, ценностей и предпочтений.

1.2. Факторы и предпосылки развития политического маркетинга на постсоветском пространстве

Обращение современной политологии к ПМ обусловлено рядом факторов как сугубо политического, так и более широкого социокультурного характера.

На постсоветском пространстве главным, основополагающим фактором развития ПМ стала политическая модернизация: кардинальная трансформация всей политической системы общества, её демократизация, релятивизация, «размывание» мировоззренческих ориентиров. Уход от жёстких идеологических рамок и партийной монополии имел своим следствием резкий рост динамики всех политических процессов: развития политического рынка, острой межпартийной конкуренции и связанной с ней активизации избирательных кампаний и технологий. Отсутствие собственного значимого опыта в данной сфере² послужило причиной заимствования и широкого распространения имеющихся и апробированных вековой европейской практикой инструментов и технологий ПМ. Последующие десятилетия в большей степени характеризовались не столько разработкой принципиально новых, сколько адаптацией уже существующих методов воздействия на общественное сознание к условиям и особенностям постсоветского общества.

Собственно, запрет в 1991 г. деятельности КПСС и распоряжение о национализации её имущества можно рассматривать как первый в отечественной практике политический маркетинговый ход, обеспечивший, несмотря на последующую отмену Конституционным Судом Российской Федерации ряда его положений, широкую общественную поддержку новой политической власти.

Так, достаточно обратиться к риторике самого текста Указа Президента Российской Федерации «О деятельности КПСС и КП

² Непродолжительный период функционирования в XX веке в Российской Империи Государственной думы, закончившийся в 1917 г., характеризовался лишь зарождением форм парламентской борьбы и межпартийной конкуренции. Парламентские традиции таких государств, как Великое княжество Литовское (далее – ВКЛ) и Речь Посполитая, в состав которых в разные периоды входили белорусские земли, значительно отстоят во времени и имели свою специфику в сравнении с современным этапом (сословное представительство, имущественный ценз и др.), что дает основание оставить их за рамками рассмотрения ПМ.

РСФСР» [178], чтобы определить его реальное целевое назначение: непосредственно запрет деятельности КПСС или же обнаружение документа, отвечающего социальным ожиданиям значительной части общества: «В ночь с 18 на 19 августа 1991 года в СССР был совершен государственный переворот, организаторами которого являлись члены неконституционно сформированного так называемого Государственного комитета по чрезвычайному положению...»; «Принципиальная позиция Президента РСФСР, Верховного Совета РСФСР и Правительства РСФСР, активные действия миллионов людей по всей стране и мужество москвичей, поддержка мирового сообщества позволили восстановить конституционную власть в стране», «Президиум Верховного Совета СССР проявил в критический для страны момент бездеятельность, а Председатель Верховного Совета СССР – прямое попустительство группе заговорщиков» [178]. Сама формулировка постановляющих пунктов – *«Признать несовершенной структуру (здесь и далее курсив автора – А.С.) высших органов государственной власти и управления...»* – свидетельствует в большей степени об их манипулятивном, нежели нормативном и правовом характере. Принятие указанного документа, тем не менее, имело большое политическое значение, так как стало отправной точкой глобальной политической модернизации всей политической системы бывшего СССР.

Указанные процессы сопровождались существенным изменением традиционной социальной иерархии, институциональной структуры и соответственно – степени управляемости и механизмов управления обществом. Поэтому политическая модернизация в постсоветских странах в значительной мере предшествовала модернизации экономической, а распространение ПМ – маркетингу экономическому. Кроме этого, если в советский период государственная и партийная власть, пусть и с некоторыми оговорками, но все же представляли собой единый политический институт, то развитие многопартийной системы повлекло значительную дифференциацию функций, принципов функционирования партийных и государственных институтов и как следствие – их размежевание и конкуренцию. Данную закономерность политической модернизации отмечал в своё время ещё С. Хантингтон в работе «Политический порядок в меняющихся обществах», аргументируя её в том числе тем, что «система с широкой политической активностью нуждается в разнонаправленном про-

тивостоянии интересов, которое предотвращает её разрушение в борьбе между двумя массовыми движениями» [283, с. 12].

Вторым фактором можно обозначить переориентацию экономического развития большинства стран бывшего СССР с плановой экономики на политику свободной торговли. Формирование общества массового потребления с переизбытком товаров и услуг предопределило проникновение рыночных отношений и технологий во все сферы общественной жизни, включая даже такие неполитические институты, как культура и религия. Социальный запрос общества кризисных 1990-х гг. обусловил соответствующее предложение. В качестве примера, подтверждающего данный факт, можно привести активное распространение не только политических партий и общественных объединений, но также новых религиозных движений и культов, резкую активизацию деятельности «традиционных» конфессий, их участие в политической жизни. Так, если 1983–1987гг. в Республике Беларусь насчитывалось 10 групп новых религиозных движений, в 1991 – 56 групп [136, с. 471]. На выборах народных депутатов РСФСР 1990 г. в местные советы народных депутатов были избраны 48 священников Русской православной церкви Московского патриархата (далее – РПЦ); в областные советы народных депутатов – 5 архиереев и 11 священников РПЦ [181, с. 66].

В дальнейшем, однако, РПЦ вводится запрет на участие священнослужителей в избирательных кампаниях, что, на первый взгляд, выводит её из «зоны влияния» ПМ. Позднее в Основах социальной концепции РПЦ появилось положение о том, что «невозможно участие церковного Священноначалия и священнослужителей, а, следовательно, и церковной Полноты, в деятельности политических организаций, в предвыборных процессах, таких, как публичная поддержка участвующих в выборах политических организаций или отдельных кандидатов, агитация и так далее. Не допускается выдвижение кандидатур священнослужителей на выборах любых органов представительной власти всех уровней». Согласно этому же документу, Церковь не может участвовать «в политической борьбе, предвыборной агитации, кампании в поддержку тех или иных политических партий, общественных и политических лидеров» [188].

Отказ РПЦ от участия в политической борьбе не означал, тем не менее, полного размежевания с соответствующими политическими институтами и её отказа от участия в других политиче-

ских процессах. Наиболее тесное взаимодействие РПЦ и политической власти осуществлялось в деле «духовного возрождения» и защиты традиционных ценностей. Однако, как показала практика, ставка властных государственных структур на РПЦ в решении глобальных политических задач, выбор инструментов и методов её вписывания в «политический рынок» в пользу жёсткого административного ресурса имели своим следствием значительный уровень имиджевых потерь РПЦ. Это свидетельствует о достаточно четко оформившейся в политической системе России тенденции: несоответствии между декларацией уровня религиозно-политического единomyслия российского общества и фактической ролью РПЦ как значимого фактора его мотивации.

С одной стороны, данная тенденция обусловлена тем, что на постсоветском пространстве требование о «защите традиционных ценностей» фактически выступает необходимым условием легитимации политической власти, обеспечения лояльности избирателей и социальной стабильности в обществе. С другой стороны, взаимодействие с органами власти способствовало решению церковью собственных проблем сугубо материального характера. В частности, это касалось реституции собственности и вытеснения с рынка услуг конкурирующих религиозных организаций, «новых» религиозных движений и культов. Кроме этого, любая религия претендует на исключительность, приоритет собственных интересов и потому может стать потенциальным конфликтогенным фактором как в межконфессиональных и межэтнических отношениях, так и в конкуренции с политическими институтами в части распределения полномочий и сфер влияния. Поэтому функциональный потенциал РПЦ оказался востребован не столько в политической (мобилизующая и легитимирующая функции), сколько в социальной сфере (вторичная социализация маргинальных групп, социальная поддержка наиболее уязвимых слоев населения и др.).

В последнее десятилетие волна политического и религиозного «предложения» постепенно уменьшается, о чем свидетельствует статистика. Так, в России в 2000 г. Министерством юстиции Российской Федерации было зарегистрировано 179 партий, в 2017 – 75 [259]. Аналогичная тенденция характерна и для новых религиозных движений и культов, число которых за десять лет сократилось почти в три раза [137]. Тем не менее, политическая сфера также стала рассматриваться как один из сегментов общего

рынка с соответствующим набором составляющих его элементов: изучением и формированием политического спроса и предложения (товаров, продуктов, услуг), маркетинговых технологий по продвижению продукта (партий, движений, кандидатов в депутаты), ориентированного на массового потребителя (электорат) [41, с. 11–13]. Помимо перечисленных элементов, политический рынок дополняют посредники, дистрибьюторы, конкуренты и др. субъекты отношений [154, с. 23]. Политическое поведение субъектов, в свою очередь, получило определение «отношений рыночного обмена политическими ценностями и ресурсами по поводу завоевания и удержания власти» [165, с. 34].

В этой связи следует отметить, что основной особенностью ПМ в сравнении с иными видами маркетинга является его целевая направленность: достижение, удержание и перераспределение властных полномочий, а не сбыт товаров или распространение услуг. Иными словами, основным отличием ПМ можно назвать различное понимание получаемой прибыли, измеряемой не в денежном эквиваленте, а в проценте полученных той или иной партией голосов электората, уровне легитимности политической власти. В то же время сведение политического процесса к категориям товара и потребления не учитывает генезиса – исторических и социокультурных предпосылок формирования той или иной политической системы, а также таких категорий и феноменов, как менталитет, идентичность, национальные традиции, политическая культура.

Данные категории традиционно несут значительную ценностную нагрузку и, хотя и нуждаются в определенной маркетинговой поддержке (имиджевом продвижении) со стороны государства, однако не всегда могут быть подвержены процедуре формализованной оценки и вписаны в рамки товарных отношений. Поэтому отождествление политической сферы с рынком, а политического процесса с рыночными отношениями, а также экстраполяция соответствующих категорий и методов³, представляется не вполне корректным и в значительной степени упрощенческим, редукционистским подходом, что отмечали многие ученые [135, с. 15; 149, с. 114; 185, с. 15–17; 298, с. 234 и др.]. Понятие ПМ распространяется на всю политическую систему об-

³ например, когда «ценности становятся товаром» [97, с. 21]

щества и не ограничивается электоральным измерением, включая в себя всю совокупность различных видов социального взаимодействия.

Третьим существенным фактором актуализации ПМ становится глобальная информатизация всего мирового сообщества, развитие социальных сетей, форумов, блогов, других интернет-ресурсов и средств массовой коммуникации. Являясь в настоящее время одним из ключевых инструментов ПМ, система массовых коммуникаций выполняет ряд функций по распространению, кодировке и передаче информации [199, с. 149]. Информация в данном случае понимается в максимально широком контексте, подразумевая под собой не только конкретное адресное сообщение (текст, символ, образ, мессендж и др.), но одновременно сочетая в себе качество функции, инструмента и цели. В роли последнего может выступать широкий спектр направлений от локальных до глобальных вплоть до формирования национальных архетипов и гражданской идентичности.

Подобное широкое понимание информации получило свое отражение в программных и нормативных правовых документах. Как отмечается в Концепции национальной безопасности Республики Беларусь, информационная сфера превращается в системообразующий фактор жизни людей, обществ и государств. Усиливаются роль и влияние средств массовой информации на общественную жизнь, активно распространяется практика целенаправленного, в том числе негативного, внешнего информационного воздействия [115]. Поэтому интернет-маркетинг, как уже сложившееся самостоятельное направление маркетинга, целесообразно рассматривать не только в качестве канала коммуникации и дистрибуции в сфере продвижения товаров и услуг, но и в более широком контексте работы с целевой аудиторией.

Это обусловлено, во-первых, общей методологической основой, поскольку любой вид маркетинга предполагает оказание целенаправленного воздействия на желаемое поведение субъектов отношений (в ПМ – политических акторов, электоральных групп и др.) через формирование побудительных мотивов. Практически все маркетинговые технологии направлены не на принуждение, а на внушение и убеждение, что позволяет нивелировать принцип императивности и свести к минимуму перспективу применения принудительной силы государства. Изменение характера подобного воздействия создает возможность, а в некоторых

случаях – иллюзию мотивированного выбора. Примером может служить технология так называемого «вирусного маркетинга», когда запуск и массовое распространение нужной информации – «информационной волны» осуществляется самими пользователями социальных сетей. Следует отметить, что инструментарий интернет-маркетинга является на сегодняшний день одним из наиболее эффективных и предусматривает широкое разнообразие форм и методов: флешмобы, мемы, хештеги, репосты и др. [66, с. 592–593; 307, с. 203].

Во-вторых, размещаемый в интернет-ресурсах контент характеризуется многофункциональностью, подразумевая возможность своего применения как на прикладном, так и на стратегическом уровнях. Прикладной уровень предполагает решение сиюминутных, тактических политических задач: обеспечение легитимности принятия того или иного политического решения, формирование общественного мнения, электоральной поддержки и т.п. Стратегический уровень ориентирован на выработку и поддержку долгосрочных перспективных направлений: конструирование идентичности, продвижение имиджа страны, национальной культуры на международной арене, выработка концепций развития. Оба уровня находятся в тесной взаимосвязи и взаимозависимости, так как, при условии наличия общих стратегических целей политического развития, решение тактических задач становится частью реализации общей политики государства. Как отмечал А.В. Ивановский, «контур государственного управления использует принцип обратной связи, строится как замкнутая следящая система с обратной связью. В её составе выделяют функционально необходимые элементы (органы государственного управления и контроля, исполнительные механизмы, общество). Задающими воздействиями такой системы являются национальные интересы, а также система целей социально-экономического развития по направлениям деятельности» [91, с. 11].

В-третьих, функционирование интернет-ресурсов и других средств массовой коммуникации осуществляется вне политических, административно-территориальных, а также социокультурных или языковых границ. Это приближает виртуальную сферу к категориям социального пространства, отсылая к трудам П. Бурдьё, Э. Гидденса, А. Шюца. Создавая и поддерживая отдельные

кластеры, траектории, модели идентификации и поведения, технологии ПМ позволяют конструировать не только виртуальное, но и политическое пространство. Политическое пространство как часть социального пространства, помимо территории, способной вмещать в себя множество различных подпространств-слоёв, включает в себя всю совокупность социальных институтов, формальных и неформальных отношений, взаимодействий, иерархий субъектов в их целостности, обусловленной общими политическими задачами. Спецификой политического пространства в условиях множественности конкурирующих между собой «полей»⁴ является выстраивание соответствующих иерархий [27, с. 44]. Соответственно борьба за пространство и пространственное господство становится «одной из привилегированных форм осуществления господства» [27, с. 83].

По сути, именно пространственный подход постепенно становится доминирующим как в социологической и политической науке, так и непосредственно в политическом управлении при соотношении статусов и позиций субъектов отношений. По мнению отдельных авторов, такая ситуация связана также и с тем, что «использование категории политического пространства позволяет выстроить модель социально-политических изменений с учетом как институциональных, так и неинституциональных факторов, в том числе знаково-символического наполнения политики, формальных и неформальных практик поведения и взаимодействия» [209, с. 24]. Принимая во внимание «клиповость» сознания и постепенное вытеснение символом, образом, мифом, мемом цельного, системного восприятия социальной действительности, обращение именно к инструментам ПМ вполне целесообразно.

Целесообразность связана с тем, что «символическая форма существования политического пространства обусловила не только особую роль знаковых систем в обозначении политических различий, но создала условия для их использования с целью изменения пространственных конфигураций в интересах определенных акторов» [210, с. 169]. Отмеченную тенденцию более точно было бы обозначить как общую реверсию (возвращение) соответству-

⁴ В терминологии П. Бурдьё: «политического поля», «поля взаимодействий», «поля идеологического производства», «поля политически мыслимого» и др. [26; 25, с. 103].

ющего типа восприятия и мышления. На знаково-символическую природу как первооснову языка и зарождения любой идеи – «причины мысли» – указывал в своих «Основах идеологии» еще Дестют де Траси [77, с. 181]. Принимая во внимание дискуссионный характер высказанного тезиса, представляется, тем не менее, обоснованным выдвинуть его в качестве основополагающего при рассмотрении ПМ и области применения как маркетинговых технологий в общем, так и политических в частности.

Смещение политического влияния с военного и экономического в сферу информационного воздействия потребовало частичной адаптации уже существующих и разработки новых методов и технологий ПМ с учетом специфики управления информационными потоками. Получившие широкое распространение сетевые технологии стали в настоящее время эффективным инструментом влияния на социально значимое поведение и потенциальную политическую активность населения. В своем действии они ориентированы на подсознание, замещение реальных ориентиров символическими конструктами, во многом заимствовав методы психолингвистики, нейролингвистического программирования, другие психосемантические методики. Следует обратить внимание, что «сами по себе информационные сети ценностно нейтральны (они своего рода автомат для передачи информации), однако акторы борются за их “структурирование и программирование”. Власть сетей и в сетях лежит в их способности “включать” и “исключать”» [173, с. 124]. В итоге на сегодняшний день можно говорить если о еще не окончательно сформировавшемся, но достаточно четко очерченном научном направлении по изучению и разработке ПМ.

Данную разновидность ПМ можно обозначить как информационный политический маркетинг. Основной задачей информационного ПМ в виртуальной среде становится операционализация понятий: определение целевых функций, задач, параметров измерения результатов возможного действия того или иного инструмента, других переменных. В настоящее время информационного ПМ становится одним из наиболее востребованных направлений в прикладной социологии, политологии и политической аналитике. В первую очередь, это относится к разработке и адаптации аналитических систем и методик измерения степени информационного воздействия. К ним относятся достаточно разноплановые: политическая медиаметрия, кластерный анализ,

описания с помощью графов и матриц, «облаков слов», различных методов визуализации информации и мн. др.⁵ В теоретическом плане это дает основание обратиться к поведенческим концепциям и теории рефлексивного управления, когда речь, в частности, идет о «конечной фазе формирования воздействия, заставляющего получателя информации принимать решения, заранее подготовленные управляющей стороной» [91, с. 10].

Помимо указанных, еще одним фактором, обусловившим активную разработку новых политических технологий и инструментов воздействия на коллективное сознание, стал общий кризис идентичности. Как показывает опыт последних лет, проблема идентичности и исторической памяти оказалась остро актуальной не только для постсоветского пространства, но и всего европейского региона. Данный фактор, на первый взгляд, имеет к ПМ опосредованное отношение, поскольку чувство причастности к той или иной общности традиционно рассматривается в большей степени в историческом и социокультурном, нежели политологическом ракурсе. Однако, как отмечал В. Хёсле, «первым результатом утраты идентичности является утрата предсказуемости поведения затронутых ими индивидов или институтов» [285], что делает проблемы идентичности еще одним направлением ПМ. Такие неполитические институты, как культура, религия, искусство все чаще становятся инструментами «мягкой силы» во внешней политике. Поэтому под идентичностью в научной литературе все чаще понимают как сами традиционные понятия «самоопределения» и «самосознания», так непосредственно механизмы их формирования, т.е. её функционального назначения [29, с. 19; 43, с. 13].

Следует также учитывать, что объективно существующая множественность и конкуренция в рамках одной политической

⁵ Стратегиям и инструментам «непрямых геополитических действий» [295, с. 18, 29–33], сетевых технологий и методам информационного воздействия в последние годы посвящено большое количество крупных, но достаточно разноплановых научных работ междисциплинарного характера [58; 69; 79; 96; 141; 173; 262; 310 и др.]. Формат монографии не дает возможности остановиться на данных работах более подробно, однако позволяет выявить их типологическую общность. Рассматривая в качестве предмета исследования способы воздействия на побудительные мотивы и поведение той или иной группы как на микро- (управление агрессивностью среды, выстраивание связей «стимул-реакция» и др.), так и на макроуровнях (международные политические отношения, международный политический брендинг, методы ведения «гибридной» войны), они могут быть рассмотрены в рамках ПМ.

системы различных форм идентичностей (религиозной, гражданской, этнической, региональной и др.) приближает её к политологическому ракурсу рассмотрения [82, с. 83–84; 126, с. 99; 130, с. 39 и др.]. В частности, традиционная религиозная или политическая идентичность, как правило, исключает идентичность национальную или этническую, поскольку, например, религиозное сознание исходит из вселенского характера христианства, идеи коммунизма подразумевают интернационализм, бесклассовость и т.п. К тому же сочетание различных видов идентичностей у одного субъекта, т.е. его ролевой набор может привести к внутреннему ролевому конфликту: «православный атеист», «верующий коммунист», «русский буддист» и т.п.

Так, наиболее распространенным видом конфликтов, требующим политических инструментов урегулирования, на постсоветском пространстве принято считать этнический. Однако глубинные противоречия, обуславливающие тот или иной конфликт, оказывались связаны именно с рассогласованием интересов различных групп и общностей в рамках одной политической системы [223, с. 10; 293, с. 140–141; 301, с. 5; 303, с. 76]. Потенциальная ролевая конфликтность различных видов идентичностей также обусловила активное изучение «спроса», поиска возможных инструментов координации целей и интеграции маргинальных групп в общее политическое пространство.

В целом следует отметить, что первые три из основных перечисленных факторов-предпосылок (глобальная трансформация политической и экономической систем и информатизация общества) имели своим следствием развитие скорее прикладного уровня ПМ в части избирательных технологий, PR-кампаний, имиджевых акций, разработки систем оценки информационного воздействия и др. Фактор идентичности носит концептуальный характер и существенно расширяет рамки понимания и рассмотрения ПМ.

Что касается конкретных инструментов ПМ, то они характеризуются многообразием и в значительной степени универсальностью, когда один и тот же инструмент может применяться для обеспечения различных целей и задач. Это дает основание перейти к выявлению ключевых признаков, функций и оснований классификации инструментов и технологий ПМ.

1.3. Технологии политического маркетинга: ключевые признаки и основания классификации

Применительно к инструментам ПМ устоявшимся термином является понятие «политических технологий» («political technology»). Следует отметить, что к настоящему времени в научной литературе четкие границы между понятиями «политических технологий» и «технологиями ПМ» пока не определены. В обоих случаях под данными понятиями понимается совокупность многочисленных инструментов и методов воздействия на субъектов политических процессов, достижения иных политических целей. При этом они, как правило, функционально либо институционально дифференцированы, что дает основание далее по тексту использовать данные понятия в качестве равнозначных, синонимичных.

В отличие от ПМ, исследовательские подходы к определению и классификации политических технологий, несмотря на своё многообразие, отличаются большей однородностью и в самом общем плане определяются как «методы решения политических проблем» [265, с. 45]. Если обратиться к более развернутым формулировкам, то различаются они главным образом уточнением цели и ожидаемых результатов их применения. В зависимости от интересов политических субъектов, такой целью/результатом выступает завоевание политической власти, обеспечение необходимого поведения масс, формирование общественного мнения и др.

Е.Г. Морозова определяет политические технологии как «систему целенаправленных, последовательных и заведомо эффективных действий, рассчитанных на достижение необходимого политического результата» [152, с. 6]. И.А. Новожилова рассматривает их как «элемент механизма управления», «комплекс закрепленных в определенной последовательности способов и методов, а также знаний об этих способах и методах, направленных на осуществление эффективного управления в политической сфере» [175, с. 9]. Ключевыми признаками политических технологий в приведенных определениях становятся возможные формы реализации: действия, способы и методы, знания. Наиболее распространенным является обращение к понятию «совокупности», характеризующейся, с одной стороны, однородностью инструментов и методов, с другой – разнонаправленностью целей и задач их применения.

О.Г. Коваль политические технологии рассматривает как «совокупность наиболее целесообразных приемов, способов, процедур реализации функций политической системы, направленную на повышение эффективности процессов модернизации общества и обеспечивающих достижение желаемых результатов в основных сферах его жизнедеятельности» [102, с. 10–11]. В определении В.В. Демидченко уточняющим признаком становится постановка цели и задач политических технологий как «совокупности способов, методов и процедур воздействия на человеческие массы с целью изменения их политического поведения в достижении определенных целей, а также решения политических и управленческих задач» [76, с. 140]. С.К. Гасанбеков акцентирует внимание на деятельностном аспекте «совокупности научно обоснованных принципов, приемов и способов деятельности политических субъектов по решению конкретных задач завоевания, удержания, организации и использования политической власти» [59, с. 14]. Формулировка О.Ф. Шаброва предполагает учет интересов субъектов политической системы. Политические технологии рассматриваются как «совокупность приемов и способов достижения результата, использование которых затрагивает государство и несовпадающие интересы значимых социальных групп» [294, с. 328].

Перечень подобных определений можно было бы значительно расширить, однако суть большинства из них сводится к тому, что политические технологии представляют собой один из инструментов политического управления. Различия касаются преимущественно возможной цели их применения: обеспечение нужного действия либо бездействия субъектов политической системы. Первая предполагает прямое или опосредованное воздействие на ожидаемое политическое поведение «социально-управляемых граждан» [129, с. 87; 105, с. 12]. Вторая ориентирована на «формирование пассивных, социально управляемых участников политического процесса» [129, с. 19], что М.Э. Тюпиной было определено как «политическая демобилизация» [272, с. 119]. Как необходимое действие, так и желаемое бездействие целевой аудитории обеспечивается через формирование в обществе соответствующих потребностей, стереотипов, мотивов. При этом для достижения указанных целей, порой взаимоисключающих друг друга (действие-бездействие, мобилизация-демобилизация, консолидация-дезинтеграция), могут применяться одни и те же политические технологии, инструменты и методы.

Распространенным примером такого применения, в равной степени способствующего как консолидации, так и дезинтеграции общества, выступает конструирование образа «врага» в символической оппозиции «друг–враг», «свой–чужой». В первом случае применение данной технологии решает стратегические задачи государства, как правило, в период войны или другого вида внешней угрозы. Образ «внешнего» врага мобилизует и консолидирует общество, формируя общую цель и побуждая к общим действиям самые разнонаправленные группы и слои населения. Во втором случае технология чаще всего ориентирована на тактические, сиюминутные задачи и наиболее распространена в кризисные периоды.

Множественные и ситуативные образы врага «внутреннего» способствуют конфликту интересов, конфронтации внутри общества или политической системы, значительно упрощая при этом её управление. Кроме этого, зачастую имеет место сочетание двух инструментов одной технологии, когда одновременно культивируются образы врага и «внутреннего», и «внешнего». Технология противопоставления традиционно является одной из наиболее эффективных и широко применяется не только в политической, но и, в частности, религиозной риторике. Так, например, «внешним», наиболее «стабильным» врагом в риторике представителей РПЦ выступает мировое зло в лице либерализма и либеральных ценностей. «Внутренним» врагом, в зависимости от целевой аудитории, могут стать бездуховность, гомосексуализм, либерализм, атеизм, коммунизм, язычники, раскольники, сектанты и множество других потенциальных объектов «борьбы» и противопоставлений.

Необходимо, однако, учитывать, что стереотипность негативных представлений о «чужом» является неотъемлемым элементом любой коллективной и, прежде всего, этнической идентификации. Образ «чужого» «предстает как воплощенная антинорма, как собрание всех аномалий, которые может спроецировать на него традиций соседей» [17, с. 14]. Проблема заключается в том, насколько общество способно преодолеть в процессе своего развития «детскую болезнь» негативных стереотипов в отношении других, отличных от своей, религий, культур и цивилизаций. Иными словами, степень демонизации «чужого» во многом свидетельствует о степени зрелости того или иного общества.

Подобный универсальный характер большинства политических технологий позволяет выделить лишь два их ключевых признака: целевые функции и степень институционализации. Остальные признаки в большей степени зависят от методологических подходов, нежели непосредственно содержания. В зависимости от исследовательских приоритетов основания типологии отличаются множественностью и вариативностью. В то же время множественность оснований позволяет говорить скорее не о многоуровневости политических технологий, а об их многофункциональности. В этой связи классификацию политических технологий также можно назвать достаточно условной. В разных источниках авторы предлагают самые разные её основания и критерии. Их сравнительный анализ позволяет выявить особенности дифференциации, структуры, функционального наполнения всего разнообразия способов, инструментов и методов влияния на политические процессы.

В самом широком контексте политические технологии рассматриваются в трех аспектах: нормативном – как совокупности устоявшихся правил взаимодействия субъектов политической системы; ресурсном – с точки зрения возможностей, ресурсов и способов реализации; динамичном, когда политические технологии изучаются не в статике, а в процессе развития, выработки, принятия, реализации и контроля политических решений [41]. К максимально укрупненным группам технологий ПМ можно также отнести их деление на национальные, международные, наднациональные. Еще одним максимально широким основанием типологизации является дифференциация политических технологий по уровням, хотя и в данном подходе исследовательские позиции авторов несколько разнятся.

Наиболее традиционным можно назвать иерархическое деление политических технологий на общий (макро-) уровень, избирательный (средний) уровень, индивидуальный (микро-) уровни [120, с. 27]. Общие политические технологии, как правило, не ограничены территориальными границами, временем проведения либо выбором целевой аудитории. Соответственно макроуровень включает в себя технологии политического управления, а также технологии подготовки, принятия и реализации тех или иных политических решений. Избирательный уровень предполагает применение политических технологий только в избирательном процессе, т.е. представляет собой совокупность ин-

струментов и методов электорального маркетинга от разработки программ политических партий до «чёрных» PR-технологий. Индивидуальные технологии присущи только отдельными субъектами политического процесса. К технологиям данной группы можно отнести Послания Главы государства, его обращения к Парламенту, заявления представителей официальной политической власти, работу пресс-служб государственных органов и ряд других подобных технологий.

Присутствует и иная разновидность подхода к классификации политических технологий, сочетающая в себе дифференциацию как непосредственно по уровням (макро- или микроуровень), так и по инструментам, сфере, субъектам и др. основаниям, границу между которыми провести достаточно сложно. Так, Е.А. Колесниковым основными уровнями «государственно-правовых технологий политического манипулирования» заявлены концептуально-теоретический, информационно-художественный и программно-политический. Концептуально-теоретический уровень подразумевает наличие доктрин, идей, концепций и иных продуктов общественно-политического сознания. Информационно-художественный уровень предполагает дифференциацию технологий по каналам воздействия и инструментам реализации: СМИ, искусство, культура и др. Программно-политический уровень включает в себя программы политических партий, движений, т.е. относится к сегменту избирательных технологий [105, с. 7]. Основанием дифференциации на программно-политическом уровне выступает деление технологий уже не по инструментам, а субъектам деятельности.

Проводя подобную дифференциацию, следует учитывать, что концептуально-теоретический и программно-политический уровни тесно взаимосвязаны между собой, так как в содержание любой политической программы так или иначе заложены наиболее общие теоретические основания. В свою очередь, даже самые крупные доктрины и теории зачастую облекались в форму программы политической партии или движения. Примером подобной взаимосвязи содержания (доктрины, теории, идеологии) и формы (манифеста, декларации, программы) может служить «Манифест Коммунистической партии», опубликованный К. Марксом и Ф. Энгельсом в 1848 г. В религиозной сфере к подобному сочетанию содержания и формы, пусть и с некоторыми оговорками, можно отнести 95 (XCV) тезисов Мартина Лютера. Яв-

лявшиеся по сути декларацией, тезисы Мартина Лютера в итоге стали доктринальной основой одного из трёх, наряду с православием и католицизмом, главных направлений христианства. Что касается инструментов, то они не ограничены только религией или культурой, хотя и отличаются высокой эффективностью, так как ориентированы в первую очередь на эмоциональное восприятие: образ, ассоциацию, архетип.

Более обоснованной представляется классификация по применяемым методам и инструментарию, в которой выделяют две группы политических технологий: базовые и второстепенные. К базовым, в частности, украинские авторы относят опросы общественного мнения, референдум и выборы. Второстепенные включают в себя широкий перечень технологий разработки и принятия политических решений, проведения политических акций: собраний, митингов, маршей поддержки или протеста и др. [217, с. 224–225; 294, с. 328]. Вместе с тем, отнесение референдума и выборов к базовым политическим технологиям представляется несколько дискуссионным. Дискуссионность заключается в том, что, с одной стороны, референдумы являются одним из инструментов легитимации того или иного политического решения и, следовательно, могут быть отнесены к разряду политических технологий. В Республике Беларусь, согласно Конституции, референдум обеспечивает непосредственное участие граждан в управлении делами общества и государства. С другой стороны, чаще всего задачей референдумов все же становится выявление мнений и оценок о деятельности действующей политической власти, нежели непосредственное управление поведением субъектов политической системы.⁶ В свою очередь, выборы представляют собой уже непосредственный итог действия политических технологий, но не саму технологию.

Учитывая сказанное, к основаниям дифференциации в данном подходе целесообразно было бы отнести разделение по субъектам политической деятельности. Это связано с тем, что применение таких базовых политических технологий, как референдум и выборы, относится к исключительной компетенции

⁶ Ярким примером совещательного характера референдума, не предполагающего политических последствий, служит референдум, состоявшийся в Советском Союзе 17 марта 1991 года по вопросу сохранения СССР как обновлённой федерации равноправных суверенных республик.

государства. Применение второстепенных технологий ПМ осуществляется в деятельности политических партий, общественных движений, других политических сил. Что касается опросов общественного мнения, то их могут проводить как официальные государственные структуры, так и иные организации, хотя в некоторых случаях на проведение отдельных видов опросов требуется специальное разрешение. Так, в Республике Беларусь социологические опросы, относящиеся к тематике выборов Президента Республики Беларусь, в настоящее время имеют право проводить девять организаций, среди которых Институт социологии НАН Беларуси, Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь, Могилевский институт региональных социально-политических исследований, Центр социологических и политических исследований БГУ и ряд других [224].

К схожим основаниям классификации политических технологий относится их дифференциация по средствам воздействия, в частности, с позиций возможного применения силы. Обращаясь к концепции «мягкой силы», В.П. Бабкин характеризует их следующим образом: «Во-первых, это наиболее грубые (и наиболее древние) силовые средства (и технологии), основанные на угрозе применения физического насилия или на обещаниях защиты от него (силовые “кнут и пряник”). Во-вторых, более тонкие (и более поздние) экономические средства (и технологии), основанные на угрозе экономических санкций или обещаниях экономических преференций (экономические “кнут и пряник”). В-третьих, самые тонкие (и самые современные) средства (и технологии), основанные на информационно-психологических механизмах поощрения и наказания, определяющих поведение политических объектов» [12, с. 90]. Приведенная классификация технологий ПМ по средствам их воздействия представляется в значительной степени условной, поскольку в современных политических условиях применяется, как правило, весь спектр имеющихся средств воздействия: как силовых, так и не силовых.

Одним из примеров подобного использования является понятие «гибридной войны» и «гибридной агрессии». Данное понятие получило широкое распространение в последнее десятилетие именно в контексте комплексного применения политических технологий [19, с. 8–9]. При этом в ряде научных источников «гибридная война», наряду с пропагандой, включает в себя такие

радикальные методы воздействия, как террористические акты и локальное применение военной силы. В то же время большинство авторов в качестве её главной составляющей рассматривают информационную политику государства. Информационная политика предусматривает комплексное воздействие, в том числе с использованием сетевых технологий, «войн памяти», массовой культуры и др. [65, с. 41; 218, с. 295–296; 281 и др.]. Информационная составляющая «гибридной войны» предполагает активное вовлечение и религиозного фактора. В первую очередь, это касается стран, в которых в ходе всего исторического процесса либо текущей религиозной политики существуют сложности в межконфессиональных отношениях.

В многочисленных очагах нестабильности на Ближнем Востоке одним из ключевых становится вопрос религиозных разногласий, как правило, между различными течениями ислама. Религиозный фактор сопровождал войну и последующий распад Югославии. Из примеров другого рода можно привести использование влияния католицизма на политические процессы в таких странах бывшего соцлагеря, как Куба и Польша. В постсоветских странах религиозный фактор также периодически вовлекается в сферу действия ПМ. Например, в Украине в одном конфессиональном пространстве сосуществует сразу несколько православных церквей, отношения между которыми нельзя назвать бесконфликтными. Наиболее острой политизацией отличаются отношения между Украинскими православными церквями Киевского и Московского Патриархатов. Однако, если первые десятилетия обретения независимости странами бывшего СССР основой конфликта являлись главным образом материальные притязания и вопросы реституции собственности, то в последние годы Московский Патриархат чаще рассматривается украинской стороной через призму острых политических процессов.

Так, в аналитических материалах Национального Института стратегических исследований Украины утверждается, что «использование религиозных организаций и их представителей как агентов влияния приобрело значительный размах. Сейчас православные церкви в разных странах, контролируемые Московским патриархатом, часто становятся непосредственными исполнителями “активных мероприятий”, площадками пророссийской и антизападной пропаганды, а их служители выступают на стороне Российской Федерации и поддерживаемых ею сил с оружием в

руках». Деятельность Церкви рассматривается уже не просто с позиций применения технологий ПМ, а с позиций средств и методов вооруженной борьбы, что выводит её далеко за рамки информационных войн: «Украина на себе ощутила достоверность тезиса о том, что РПЦ вполне может быть агентом влияния, который в условиях кризисной ситуации от “мягких мер” может перейти к непосредственной поддержке боевиков. Доказанным фактом является достаточно активная поддержка со стороны священников УПЦ МП боевиков на востоке Украины» [3, с. 55–56].

В другом аналогичном документе содержится еще более жесткие характеристики с тенденцией явной персонализации политического влияния РПЦ: «Русская православная церковь (РПЦ) стала одной из главных общественных опор режима Путина». В этой связи делается вывод о том, что украинскому обществу «стоит обратить внимание на одну из важных функций РПЦ относительно поддержки режима Путина – канализацию и эксплуатацию протестного потенциала общества через налаживание тесных связей с маргинальными националистическими организациями правого политического направления» [215, с. 28–29].

Учитывая в целом секулярный характер и стабильно низкий уровень воцерковленности большинства стран бывшего СССР, представляется целесообразным говорить не о роли, а образе РПЦ. Формирование подобного стереотипа, а также целенаправленное культивирование в общественном сознании негативного образа любой из религиозных или общественных организаций свидетельствует об его использовании в качестве одного из наиболее традиционных и распространённых технологий ПМ.

В целом, затрагивая явление «гибридных войн», следует оговориться, что их отождествление с ПМ и политическими технологиями также не вполне корректно. Некорректность указанного подхода связана с тем, что, как уже отмечалось, функции ПМ гораздо шире сферы информационного противоборства и охватывают широкий круг задач вплоть до разработки философско-мировоззренческих оснований доктрин, идеологий, формирования различных форм идентичностей. Учитывая данную особенность технологий ПМ, помимо уже перечисленных оснований типологизации, они могут быть также разделены на функциональные и процедурные [59, с. 14].

При всем многообразии функций, реализуемых технологиями ПМ можно выделить две основных: интегративную (объеди-

нящую) и мобилизационную. Соответственно среди технологий ПМ выделяют интегрирующие, дезинтегрирующие, смешанные либо, по степени согласования, – технологии рассогласования и конфликта интересов [160, с. 27]. По выполнению мобилизационной функции выделяют мобилизационные технологии, побуждающие к осуществлению необходимого действия, и демобилизующие, направленные на обеспечение бездействия, а также манипулятивные и деструктивные [128, с. 103; 189, с. 9–10]. По способу воздействия на целевую аудиторию эту же группу технологий ПМ можно разделить на убеждающие, мотивационные, имиджевые, мобилизационные. Подобное деление, однако, в значительной степени условно, учитывая универсальный характер большинства инструментов ПМ. Ключевыми же в ПМ представляется обоснованным назвать именно мобилизационные технологии, ориентированные на обеспечение политического единомыслия и нужного поведения целевой аудитории. Таковыми на протяжении веков в различных обществах и странах выступали мессианство, чувство исключительности и богоизбранности той или иной нации или религии, поиск «особого пути», культивирование оппозиции «свой–чужой» и др.⁷

В то же время присутствует и другое понимание мобилизационных технологий, которые И.А. Новожиловой определяются как «инструмент целенаправленного психологического воздействия на сознание личности или группы людей, основанный на

⁷ На сакрализирующую и интегрирующую функцию языка и культуры, как и на религиозную христианскую природу мессианской задачи государства, обращал внимание еще И.Г. Фихте. В своих «Речах к немецкой нации» немецкий мыслитель отмечал, что германцы «существовали для того, чтобы соединить созданный в древней Европе общественный порядок...», а язык и есть то «фундаментальное свойство, отличающее немцев от других народов германского происхождения» [280, с. 109, 125]. Кроме этого, Фихте подчеркивал, что именно язык является связующим звеном между метрополией и зарубежьем – «разделенной нацией» [280, с. 144–145]. «Истинное» же христианство, которое сумели сохранить, по его мнению, исключительно германцы, и делает из разрозненных племен и народностей народ. Народ, в свою очередь, представляет собой «совокупность людей, живущих вместе в обществе и непрерывно воспроизводящих себя из себя природно и духовно, находящаяся в целом под действием определенного особенного закона развития божественного из нее» [280, с. 193]. Идеи Фихте, таким образом, во многом задали общую кальку – структуру и функции многих современных политических концепций и идеологий, лишив их в какой-то мере новизны и предопределив лишь различия, связанные, главным образом, с адаптацией к национальной специфике и особенностям исторического развития.

том, что личность или группа людей критически и осознанно воспринимает информацию, но при этом вынуждена поступать вопреки собственным желаниям, так как иные её поступки или высказывания могут повлечь за собой нежелательные для него последствия» [175, с. 11–12]. В приведенном определении необходимо отметить существенное смещение акцентов в общепринятом понимании мобилизационных технологий, подчеркивающее их репрессивный и принудительный характер.

Мобилизационные механизмы в данном случае строятся на основе запрета, а также противоречия между побуждениями и действием. В широком смысле, согласно определению С. Ожегова, мобилизация представляет собой приведение кого- или чего-либо в активное состояние, обеспечивающее успешное выполнение той или иной задачи [268]. Исходя из данного понимания, в процессе мобилизации приоритетным становится использование побуждающих, а не принудительных механизмов, хотя их использование жестко не оговаривается. Это дает основание дифференцировать подобные технологии по такому основанию, как степень принуждения [294, с. 329]. Различия между данными типами политических технологий состоит в «используемой аргументации (принуждение, внушение, убеждение) и степени вовлеченности данных технологий в процесс управления имиджем органов государственной власти на определенном историческом этапе» [175, с. 7–9].

Что касается процедурных технологий ПМ, то некоторые авторы разделяют их по степени публичности на публичные и латентные [294, с. 328]. Механизмы действия публичных технологий открыты: когда отправитель и получатель информации находятся в процессе непосредственного обмена, т.е. предполагают выстраивание субъект-субъектного типа взаимодействия. Латентные технологии характеризуются более жесткой схемой отношений «субъект–объект» и, как правило, ориентированы на манипуляцию, т.е. скрытое управление общественным сознанием. Для целевой аудитории инструменты «скрытого воздействия» в большинстве случаев представляют собой так называемый «черный ящик» и применяются преимущественно в информационном пространстве: Интернет-среде, других средствах массовой коммуникации. Следует оговориться, что в условиях информационного общества при достижении тех или иных задач широко используются как публичные, так и латентные технологии. В большинстве

случаев они взаимодополняют друг друга, поэтому подобное разграничение актуально скорее в теоретическом плане.

Примером может служить жанр политической карикатуры, когда лаконично сформулированная идея-слоган облечена в форму образа, символа, мема. Идея-слоган в данном случае является публичным инструментом воздействия, художественный образ – зачастую неявным, скрытым. Таким же сочетанием использования публичных и латентных политических технологий характеризуется взаимодействие политической власти с религиозными организациями, когда к значимым политическим событиям приурочивается проведение акций религиозной направленности. В Великобритании существует практика благодарственных молебнов Англиканской церкви в честь царствующих особ. В России поклонение православной святыне – поясу Богородицы в 2012 г. совпало с выборами в Государственную Думу и последующими протестными выступлениями. Подобные акции заслуживают самостоятельного социологического и политологического изучения в плане постановки задач и комплексного применения различных по механизмам, способам и объектам действия инструментов и технологий.

Еще одним распространенным основанием классификации политических технологий выступает их деление по политическим режимам на демократические, авторитарные и тоталитарные. Демократические технологии ПМ тесно связаны с понятием политической культуры и включают в себя инструменты и методы политической борьбы в условиях представительной демократии: социальное партнерство, «паблик рилейшнз»; политический брендинг, технологии лоббистской деятельности и политического прогнозирования, разрешения конфликтов и др. [102, с. 12]. Демократические технологии ориентированы на активизм, побуждение политической активности, создание и предложение альтернатив – политического продукта. К авторитарным технологиям ПМ чаще относят инструменты информационного противоборства внутри одной политической системы, подавления либо дискредитации оппозиционных официальной власти движений, так называемый «черный пиар», ранжирование тех или иных субъектов по степени традиционности, оппозиционности и т.п. Данный тип технологий, как правило, не создает дополнительных альтернатив, но не препятствует возможности выбора. Действие тоталитарных технологий ПМ направлено на полный либо

частичный контроль за информационными потоками и не предполагает наличие выбора, обеспечивая монополию действующего политического режима во всех сферах общественной жизни.

Вместе с тем, перечень механизмов функционирования соответствующих тому или иному политическому режиму технологий, как правило, отсутствует. Это обусловлено тем, что, при всем своем многообразии, большинство технологий ПМ направлено на обеспечение нужного поведения целевой аудитории, однако инструменты и методы их достижения могут использоваться различные [129, с. 87]. Помимо этого, текущие цели и задачи политических технологий даже в рамках одного режима могут меняться под воздействием как внутренних, так и внешних факторов, образуя многоуровневое «дерево целей». Поэтому данное деление может быть дополнено дифференциацией по целям, среди которых выделяют текущие, среднесрочные и долгосрочные. Краткосрочные цели диктуются текущей внутренней политической ситуацией и не требуют системного воздействия на общественное сознание. Подобного рода технологии можно назвать тактическими, ситуационными. Среднесрочные цели предполагают формирование в обществе стереотипов, потребностей, спроса и направлены на создание нового либо совершенствование существующего политического предложения, обеспечивающего бесконфликтное прохождение электорального цикла. Долгосрочные цели направлены на формирование политического сознания, гражданской идентичности, поддержание стабильности политической системы, т.е. носят стратегический характер.

Отдельного внимания заслуживает классификация политических технологий, предложенная В.В. Демидченко. В её основании заложено понимание задачи – конкретного результата, на достижение которого направлен тот или иной инструмент ПМ. Соответственно В.В. Демидченко выделяет три основные группы приемов, используемых в ПМ. Первая группа обеспечивает «направленное изменение правил взаимодействия между участниками политического процесса, в том числе путем основополагающих критериев, нормативов и институтов». Вторая группа ориентирована на «внесение в массовое сознание новых представлений, ценностей, критериев и категорий. Также это относится к формированию новых установок и убеждений». И, наконец, третья группа приемов, по мнению автора, предполагает осуществление манипулирования «поведением общественных

Таблица 1 – Основания классификации технологий ПМ

№№	Основания классификации	Типы технологий ПМ
1	По уровню применения	макроуровень (общий)
		средний уровень (избирательный)
		микроуровень (индивидуальный)
2	По уровню институционализации	концептуально-теоретический
		информационно-художественный
		программно-политический
3	По сфере политического действия	национальный
		международный
		наднациональный
4	По субъектам политической деятельности	базовые
		второстепенные
5	По степени принуждения	силовые
		«мягкая сила»
		информационные
6	По функциям	интегрирующие
		дезинтегрирующие
		мобилизационные
		демобилизационные
7	По степени открытости	публичные
		латентные
8	По политическим режимам	демократические
		авторитарные
		тоталитарные
9	По характеру реализации	функциональные
		процедурные
10	По способу воздействия	убеждающие
		мотивационные
		имиджевые

масс, которые могут подразделяться на разные по своему характеру и численности целевые группы, и обеспечивающие такое манипулирование» [76, с. 140–141]. Объектами воздействия ПМ в данной классификации выступают, на первый взгляд, достаточно разноплановые «правила взаимодействия», «массовое сознание» и «поведение общественных масс». Указанные объекты находятся в тесной взаимосвязи и взаимозависимости, предполагая системный характер воздействия.

Перечень оснований дифференциации технологий ПМ можно было бы продолжить, однако, представляя теоретический интерес, на практике большинство из них решают задачу формирования мотивации целевой аудитории. Степень институционализации, а также набор инструментов и методов реализации, а также соответствие поставленным задачам во многом определяет эффективность и целесообразность их применения. Наиболее общий перечень оснований классификации технологий ПМ представлен в таблице 1.

В таблицу не вошло понятие «мягкой силы», рассматриваемое главным образом в качестве инструмента внешнеполитического влияния. Четкая целевая направленность «мягкой силы» даёт основание отнести её к самостоятельному направлению ПМ, оперирующему широким перечнем технологий и инструментов.

1.4. Политический маркетинг и «мягкая сила»

В самом общем виде «мягкую силу» можно определить как направление ПМ, обеспечивающее политическое влияние через неполитические институты. В основу концепции «мягкой силы» легли положения культурно-идеологической гегемонии А. Грамши и У. Фулбрайта, стратегии не прямых действий Л. Гарта и некоторых других концепций, хотя к необходимости разработки ненасильственных методов обеспечения политических решений отсылают труды еще Н. Макиавелли и французских энциклопедистов.

Само понятие «мягкой силы» («softpower»), введенное в оборот представителем американской школы неолиберализма Дж. Наемом в 1990 г., подразумевает «способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, а не с помощью принуждения или выплат» [161]. «Мягкая сила» или «мягкое влияние» – это также «способность влиять на другие государства с целью реализации собственных целей через сотрудничество в определенных сферах, направленное на убеждение и формирование положительного восприятия» [162]. Указанная способность обуславливается наличием в стране нематериальных ресурсов, к которым Дж. Наем относил внешнюю политику, политические ценности и культуру.

Следует заметить, что в научной литературе присутствует точка зрения, согласно которой «мягкие» формы воздействия

на общество и коллективное сознание через стимулирование, убеждение и другие ненасильственные методы являются, тем не менее, одной из форм политического насилия. Само же политическое насилие как «способ институционализации общественно-го отношения» осуществляется в том числе через установление сетевых, нормативных и иных характеристик [125, с. 15–16]. Так, помимо «мягкой силы», для характеристики ненасильственных методов используется типология политического насилия, понятия «политического влияния», «политического воздействия», «политического принуждения», действующие через культурные, правовые и др. нормы [28, с. 58; 131; 158, с. 265; 212, с. 9]. В данном случае, однако, вопрос касается скорее обоснования и выбора терминологии, чем существенной разницы в содержательных характеристиках рассматриваемого явления.

Основной же сложностью, связанной с возможностями применения и оценки эффективности воздействия «мягкой силы», пока остается проблема её операционализации и измерительного инструментария. В частности, российскими учеными предложена сравнительная характеристика нескольких международных рейтингов – систем измерений и компонентов индекса «мягкой силы» («soft Power Index»): индекс «мягкой силы» в Азии 2008 (Чикагский совет); глобальный индекс «мягкой силы» Д. Мак-Клори 2010–2012 (Jonathan McClory. The New Persuaders III A 2012 Global Ranking of Soft Power); индекс «мягкой силы» быстрорастущих экономик 2012 (компания «Эрнст&Янг») [191, с. 109–110]. Среди наиболее распространенных систем оценки выделяются также концепции странового брэндинга (The Anholt-GfK Roper Nation Brands Index – NBI) С. Анхольда и Й. Фаня, индекс бренда страны (Country Brand Index – CBI) международной консалтинговой компании «FutureBrand», рейтинговая система агентства Bloom Consulting, Глобальный индекс 200 стран компании Восток – Запад 2011 (East West Global Index 200) и др.

В то же время основные параметры каждой из предложенных систем оценки являются в значительной степени субъективными. Субъективность обуславливается тем, что, если экономические показатели могут быть верифицированы и отражены в объективных показателях (объем инвестиций, уровень ВВП и т.п.), то такие показатели, как человеческий капитал, имидж, культура вторичны и носят либо условный, либо конвенциональный (договорной) характер [212, с. 223]. Поэтому на сегодняшний день вопрос о

возможности выявления степени воздействия страны-объекта к стране-субъекту (региону) воздействия как в теоретическом, так и в практическом плане, пока остается не решенным [116, с. 75–76; 211, с. 122; 284, с. 50].

Сложность оценки и определения параметров обуславливают достаточную «размытость» в современной научной литературе смысловой структуры понятия «мягкой силы», которая рассматривается преимущественно в трех аспектах:

- геополитическом (региональном), как традиционной «зоны влияния», «канонической территории» и т.п. [20];
- социокультурном, как воплощения в обществе определенных политических и религиозных традиций и ценностей, выступающих средством реализации внешнеполитических интересов;
- инструментальном (функциональном), как набором технологий и методов управления взаимодействием политических акторов через неполитические сферы и институты (религия, культура, образование, наука и т.п.) [32, с. 268; 190, с. 14–16].

Большинство определений, которыми оперируют исследователи постсоветского пространства, сводятся к инструменталистскому подходу. «Мягкая сила» понимается как «комплексный инструментарий решения внешнеполитических задач с опорой на возможности гражданского общества, информационно-коммуникационные, гуманитарные и другие альтернативные классической дипломатии методы и технологии» [111]. Широкий ряд подобных определений составляют «инструмент глобальной конкуренции» [18, с. 107], «несиловые методы воздействия» [183, с. 4], «инструмент управления репутацией страны» [44, с. 25], «внешнеполитический ресурс и специфический инструмент латентного управления международными процессами» [132, с. 28], «инструмент обеспечения национальной безопасности» [312, с. 200], «альтернативный ресурс влияния» [39, с. 26], «коммуникативная технология» [62, с. 319], «фактор воздействия» [156, с. 136], «потенциал воздействия» [190, с. 14] и т.п.

Учитывая заявленную направленность и смысловые границы содержания «мягкой силы» как «комплексного инструментария», обоснованно говорить о его функциональном значении. Это потребовало закрепления понятия «мягкой силы» на официальном уровне. В частности, в 2007 г. в «Обзоре внешней политики Российской Федерации» данное понятие было сформулировано как «способность воздействовать на поведение других государств с

помощью культурно-цивилизационной, гуманитарно-научной, внешнеполитической и иной привлекательности своей страны, так называемой сетевой системы общественной дипломатии» [179].

В 2012 г. Президент Российской Федерации определил «мягкую силу» как «продвижение своих интересов и подходов путем убеждения и привлечения симпатий к своей стране, основываясь на её достижениях не только в материальной, но и в духовной культуре, и в интеллектуальной сфере» [253]. Юридическое закрепление рассматриваемое понятие получило в Концепции внешней политики Российской Федерации, согласно которой одной из задач России в области международного гуманитарного сотрудничества и прав человека предусмотрено «совершенствовать систему применения “мягкой силы”, искать оптимальные формы деятельности на этом направлении, учитывающие как международный опыт, так и национальную специфику и опирающиеся на механизмы взаимодействия с гражданским обществом и экспертами, продолжить формирование нормативной базы в указанной сфере» [111].

Сама идея создания специальных институтов, организаций и иных структур, продвигающих не только интересы культуры, языка или религии, но и финансово-экономические, не нова, если обратиться к процессам регионализации, развития транснационального и трансграничного сотрудничества. В качестве примера можно привести Ибероамериканское сообщество наций (ИСН), призванное развивать как социально-экономическое, так и культурное сотрудничество стран Латинской Америки; Карибское сообщество, представляющего собой экономический союз стран Центральной и северо-востока Южной Америки и объединяющий на сегодняшний день 15 стран; Международные организации Франкофонии, объединяющие 57 стран-членов и 23 наблюдателей; Содружество португалоязычных стран (СПС), включающее 9 стран-членов и 3 наблюдателей; Союз южноамериканских наций (УНАСУР), объединившего государства-члены Южноамериканского общего рынка (МЕРКОСУР) и Андского сообщества.

Существенно различаясь по своему статусу, структуре взаимодействия и целевой направленности (распространение языка и культурных ценностей, развитие торгово-экономических связей, политическое сотрудничество) указанные организации представляют собой транснациональные образования, в основе которых

заложена идея совместной выработки и отстаивания общего интереса стран-партнеров. Еще одной их общей чертой является акцентирование роли транснациональных диаспор, опирающихся в своей деятельности на религиозную и языковую традицию, историческую память.

Говоря о непосредственно религиозном факторе, следует отметить неоднозначность его места и роли в системе инструментов «мягкой силы».

С одной стороны, если обратиться к одной из наиболее острых и ярких тенденций последних лет в мировой политике – массовым миграционным потокам представителей преимущественно мусульманского мира в целом в христианскую, но одновременно секулярную Европу, то напрашивается вывод о том, что в современных условиях религиозный фактор как раз нельзя отнести к инструментам «мягкой силы». Природа данного явления лежит в плоскости мотивации, основу которой составляет не религиозный, а материальный фактор – бегство от военных конфликтов и социального неблагополучия, а также возможность получения материальных благ: работы, образования, медицинского обеспечения и др.

Духовный, религиозный поиск в мигрантской среде если и присутствует, то в гораздо меньшей степени, нежели материальный, что одним из своих следствий имеет нежелание либо неспособность мигрантов к инкультурации. Многие из них стараются сохранить свою традиционную религиозную идентичность, в некоторых случаях облекающуюся в конфликтные формы проявления. Подтверждением этого выступают многочисленные случаи демонстративного неприятия мигрантами новой культурной среды вплоть до проявлений экстремизма, уже получивших отражение в несколько противоречивой европейской судебной практике.

В качестве примера можно привести запреты на ношение хиджабов и демонстрацию любой религиозной символики в публичных местах, отстаивание мусульманами права на ношение хиджабов и другой традиционной одежды, разрешение на оборудование в городах мест для жертвоприношений в дни мусульманских праздников и т.п. Многомиллионные исламские диаспоры превратились в инструменты «мягкого влияния» на европейскую политику со стороны крупных мусульманских стран Ближнего Востока: Саудовской Аравии, Объединенных Арабских Эмиратов, Турции, Сирии и др.

С другой стороны, коммерциализация религии дает основание говорить об ее инструменталистской функции. Как в международных, так и внутригосударственных интеграционных процессах все больше внимание уделяется развитию межрелигиозного диалога, который обеспечил бы отсылку к глубинным социокультурным основаниям данных процессов и их «народную легитимацию». По мнению М.М. Мчедловой, «эффективность использования религиозного фактора в политических стратегиях, центрирующихся на ценностных основаниях, связаны с поливариативностью проявления религиозного фактора в современном мире. Это позволяет использовать всю совокупность, присущих религии и Церкви, инструментов – от Вероучения до политических стратегий межрелигиозного диалога и эстетики» [157, с. 371]. Учитывая подобную противоречивость религиозного фактора как инструмента «мягкой силы», возможно, следует дифференцировать его по внутренним (внутригосударственным) и внешним (внешнеполитическим) функциям.

Так, применительно к католицизму можно говорить о преобладании внешнеполитических функций. Католическая («все-ленская») церковь с единым центром в Ватикане объединяет около 1,25 миллиардов последователей по всему миру. И именно с активной и жесткой миссионерской деятельностью Ватикана связано слияние религиозного фактора и геополитики средневековой Европы. Начиная с многочисленных крестовых походов, религиозный фактор становился формальным поводом для начала большинства войн и перекройки политической карты мира, т.е. инструментом политического влияния или прямой военной экспансии.

Конгрегация пропаганды веры, учрежденная папой Григорием XV в 1622 г. (с 1967 года – Конгрегация евангелизации народов – *Congregatio pro Gentium Evangelizatione*), становится едва ли не первой структурой наднационального и надгосударственного характера, в функции которой входила координация деятельности миссионеров по всему миру. Одной из задач Конгрегации заявлялось противодействие использованию христианской миссии в политических целях. Вместе с тем, с захватом новых земель и образованием колоний, колониальная политика европейских стран также была неразрывно связана с обращением в веру. Политическая лояльность измерялась в том числе религиозной принадлежностью – главным образом, обращением язычников в

христианство. Чувство превосходства своей религии давало основание для властных политических притязаний, а главное – открывало недоступную ранее возможность изменения своего социального статуса на более высокий. Можно сказать, что с того момента, когда религиозная принадлежность стала обязательным условием восходящей мобильности, религиозный фактор становится инструментом действия «мягкой силы» государства.

Таким образом, миссионерская деятельность и политические процессы были неразрывно связаны. Как отмечается в монографии Н.А. Трофимчука и М.П. Свищева, «Ко времени начала широкомасштабной европейской колониальной экспансии западные христиане уже не осознавали того факта, что их богословие было культурно обусловленным, полагая, что оно надкультурно и имеет универсальное значение. Поскольку западная культура однозначно рассматривалась как христианская, столь же очевидным казалось и то, что культура эта должна экспортироваться вместе с христианской верой» [270]. Суть религиозного фактора в политических процессах выразил канцлер Германии фон Каприви, заявивший в 1890 году: «Мы должны начать с создания во внутренних районах нескольких станций или баз, опираясь на которые смогут развивать свою деятельность и купец, и миссионер. Пушки и Библия должны идти рука об руку» [270].

На сегодняшний день влияние Католической церкви также используется при решении международных политических проблем. В частности, предложение Папы Франциска, сделанное им в ходе посещения им Иордании в мае 2014 г. о проведении в Ватикане мирных переговоров между палестинской и израильской сторонами, рассматривается некоторыми авторами в контексте действия «мягкой силы» [309, с. 28]. К подобным инструментам влияния можно отнести исторический визит Папы Римского на Кубу в 2016 г., способствовавший нормализации отношений и налаживанию диалога руководства страны с США.

Визиты же Папы Римского в страны бывшего СССР и соцлагеря традиционно рассматриваются с позиций именно политического влияния вызывают негативную реакцию со стороны представителей иных конфессий, в первую очередь, РПЦ. Так, попытка организации посещения Папы Римского Иоанна Павла II России была встречена требованием Патриарха Алексия II недопущении прозелитизма, осуществляемого католической церковью на канонической территории РПЦ, особенно в Беларуси и

Украине. Главой РПЦ было заявлено, что «в России усиливающиеся антикатолические настроения стали результатом проводимого Ватиканом прозелитизма и фактического разгрома православных епархий во Львове и Ивано-Франковской области (Украина)» [61]. При этом, согласно Концепции миссионерской деятельности РПЦ, принятой на заседании Священного Синода 27 марта 2007 года, миссионерская деятельность заявлена как приоритетное направление деятельности Церкви, поскольку «присуща самой природе Единой Святой Соборной и Апостольской Церкви» [113]. Прозелитизм же, выполняя ту же функцию – обращение в веру – расценивается как угроза национальной безопасности страны. Прозелитизм и миссионерство, таким образом, противопоставляются друг другу в зависимости от не столько религиозных, сколько политических целей субъекта, их осуществляющего.

В азиатском регионе активная миссионерская деятельность и расширение сети пресвитерианских общин во второй половине XIX – начале XX вв. становится инструментом «мягкого» европейского и американского влияния в Японии, Южной Корее, Монголии, ряде других стран.

В Корее протестантизм оказывается активно включен не только в религиозную и культурную сферы страны, но и в политические процессы. Активная поддержка христианами миссионерами корейской стороны в сложных взаимоотношениях с Японией в конце XIX в. повлияло на позитивное отношение к христианству как со стороны политической власти, так и традиционного корейского общества. В дальнейшем доля христиан значительно возрастает после Корейской войны, и в последующие годы характеризуясь положительной динамикой: в 1940 г. христиане составляли 2,2% населения Южной Кореи, в 1962 г. – 12,8%, в 1990 г. – 23% [192, с. 70]. Иное отношение к «внешнему» религиозному влиянию оказалось в Монголии, где активный прозелитизм со стороны христианских конфессий имел своим следствием введение в Концепцию национальной безопасности понятие «цивилизационной безопасности». Закрепление подобных норм в официальных документах было призвано оградить традиционные буддизм, тенгрианство и шаманизм от чуждого местным традициям идеологического влияния христианства.

В Японии христианские миссионеры занимали крупные посты в государственной власти. Становясь политическими советниками правительства, членами национального парламента,

ректорах высших учебных заведений и получая другие высокие в социальной иерархии посты, миссионеры существенно влияли на имидж не только «новой» для Японии религии, но и европейских стран: в первую очередь, Германии и Великобритании. Следует в этой связи отметить уникальность японской практики включения религиозного фактора в систему «мягкой силы». Уникальность заключалась в том, что, в отличие от подавляющего большинства других стран, данные процессы были обусловлены не внешнеполитической экспансией либо давлением «извне», а внутренней перестройкой всей политической системы Японии. Особенностью было и то, что привлечение христианских миссионеров и их деятельность в Японии не имело целью тотального и зачастую принудительного обращения населения в новую веру. Религия не являлась средством либо следствием внешнеполитической экспансии, религиозных войн и конфликтов, но выступила инструментом глубинной модернизации японского общества – так называемой «революцией Мэйдзи»: комплекса политических, военных и социально-экономических реформ в Японии 1868–1889 гг.

В Китае наиболее активное распространение протестантизма в первые десятилетия XIX в. связывают с опиумными войнами Великобритании и Франции, имеющие основной своей целью перераспределение зон экономического влияния и получение контроля за торговыми путями. Так, с 1860 по 1867 годы в Китае было открыто 48 протестантских миссий, из которых 20 миссий принадлежало Английскому миссионерскому обществу. К 1877 г. в Китае действовало уже около 500 протестантских миссионеров, принадлежавших к 25 отдельным миссионерским обществам [74, с. 67, 70]. Центром миссионерской деятельности стал Гонконг, а затем Шанхай.

В целом же, несмотря на предпринятые меры сразу нескольких европейских государств и США, попытка распространения Есу цзяо (Учение Иисуса), Цзиду цзяо (Учение Христа), Синь цзяо (Новое учение) не решила поставленных задач. Численность новообращенных исчислялась десятками и только к XIX в. – тысячами китайцев, что в соотношении к общей массе населения составляло ничтожный процент. Политика государства в лице сменявших друг друга императоров в отношении христианских миссий на протяжении столетий менялась от поддержки до неприятия в зависимости от политической лояльности и диплома-

тических функций европейских миссионеров. С образованием КНР с 1949 по 1953 гг. из Китая были высланы все иностранных миссионеры, так как «общая политика государства и правящей коммунистической партии носили антирелигиозный и антицерковный характер и вели к сокращению христианских институтов в стране» [74, с. 180]. В настоящее время в Китае по разным насчитывается примерно 70 миллионов христиан, что составляет около 5% от общего населения страны.

Тот факт, что христианство не нашло широкого спроса в Китае, объясняется в том числе тем, что миссионерская деятельность опиралась главным образом на преимущества религиозных идей, но не была подкреплена политической, экономической и цивилизационной привлекательностью стран-миссионеров. Христианство воспринималось либо как чуждая и враждебная идеология, либо как вариант неоконфуцианства с идеями, перекликающимися с древними китайскими учениями.

На примере азиатского региона видно, что отношение к христианству и его последующий статус в обществе напрямую зависели от поддержки христианскими конфессиями действий и интересов политической власти. В той или иной мере влияя на образ жизни, образование и воспитание традиционных в своей устойчивости культур азиатских стран, в долгосрочной перспективе христианские конфессии во многом оправдали свою миссию. Кроме этого, значительную роль в обеспечении преимуществ «чужой» религии на рынке религиозных услуг играла возможность получения сугубо материальных благ: образования, высокого социального статуса и др. Иными словами, религиозный фактор становился инструментом «мягкой силы» государства, как правило, в том случае, когда действовал в совокупности с другими факторами и являлся гарантией экономического роста и политической модернизации страны.

Что касается православия и деятельности РПЦ, то сеть приходов РПЦ за рубежом рассматривается в качестве инструмента влияния Российской Федерации прежде всего теми странами, в которых данные приходы функционируют. Наиболее яркой иллюстрацией признания религиозного фактора как инструмента «мягкой силы» можно назвать подготовку и проведение Всеправославного Собора, состоявшегося в 2016 г. Всеправославный Собор как собрание представителей всех поместных церквей в лице предстоятелей церквей, епископов или других уполномоченных

лиц не проводился уже около тысячи лет и сам факт подобного собрания имел огромное значение как на религиозную, так и на политическую жизнь стран-участниц Собора.

Изначально Собор планировалось провести под председательством Вселенского Патриарха Варфоломея в Константинополе (Стамбуле – Турция), однако после обострения политических отношений между Россией и Турцией состоялся в итоге на острове Крит. При этом четыре из четырнадцати автокефальных Церквей, в том числе Грузинская и РПЦ, отказались от участия в Соборе. И, хотя формально причиной данного отказа было названо несогласие церквей с некоторыми проектами документов и рядом организационных вопросов, основной предпосылкой стали разногласия по поводу изменения статуса УПЦ КП и ее взаимоотношений с УПЦ МП, а также реакции на это изменение РПЦ. Иными словами, Всеправославный Собор стал рассматриваться как политическими субъектами, так и самими участниками Собора исключительно в контексте военных конфликтов в Сирии и Украине и других острых вопросов, могущих иметь политические последствия.

Таким образом, в качестве основной функции «мягкой силы» большинством авторов определяется культурное влияние за рубежом через систему неполитических институтов: религию, искусство, образование и др. Реализация данной функции осуществляется посредством адресного информационного воздействия, формирующего стимул-побуждение к социально значимому поведению тех или иных слоев или групп (целевой аудитории) [72, с. 75; 132, с. 81; 151, с. 77]. Вместе с тем, если изначально действие «мягкой силы» действительно предполагало преимущественно культурное влияние, то в настоящее время обоснованно говорить о переориентации ее функций. Культурное влияние становится не целью, а инструментом общей политики государства, в которой религиозный фактор играет значительную роль.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. ПМ («political marketing») в широком понимании представляет собой способ направленного воздействия на политический процесс, осуществляемый через формирование побудительных мотивов (ценностей, интересов, электоральных предпочтений), изучение и удовлетворение политического спроса целевой аудитории. Большинство подходов исходит из первичности нужд и потребностей личности, социальной группы или общества в целом, обуславливающей: а) мотивы политического поведения; б) спрос на конкретный политический продукт. Выявление и структурирование мотивов становится основным инструментом влияния на нужное (ожидаемое) поведение масс. В свою очередь, изучение спроса позволяет сформировать адекватное предложение, которое было бы востребовано целевой аудиторией. Современный ПМ охватывает обе маркетинговые стратегии: «потребности–мотивы–поведение» и «потребности–спрос–предложение». Поэтому первичной задачей любого вида ПМ является как выявление тех или иных нужд и потребностей, так и их формирование.

2. Основными предпосылками распространения ПМ на постсоветском пространстве являются:

а) политическая модернизация общества, характеризовавшаяся, во-первых, отказом от жёстких идеологических рамок и партийной монополии, во-вторых, отсутствием собственного политического опыта в данной сфере;

б) переориентация экономического развития стран бывшего СССР с плановой экономики на политику свободной торговли, обусловившая распространение и экстраполяцию рыночных категорий на все сферы общественной жизни;

в) глобальная информатизация общества, многофункциональность сетевых интернет-технологий и других средств массовой коммуникации;

г) общий кризис идентичности.

3. Универсальный характер большинства политических технологий позволяет выделить лишь два их ключевых признака: целевые функции и степень институционализации. Целевые функции обусловлены общим пониманием содержания ПМ и в самом обобщенном виде могут быть обозначены как обеспечение совокупного интереса многочисленных субъектов политическо-

го процесса. Степень институционализации определяется спецификой политической системы, а также социокультурными и политическими традициями того или иного общества. Остальные признаки в большей степени зависят от методологических подходов, в связи с чем классификацию политических технологий можно назвать достаточно условной. Основания классификации инструментов и технологий ПМ разнородны и множественны. Во многом обуславливая характер взаимодействия внутри политической системы, технологии ПМ становятся неотъемлемой частью общественной жизни современного демократического государства.

Ключевыми в ПМ в настоящее время, как правило, выступают технологии мобилизационного типа, ориентированные на обеспечение ожидаемого поведения целевой аудитории. Основными инструментами их реализации выступают: а) мобилизационное начало (наличие сакрального основания; чувства общности; противопоставления «свой–чужой», «друг–враг»), и б) структура и характер межсубъектного взаимодействия (сетевая структура, линейное взаимодействие, иерархическое взаимодействие «центр-периферия» и др.).

4. Использование религиозного фактора, в том числе в рамках действия «мягкой силы», можно назвать одним из наиболее распространённых и в то же время неоднозначных инструментов современного ПМ. Одним из основных условий его влияния на внутри- и внешнеполитические процессы является не столько степень институциональной поддержки, сколько преимущества материального плана: во-первых, лояльность к действующей политической власти и, во-вторых, возможность обеспечения экономического роста и политической модернизации страны.

2 РЕЛИГИЯ И ПОЛИТИКА

Анализ объективных факторов и предпосылок, обусловивших распространение ПМ на постсоветском пространстве, а также рамок и сущности самого понятия ПМ, позволил определить его целевые функции и инструменты. Основными функциями ПМ выступают:

а) влияние на нужное (ожидаемое) поведение целевой аудитории через выявление и формирование побудительных мотивов, ценностей и интересов, обуславливающих в итоге наличие политического спроса;

б) формирование адекватного политическому спросу политического предложения, охватывающего не только «электоральный маркетинг», но также общие направления внутренней и внешней политики государства.

Универсальный и многофункциональный характер большинства политических технологий в практическом плане дает основание дифференцировать их в первую очередь по степени институционализации и соответствию той или иной целевой функции ПМ. Поэтому в контексте рассматриваемой темы дальнейшее исследование будет посвящено определению места религии в ПМ с позиций изучения её влияния на спрос, предложение и другие составляющие ПМ.

Решение данной задачи будет осуществляться, во-первых, через анализ инструментов и методов ПМ, зародившихся в советской атеистической и религиозно-ведческой литературе, а также взаимосвязь политических и религиозных факторов в современных научных исследованиях. Во-вторых, через обзор международного опыта политического управления в религиозной сфере. В-третьих, через рассмотрение религиозного фактора в качестве инструмента внешнеполитического влияния и имиджевой политики государств.

2.1. Антирелигиозная пропаганда как инструмент политического маркетинга в СССР

Религия и религиозные институты на протяжении столетий выступали едва ли не главным инструментом легитимации политической власти, формирования социокультурной идентичности, чувства общности, незыблемости мировоззренческих констант.

Общие тенденции секуляризации общества, особенно советский период отечественной истории, в значительной степени ослабили влияние религии на общественное сознание и политические процессы. В то же время это не означало исключение религиозного фактора из сферы действия ПМ. Религия по-прежнему играла значимую роль в обеспечении устойчивости политической системы, однако стала использоваться не как мобилизационный, консолидирующий и легитимирующий ресурс, а инструмент противопоставления, создание «от противного» нового политического порядка. Проследить подобную переориентацию функций и новую роль религиозного фактора в ПМ позволяет ретроспективный анализ советских изданий 1917–1937 гг. из фондов Национальной библиотеки Беларуси.

Одним из устойчивых стереотипов, сложившихся в настоящее время как в образовательном пространстве, так и в научной литературе, является стереотип тотальной «борьбы с религией» советского государства. Антирелигиозная и антиклерикальная пропаганда зачастую представляется в качестве одного из основных направлений советской идеологии, исключающей возможность каких-либо научных исследований по религиозной проблематике. Как показывает анализ научных изданий первых советских пятилеток, тематическое поле религиозноведческих исследований было обширным, хотя нельзя не отметить его общую переориентацию в части постановки целей и задач. Религиозные учения и практики рассматривались через призму политизации религии, противопоставления отжившего «старого» прогрессивному «новому». Помимо научных, в печать выходило множество других видов работ: от научных монографий до периодических изданий и образовательной литературы, рассчитанной на массового читателя. Исключение представляет лишь сугубо богословская и теологическая тематика, а также религиозная философия, хотя отдельные церковные издания продолжали выходить в СССР вплоть до конца 1930-х гг.

Разнообразие религиозной проблематики связано с тем, что главная задача государства в сфере свободы совести формулировалась как «преодоление», а не борьба с религией. В новом социуме религии отводилась роль в большей степени отмирающего «пережитка», нежели действенного «врага». Соответственно основными способами «преодоления» в первую очередь провозглашались ликвидация безграмотности, просвещение, вовлечение в активную общественную деятельность, повышение общего культурного и образовательного уровня, формирование у масс научного материалистического мировоззрения, т.е. уничтожение старых и создание принципиально новых социальных условий, при которых религиозные убеждения «отомрут», нивелируются сами собой.

В печати разворачивается широкая пропаганда атеистического мировоззрения, основными принципами которой являлись материалистическое объяснение явлений природы и общественной жизни, социальная сущность всех религиозных воззрений, замена религиозных верований научными знаниями [287, с. 145–146]. Количественная структура библиографических источников и динамика по годам представлена в таблице 2 и включает как светские (научные, академические, агитационные и др.), так и церковные издания.

Как видно из результатов контент-анализа, в первые три года советской власти еще достаточно активно выходили церковные издания, но уже к 1922 г. их число резко снижается. Всплеск же публикаций по данной тематике приходится на 1928–1933 гг., по-видимому, как итог первых десятилетий советского государства, вобравших в себя период гражданской войны, кампанию по изъятию церковных ценностей, начало процессов коллективизации и индустриализации, других значимых событий общественной жизни.

Анализируя библиографию рассматриваемого периода, следует также отметить, что в названиях всего разнообразия изданий преобладают такие категории, как «религия», «церковь», «безбожие» (безбожный, безбожник), «антирелигиозный», «атеист» (атеистический, атеистическая), но отсутствует профессиональная дифференциация. Это, с одной стороны, может свидетельствовать скорее о безразличии советской идеологии к какому-либо конкретному вероисповеданию, чем об активной «борьбе с православием». С другой стороны, «церковь», как пра-

Таблица 2 – Контент-анализ советских печатных изданий по религиозной проблематике

(кол-во единиц, в динамике по годам)⁸

Ключевые слова	1917–1921		1922–1927		1928–1933		1934–1939	
	церковные издания	советские издания	церковные издания	советские издания	церковные издания	советские издания	церковные издания	советские издания
Религия	11	19		21	1	25		5
Атеизм (атеистический, атеистическая)				1		3		1
Антирелигиозный (антирелигиозная)		2		4		30		25
Безбожие (безбожник, безбожный)				3		14		2
Церковь	1	7	1	14		23		8
Православие	1		2	3	2	3		4
Ислам (мусульмане)		3		4		5		1
Иудаизм (евреи)				1		4		11
Всего:	13	31	3	51	3	107		57

вило, традиционно отождествлялась с «православием», что делает неоднозначным и, возможно, некорректным данный вывод и требует дополнительного анализа литературы.

Среди основных направлений научной и общественно-политической мысли можно выделить научные и научно-популярные издания, методическую литературу, собственно антирелигиозную пропаганду, объединенных общей целью переориентации общественного сознания.

Содержанием научных работ становилось выяснение предмета и методологии науки о религии; анализ трудов амери-

⁸ Общий объем выборки составил 265 источников. Поиск и отбор осуществлялся по ключевым словам в названии печатных источников.

канских и западноевропейских ученых; изучение первичных и ранних форм религиозных верований (анимизма, фетишизма, тотемизма, магии) и т.п. Как большинство университетских и академических изданий, подобные труды издавались ограниченным тиражом и были адресованы немногочисленным категориям населения: студентам, преподавателям, университетской и академической профессуре. Также широко была распространена практика изданий отдельных лекций, стенограмм выступлений и очерков.

В указанную группу источников можно также отнести переиздания дореволюционных книг соответствующей тематики. В частности, обращает на себя внимание переиздание в 1917 г. нескольких работ историка РПЦ и активного участника антибольшевистского движения С.П. Мельгунова «Как создавалась в России государственная церковь», «Старообрядцы и свобода совести: о необходимости для старообрядцев отделения церкви от государства». Монографии посвящены изучению особенностей процессов государственно-конфессиональных отношений в России, этапам становления и институционализации православия в качестве официальной государственной идеологии. С.П. Мельгунов одним из первых прямо указывал на зависимость церкви от политической власти: «Если на Западе религиозно-политические доктрины папства, пытавшиеся осуществить “Царство Божие” на земле путем создания гигантской всемирной монархии на теократических началах, при столкновении с жизнью терпели неудачи и сводились, в конце концов, к проповеди тесного союза между церковью и государством, то в Византии ... идеи, ставящие “святительство” выше «царства», выливались в жизни скорее в форму подчинения церкви государству» [139, с. 3].

Отмечалась в работе также новая для Российской Империи тенденция «подневольности церкви», которую сегодня можно было бы обозначить как политизацию религии. На то время такой подход был новаторством и свидетельствовал о новом этапе в осмыслении политических функций Церкви: «Параллельно с процессом превращения князя-помещика в царя-самодержца, ... развивался и процесс введения церкви в рамки государственных учреждений» [139, с. 7]. Особенностью указанных трудов является то, что религия и Церковь едва ли не впервые рассматриваются с позиций ПМ: как инструмента обслуживания интересов политической власти и поддержки в Российской Империи монархии.

Среди белорусских научных изданий следует выделить работу профессора Н.М. Никольского «Религия, как предмет науки», посвященную общим положениям внеконфессионального изучения религии, сравнительной характеристике идеалистического и материалистического подходов и методов к изучению религии, обзору европейских научных школ. Религию Н.М. Никольский рассматривал с позиций позитивизма и представлял её как явление «естественного порядка» и первую форму познания человека о мире: «религия в целом есть социальное явление, группирующее людей, связанное неразрывными нитями со всей совокупностью экономических, социальных и политических отношений в данном обществе в данную эпоху» [174, с. 3].

Изучению ранних форм религии посвящено и большая часть послереволюционных изданий, в числе которых работы по античной мифологии профессора Ф. Зелинского, культам древних славян профессора Е. Кагарова и др. Отдельные аспекты развития первобытных верований и культов рассматриваются в трудах профессора С.З. Каценбогена, возглавлявшего в 1921–1925 гг. кафедру социологии и первобытной культуры Белорусского государственного университета, и осмысливающего данные явления уже с позиций марксизма и исторического материализма.

Белорусский государственный университет осуществлял активную издательскую деятельность в деле «преодоления» религии. Университетом была издана серия научно-популярных брошюр и хрестоматий на белорусском языке, призванных убедить широкие массы в ошибочности всех религиозных убеждений: «Рэлігія і здароўе», «Рэлігія і савецкая медыцына», «Рэлігія і вайна», «Рэлігія ў барацьбе за рабочую моладзь». Значительная часть научно-популярных изданий посвящена истории основных мировых религий, процессам зарождения, становления и трансформации культов, социальной обусловленности религиозных культов и верований. Не лишены элементов политизированности и выполненные в общей массе в контексте антирелигиозной пропаганды, тем не менее, указанные издания характеризуются всеми чертами научного знания: постановкой проблемы, выделением объектно-предметной области исследования, разнообразием методологических позиций, систематизированной библиографией и т.п.

Обращает на себя внимание витебское издание 1922 г. Казимира Малевича «Бог не скинут», которое нельзя отнести к указан-

ной группе источников, но которое отличается свободным обоснованием пусть и не канонического религиозного, но в полной мере идеалистического философского мировоззрения: «Каждый человек спешит к совершенству своему, стремится быть ближе к Богу, ибо в Боге его совершенство, следовательно, каждый шаг человека должен быть направляем к Богу, для чего он изыскивает пути или средства – просто ищет Божеских признаков» [134, с. 17]. Подобные тексты, опубликованные в первую советскую пятилетку, свидетельствуют о довольно постепенной переориентации религиозной тематики.

Что касается научно-популярных изданий и методической литературы, то они представлены периодическими изданиями, монографиями, брошюрами, адресованными уже не конкретной целевой аудитории, а адаптированными для широкого круга читателей.

Среди указанных источников обращают на себя внимание подшивки журнала «Атеист», издававшегося одноименным научным обществом с 1925 по 1936 гг. К работе в журнале привлекались ученые-историки, социологи, философы, этнографы, антропологи, публицисты. В разное время в числе авторов «Атеиста» были выдающийся польский поэт и публицист А. Немоевский, будущий академик НАН СССР Е. Ярославский [311], ученые-философы А. Богданов и Л. Аксельрод, общественный и революционный деятель Д. Вейс, публицист И. Вороницын, организатор и руководитель научного общества и издательства «Атеист» И. Шпицберг. Активно публиковались и переводные издания, среди которых работы немецкого философа мониста А. Дрекса, немецкого профессора Р. Гольдшмидта, французского этнографа Э. Нурри, британского религиоведа, антрополога и историка религии Д. Фрэзера, австрийского и немецкого философа Ф. Маутнера и многих других.

В целом проблемное поле «Атеиста» отличалось разнообразием тематики и методологии исследований: взаимоотношения церкви и государства, история религии и атеизма, хроника международного антирелигиозного движения. Статьи, выполненные как в рамках материалистического понимания истории и теоретического наследия марксизма, так и «идеологически чуждых, но дающих обширный фактический материал исследователей, особенно иностранных» [86]. Решение вопросов осуществлялось с разных методологических позиций: религиозно-философской,

позитивистской, историко-материалистической [140, с. 37]. Отдельно следует отметить обширнейший библиографический раздел, включающей сотни наименований – аннотированные отзывы о советских и зарубежных изданиях на русском и на иностранных языках.

Феномен журнала состоял в том, что по содержанию большинство статей «Атеиста» представляли собой полноценные научные исследования со своей предметной областью, методологией, обширным как теоретическим, так и эмпирическим материалом, включая полевые исследования этнографов, фольклористов и др. В то же время основной задачей журнала был не только научное познание и развитие той или иной отрасли науки, но также работа с массовым сознанием. По форме и решаемым задачам журнал, таким образом, представлял собой один из инструментов формирования атеистического мировоззрения и соответственно поведения своей аудитории, нивелирующего роль церковных институтов в молодом советском обществе.

В целом академические и университетские издания характеризуются традиционным для отечественной науки конца XIX – начала XX века изучением религии в рамках этнографии, лингвистики, антропологии адресностью, ограниченностью аудитории (студенчества, ученых, преподавателей) и тиражей; незначительным резонансом и влиянием на широкие массы читателей, отсутствием «обратной связи». В свою очередь, научно-популярную литературу можно с полным правом назвать первым полноценным инструментом советского прообраза современного ПМ. Помимо многовекторности тематики, разнообразия методологических подходов, плюрализма мнений и мировоззрений авторов, она отличалась адаптированностью, простотой (в то же время не упрощенностью) изложения материала, адресованного широкой аудитории. Активной популяризации научного знания способствовало привлечение в научно-популярную литературу известных ученых, философов, общественных и политических деятелей.

Наряду с научной и научно-популярной литературой, в рассматриваемый период активно разрабатывалось принципиально новое направление: методическая литература. Одной из первых советских методических разработок обоснованно можно назвать издание 1929 г. «Безбожники – в социалистическое соревнование», в котором оказались сформулированы основные принципы

антирелигиозной работы. К ним, в первую очередь, относится её практикоориентированность: децентрализация, творческий подход, работа активистов непосредственно на местах [260, с. 9–10]. Главной задачей выступала не столько непосредственно антирелигиозная пропаганда, которая являлась второстепенным направлением, сколько формирование новой социальной среды работника как на производстве, так и в повседневном быте. Решение указанной задачи связывалось с разработкой новых форм и методов антирелигиозной работы, к наиболее социально значимым из которых можно отнести:

образовательную и просветительскую деятельность (ликвидация безграмотности, радиофикация деревни и рабочих поселков, открытие и обеспечение антирелигиозной литературой библиотек, изб-читален и др.);

производственно-трудоую деятельность (участие в производственном соревновании, работа в дни религиозных праздников, содействие рабочему изобретательству, организация ударных бригад, устройство опытных участков, содействие механизации сельского хозяйства и т.п.);

формирование новой культуры досуга (организация кружков, клубов, докладов, вечеров, устройство уголков и выставок и т.п.). Использовались инструменты постепенного замещения и вытеснения религиозных традиций элементами нового быта (октябрины вместо крестин, отказ от приема священников на дому, отказ от религиозных праздников и т.п.).

К концу 1930-х гг. как итог и обобщение практики двух послевоенных десятилетий появляется уже целый ряд методических разработок и социологических исследований изменения у населения отношения к религии. Так, работа Е. Хлебцевича «Массовый читатель и антирелигиозная пропаганда: опыт изучения читательских интересов и методы антирелигиозной пропаганды и руководства чтением» содержит обширный эмпирический материал о работе библиотек: обращаемости книг, популярности запросов по жанрам, динамике читательского интереса и т.д. Результаты анкетирования выявляли общие направления читательских интересов и пожеланий читателей, их запросы, оставшиеся неудовлетворенными и требовавшие дополнительной работы библиотек. Данные фронтальных и выборочных анкетных опросов сопоставлялись с данными учета выдач книг тем же читателям за тот же период времени, что можно было бы обозначить как метод

сравнения субъективных пожеланий читателей с объективным учетом выдачи книг. Например, приведенная статистика выдачи и средний оборот книг с 1921 по 1925 гг. в библиотеках РККА позволяют констатировать в 1924–1925 гг. снижение популярности антирелигиозной литературы – по-видимому, за счет возросшего интереса к естествознанию, прикладным и социальным знаниям [287, с. 4].

Помимо статистических данных, одна из первых в СССР практик выборочного анкетирования позволила дифференцировать читательские интересы по социальным группам (красноармейцев-горожан, красноармейцев-крестьян, старослужащих, новобранцев и т.п.) и на этой основе разработать комплексные методические разработки для клубно-библиотечной работы, кружков, самодеятельности и т.п. Примерная схема антирелигиозной пропаганды при библиотеке предусматривала сочетание различных форм работы с населением: громкие чтения, иллюстративный материал, беседы, диспуты, выставки книг, проведение опытов, наблюдений, устройство метеорологической и радиостанций, экскурсии и т.п. Указанные мероприятия существенно изменяли целевые функции библиотек, превращая их не столько в собрание книг или пропагандистскую точку, сколько в культурно-просветительские центры популяризации научного знания.

В частности, Е. Хлебцевич отстаивал точку зрения, что при работе с религиозным читателем антирелигиозная пропаганда не должна начинаться «в лоб», а являться лишь заключительным, завершающим этапом предварительной масштабной просветительской и общеобразовательной работы. Указывая в том числе и на недостаток «прямолинейности» советской антирелигиозной пропаганды, Е. Хлебцевич приводит многочисленные отзывы читательской аудитории. Отзывы читателей, порой наивные и бесхитростные, представляют живой интерес и сегодня, свидетельствуя как об устойчивости среди общей массы безграмотного населения религиозных верований, так и о масштабе проводимой просветительской работы.

Ценным источником получения «обратной связи» стал также единый читательский формуляр, анализ которого являлся частью системного изучения влияния книги не только на мировоззрение читательских групп, но в первую очередь на поведенческую активность «со стороны активного участия их в социалистическом строительстве» [286, с. 98]. Итогом многолетних наблюдений и

исследований стал вывод автора об обусловленности динамики религиозности населения и эффективности антирелигиозной пропаганды в первую очередь социальными факторами: созданием новой социальной среды, условий труда и быта, популяризацией научного знания. Поэтому антирелигиозная пропаганда рассматривалась лишь как одно из многочисленных направлений культурно-просветительской и образовательной деятельности, развернутой советским государством в первые десятилетия своего существования.

Еще одной яркой страницей научной биографии Е. Хлебцевича является обоснование одной из первых в советском религиоведении и социологии религии типологии религиозности населения, в основу которой был положен адресный подход: критерий отношения населения к религии. В качестве отдельного явления выделялась «обрядовая», внецерковная религиозность значительной массы населения. Сама же типология включала пять основных типов: сознательные атеисты (отрицательная ступень религиозности); безучастные к религии, бессознательные атеисты (нулевая ступень религиозности); верующие «по традиции», формально; сомневающиеся (дробная ступень религиозности); верующие (положительная ступень религиозности).

Многие идеи и положения, обоснованные Е. Хлебцевичем (социальная обусловленность динамики религиозности населения, «формальная» религиозность и др.) актуальны и для сегодняшнего белорусского общества, по-прежнему вызывая устойчивый научный интерес многих исследователей. Помимо исследовательской работы, Хлебцевич стоял у истоков зарождения и формирования принципиально нового, не существовавшего до 1917 г. направления: разработки теоретико-методологических основ адресной работы с населением, главными принципами которой становились, во-первых, ориентированность на конкретную социальную группу (целевую аудиторию). Во-вторых, комплексный подход, включающий сочетание широкого разнообразия форм, методов и методик работы с конкретной аудиторией. В-третьих, обязательное наличие «обратной связи»: изучение мнений, оценок и интересов читательской аудитории о формах, содержании и качестве просветительской деятельности в целом и атеистической пропаганды в частности.

Принцип адресности в работе с аудиторией, учет её интересов, подготовки и соответственно степени восприятия читающих

нашел широкое применение при составлении сборников библиографических источников. В числе таких работ – справочник для сельского работника «Что читать о религии», библиографические тематические обзоры Я.М. Глана, содержащие алфавитные указатели, аннотации к изданной литературе и рекомендации по работе с приведенными источниками в зависимости от уровня подготовки читающих.

Атеистическо-пропагандистское направление представляло собой главным образом малоформатные издания, адресованные как целевой аудитории (материалы в помощь агитаторам, книги для изб-читален), так и массовому читателю (плакаты, альбомы, листовки «Антирелигиозная азбука», «Безбожник у станка», «Мироведение безбожника», «Безбожник» и др.). Что касается содержания, то в целом именно указанное направление было ориентировано на формирование негативного образа религии и как «пережитка», и как «врага». Это достигалось, как правило, доступным, упрощенным противопоставлением: темного прошлого – светлому будущему, содержания – форме, религиозной идеи – её реализации. По сути данный жанр можно назвать первой отечественной практикой целевого применения мобилизационных и имиджевых технологий. Достаточно рассмотреть лишь несколько изданий, чтобы выстроить применительно к религии последовательный ассоциативный ряд: «яд», «хлам», «цепи», «темнота», «туман», «паутина суеверий», а также характер смысловых противопоставлений («сияние-подаяние», «духа-брюха» и т.п.).

Двустихия, речевки, эпиграммы, сопровождающиеся ярким видеорядом (плакаты, листовки), по своей природе оказались близки к народному творчеству, фольклору и вобрали в себя элементы «низовой» и зарождающейся в недрах народной новой, массовой пролетарской культуры. Лаконичная, образная, «клиповая» форма советской антирелигиозной литературы максимально облегчала восприятие малограмотной массой населения. Сочетая в себе художественную форму с народной фольклорной основой, она опиралась на «низовую» и массовую пролетарскую культуру. Применяемые в художественном творчестве инструменты ПМ оказались максимально эффективными, в полной степени выполнив свои цели и задачи, и в настоящее время вызывая в обыденном сознании устойчивую ассоциацию с антирелигиозной пропагандой как единственным направлением печатной мысли первых двух десятилетий советского государства.

Подводя итог краткого обзора фондов Национальной библиотеки Беларуси, можно сделать вывод о том, что антирелигиозная пропаганда являлась лишь частью общей атеистической пропаганды, которая, в свою очередь, представляла собой одно из направлений масштабной многоаспектной культурно-просветительской и образовательной деятельности, развернутой советским государством в первые десятилетия своего существования. Советская печатная общественно-политическая и научная мысль 1917–1937 гг. характеризовалась обширностью тематики. Масштабная систематизация научного знания в области религиоведения, атеизма, свободомыслия и свободы совести, привлечение в просветительскую деятельность широкого круга ученых, общественных и политических деятелей вывело изучение религии за узкие богословские и конфессиональные рамки. Это заложило основу современного систематического и сравнительного религиоведения, сектоведения, социологии религии, политологии, стимулировав развитие отдельных направлений и богословской мысли, а также целых отраслей педагогики, психологии, методического обеспечения образовательной деятельности.

Указанные направления стали базой для развития в СССР собственно «научного атеизма», оформившегося лишь к концу 1950-х гг. и представляющего более привычную современному обыденному сознанию комплексную отрасль знания о религии исключительно с позиций методологии исторического материализма и опорой на естественнонаучное знание. Зарождение и формирование нового, не существовавшего до 1917 г., направления разработки адресных методов и конкретных методик работы с целевой аудиторией (начальной школой, учителями, военнослужащими, агитаторами и др.), можно назвать полноценным методологическим фундаментом современного ПМ. В результате применения адресных форм работы с целевой аудиторией стало возможным создание новой социальной среды, формирование новой повседневной культуры досуга и быта, просуществовавшей на постсоветском пространстве вплоть до конца XX – начала XXI века. В настоящее время религиоведческие научные исследования также не лишены элементов политизации, хотя их маркетинговый характер носит неявный, латентный характер. Тем не менее, как отражая, так и формируя мировоззрение не только исследователя, но и определенной части общества, они могут быть рассмотрены с позиций ПМ, поскольку прямо либо опосредованно отвечают сложившемуся «спросу».

2.2. Религиозный фактор и политические процессы: обзор белорусских диссертационных исследований

Развитие ПМ, политизация религии, вовлечение церкви в политические процессы и технологии все чаще становится предметной областью диссертационных работ отечественных ученых, обуславливая динамику изменения приоритетов научных исследований в данной сфере. Изменения приоритетов связаны, в первую очередь, с глобальными социальными трансформациями, происходившими на постсоветском пространстве в последние десятилетия. Однако, если в начале 1990-х гг. сам факт обращения ученых к проблемам реализации свободы совести и включения религии в сферу действия ПМ, являлся некоторым научным новаторством, свидетельствовавшим об изменении общественного сознания, то в настоящее время уже позволяет говорить как острой актуальности и неоднозначности указанной тенденции, так и об определенном социальном заказе.

Анализ диссертационных исследований за последние 12 лет (2004–2016 гг.), в которых в той или иной мере присутствует обращение к религии в контексте её взаимосвязи с социальными и политическими процессами и институтами, дает возможность постановки и решения ряда задач по выявлению: а) основных тематических направлений диссертационных исследований, теоретических и методологических подходов, концепций, парадигм; б) как зависимости, так и возможного влияния религиозного фактора на политические процессы; в) недостаточно изученных на сегодняшний день аспектов взаимодействия религиозной и политической сфер белорусского общества.

В обзор не включены работы, выполненные в рамках религиоведения, философии религии, культурологии и искусствоведения, авторы которых, хотя и обращаются в своих исследованиях к религии, но в качестве предмета изучения рассматривают богословские аспекты вероучений, религиозную онтологию и гносеологию, семантику религиозных обрядов и т.п. вопросы, непосредственно не затрагивающие социально-политическую обусловленность религии.

Отличительной особенностью рассматриваемого направления является то, что большинство диссертационных работ выполнены «на стыке» сразу нескольких отраслей гуманитарного

знания: социологии, философии, истории, политологии. Общее количество и динамика представления диссертационных работ по годам и отраслям науки приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Количество диссертационных работ, представленных к защите, по годам/отраслям науки

Год	Количество диссертаций	Отрасль наук/специальность
2004	–	
2005	2	23.00.01 – теория политики, история и методология политической науки 07.00.02 – отечественная история
2006	2	22.00.01 – теория, методология и история социологии (докторская) 22.00.06 – социология культуры, духовной жизни
2007	3	09.00.11 – социальная философия (докторская) 09.00.13 – религиоведение, философская антропология, философия культуры 12.00.01 – теория и история права и государства; история учений о праве и государстве
2008	3	07.00.02 – отечественная история 22.00.01 – теория, методология и история социологии 22.00.08 – социология управления
2009	1	09.00.13 – религиоведение, философская антропология, философия культуры
2010	1	07.00.09 – историография, источниковедение и методы исторического исследования
2011	–	
2012	3	09.00.11 – социальная философия (2) 22.00.06 – социология культуры
2013	1	12.00.01 – теория и история права и государства; история учений о праве и государстве
2014	4	07.00.09 – историография, источниковедение и методы исторического исследования 22.00.01 – теория, история и методология социологии 22.00.04 – социальная структура, социальные институты и процессы 23.00.02 – политические институты, процессы и технологии
2015	3	07.00.02 – отечественная история (3)
2016	1	22.00.01 – теория, методология и история социологии
Итого:	24	Социологические науки – 8 Философские науки – 5 Исторические науки – 7 Юридические науки (история права) – 2 Политические науки – 2

Как видно из приведенной таблицы, распределение по годам достаточно равномерное, за исключением периода с 2009 по 2011 гг., когда за три года к защите было представлено всего две диссертации. Кроме этого, следует обратить внимание, что по политическим наукам подготовлено всего две работы – в 2005 и в 2013 гг., т.е. с разбежкой в 8 лет. Анализируя содержание диссертаций и авторефератов, в качестве основных тематических направлений диссертационных исследований можно выделить следующие:

- характеристики, типология, динамика изменения религиозности общества;
- вопросы религиозной идентификации, социокультурной идентичности, ценностных ориентаций верующих;
- государственно-конфессиональные отношения, проблемы реализации свободы совести;
- новые религиозные течения, проблемы сект, некультов и т.п.;
- национальная и информационная безопасность Республики Беларусь, место религиозного фактора в политических процессах и технологиях.

В работах политологов религия рассматривается не только как составляющая мировоззрения и один из маркеров идентификации верующих, но и как самостоятельная идеология с высокой степенью институционализации. Враждебность или лояльность установок той или иной религиозной идеологии по отношению к политической власти способны оказывать значимое влияние на гражданское согласие в обществе. В то же время религиозный фактор выступает одним из элементов общей политики государства, что обуславливает его двойственный, противоречивый (амбивалентный) характер. Амбивалентность заключается в том, что религия в равной степени может оказывать как стабилизирующее, так и дестабилизирующее воздействие на политическую систему.

Отмечая совпадение ряда функций религии и политики, С.С. Давыденко и А.В. Шерис сходятся во мнении, что при выборе общих стратегий национальной безопасности и конкретных моделей государственно-конфессиональных отношений необходимо учитывать, во-первых, духовно-нравственный потенциал традиционных конфессий. Во-вторых, структуру религиозного пространства белорусского общества, сложившуюся в процессе исторического

развития. В настоящее время, по мнению А.В. Шериса, его составляют религиозное ядро (традиционные конфессии), оказывающее наибольшее влияние на политическую стабильность, и периферия (нетрадиционные конфессии), сочетающие в себе как легальные, так и нелегальные формы [297, с. 2–4, 12]. Соответственно одним из условий эффективности государственной религиозной политики предполагается сочетание принципов социального партнерства государства с традиционными конфессиями и ограничения деятельности тоталитарных сект [71, с. 15–16].

В рамках социологического подхода выполнены исследования Н.Л. Балич, Д.К. Безнюка, В.А. Мартиновича, О.А. Шелест, Е.В. Шкуровой.

Рассматривая религиозный фактор как один из инструментов социального управления, Д.К. Безнюк отмечает, что современное положение Белорусской Православной Церкви также продиктовано в основном политическими факторами, поскольку отношения государства и церкви традиционно обуславливались, во-первых, «сугубо функциональными установками на использование её символических и материальных ресурсов со стороны государства». Во-вторых, стремлением государства к жесткому контролю за деятельностью церкви и вписыванию её в существующую политическую систему [16, с. 12–13]. Подобный функциональный подход к религии со стороны государства обуславливает и конкретную схему (модель) религиозной политики, структурными элементами которой являются соответственно её мировоззренческая, стратегическая и доктринальная основы [16, с. 7]. Учет и сочетание всех трех элементов обеспечивает относительную бесконфликтность конфессионального пространства белорусского общества, стабильность политического развития.

Ситуация в сфере реализации свободы совести и религиозных свобод оказывает также существенное влияние на образ страны на международной арене. Подчеркивая возрастающую роль религиозного фактора во внешнеполитической сфере, Д.К. Безнюк отмечает, что в настоящее время «состояние свободы совести в Беларуси стало открыто использоваться западной дипломатией как инструмент давления на нашу страну; религия, вернее сфера свободы совести, превратилась в инструмент политического противостояния» [16, с. 4].

Зависимость религиозного фактора от политических процессов отмечает и Е.В. Шкурова, диссертационное исследование

которой посвящено особенностям развития государственно-конфессиональных и межконфессиональных отношений. Изучение институциональной структуры религиозного поля Республики Беларусь, анализ социальной динамики религиозной ситуации в Беларуси позволяют автору сделать вывод о том, что на определенном этапе развития конфессиональная структура общества, как и степень влияния конфессий, зависит от религиозной политики государства, модели государственно-конфессиональных отношений и других политико-правовых факторов. В этой связи отмечается, что, с одной стороны, «связь политической жизни общества с религиозными воззрениями его граждан заключается в том, что от политического режима, установленного в государстве, напрямую зависит степень религиозной свободы общества» [300, с. 11]. С другой стороны, религиозная организация также может оказывать опосредованное влияние на своих адептов через политических и государственных деятелей, позиционирующих себя как приверженцев той или иной конфессии. На зависимость статуса и роли религиозных организаций от политики государства и конкретного исторического периода развития общества указывает Н.Н. Сухотский [263, с.8].

О.А. Шелест [296] и Н.Л. Балич [13], обращаясь в своих исследованиях к особенностям нетрадиционных форм религиозности, актуализированных в сознании, структуре самоидентификации и поведении верующих, также рассматривают феномен новой религиозности в контексте глобальных мировых социокультурных и политических трансформаций XX века. В частности, отмечая возрастающую активность религиозных институтов в том числе в политической сфере, О.А. Шелест подчеркивает, что религиозная и конфессиональная самоидентификация в настоящее время уже «не является индикатором, однозначно определяющим содержание религиозных представлений и особенности культового поведения верующих» [296, с. 4]. В соответствии с этим утверждением автор выделяет четыре доминирующих типа религиозности, присутствующих в современном белорусском обществе: мистически ориентированная, ортодоксально ориентированная, ритуально ориентированная и социально ориентированная религиозность [296, с. 16].

Анализируя весь спектр социальных условий и предпосылок интеграции мигрантов-мусульман в белорусское общество, О.А. Алампиев представляет миграционную политику как фактор,

обусловливающий как перспективу интеграции мигрантов-мусульман, так и их самоизоляцию и формирование закрытых этнорелигиозных общин, противоречащих социокультурным и правовым нормам белорусского государства [6, с. 15].

В.А. Мартинович рассматривает нетрадиционную религиозность в широком контексте: им предложена классификация нетрадиционной религиозности с учетом её структурных и содержательных оснований как целостной, открытой, развивающейся системы [137]. Именно системный подход позволяет автору выявить особенности воспроизводства нетрадиционной религиозности в России и Беларуси, проследить её динамику. Указанный автором феномен, с одной стороны, раскрывается во всей сложности его структурной организации и генетических изменений. С другой, поднимаются проблемные аспекты и выявляются специфические особенности самого процесса и методов изучения нетрадиционной религиозности. Процессы воспроизводства нетрадиционной религиозности рассматриваются во взаимодействии с социумом, т.е. в контексте субъект-субъектных отношений.

Разработанная автором матрица нетрадиционной религиозности, предусматривающая 102 потенциально возможных её типа, может стать инструментом дальнейших исследований проблем как нетрадиционных религиозных движений, так и состояния религиозности в целом. Особую актуальность приобретает часть исследования, посвященная миграции новых религиозных движений, их перемещению и распространению в ту или иную страну или регион. Предложенная типология миграции новых религиозных движений позволяет проследить траектории, механизмы и цели их распространения.

Предметным полем изучения Г.А. Кругловой является христианская глобалистика, интерпретация в христианских концепциях таких глобальных проблем современности как войны и мира, экологии, научно-технического прогресса. Анализ христианских подходов глобальным проблемам современности, осуществленный в диссертационной работе, позволяет вскрыть главную особенность современной «христианской глобалистики», по сути представляющей собой системное противоречие: объяснение основными христианскими конфессиями природы глобальных мировых проблем современности не социально-политической обусловленностью, а фактом грехопадения человека. Т.е. находясь внутри общественно-политической системы, фор-

мируясь под её влиянием и являясь частью ее, рассматривать решение её проблем вне общественного контекста.

Так, например, «поддержка деятелями католицизма различных политических сил во многом обусловили непоследовательность и внутреннюю противоречивость её миротворческих концепций». В свою очередь, существование РПЦ в условиях советской политической системы обусловило «поддержку ею мирных инициатив советского государства и явилось продолжением и развитием на уровне массового религиозного сознания конкретных государственных миротворческих предложений» [121, с. 20, 25]. Обращает на себя внимание, что социальная концепция РПЦ в отдельных положениях оценивается автором как наиболее конкретная по сравнению с другими социальными доктринами христианских конфессий, поскольку РПЦ, наряду с богословским объяснением, в частности, экологических проблем, признается влияние ряда социальных и политических факторов. Однако сводятся указанные факторы к таким традиционным для современной православной риторики аргументам, как «отход от христианских принципов», «изменение религиозных верований» и т.п., что делает отмеченную автором конкретность достаточно условной и дискуссионной [121, с. 16].

Диссертационная работа И.А. Барсук посвящена изучению духовно-теоретических истоков становления социокультурной идентичности восточных славян. Связывая формирование базовых славянских ценностей с историей племенных союзов, этнополитических сообществ, а также Киевской Руси, автор, однако, во главу угла ставит аксиологический подход, отдавая безусловный приоритет религиозно-ценностному влиянию на идентичность [14, с. 10]. Именно религиозно-ценностное восприятие, обусловленное в первую очередь христианским мировоззрением, по мнению И.А. Барсук, сформировало предрасположенность восточных славян к архетипу «Святой Руси» – единого духовного, культурного и геополитического пространства белорусов, русских и украинцев. В то же время, анализируя генезис сложной семантической структуры архетипов восприятия восточных славян, в том числе архетипов власти и государственности, автором фиксируется роль и геополитических условий. Так, византийское влияние сыграло ключевую роль в формировании социально-экономической структуры общества и представлений о власти, а включенность восточных славян в различные социально-полити-

ческие институты способствовало трансформации идей соборности [14, с. 13].

Особенности институционализации христианских религиозных ценностей и их влияния на развитие белорусского общества и государственности также рассматривается Е.А. Лагуновской. Отмечается тот факт, что в «общественно-политической практике белорусского государства возрастает роль наследия христианства, однако в реальном процессе социальной коммуникации значительная часть белорусского общества руководствуется широким диапазоном ценностных ориентаций и установок» [127, с. 14]. В этой связи подчеркивается особая роль внутривнутриполитической деятельности белорусского государства по развитию его духовной сферы.

Специфику трансформаций идейных установок и форм деятельности православия в Беларуси как значимого фактора реализации религиозной политики государства рассматривает также Н.М. Кожич, указывая, что сама постановка вопроса о необходимости церковных преобразований, а позже церковная реформа, были обусловлены общей тенденцией демократизации общественной жизни. Сопровождалась указанная тенденция огосударствлением церкви, проявившимся «в бюрократизации церковного управления, идеологизации мировоззренческих установок, направленных на всемерное поддержание самодержавного строя» [104, с. 9]. Религиозная политика России и Польши, использовавших религию в качестве инструмента политических притязаний и культурной ассимиляции белорусского этноса, во многом определила как характер взаимоотношений двух ветвей христианства (православия и католицизма), так и их идеологию, церковное устройство, специфику религиозной идентификации народов.

Вместе с тем, обращает на себя внимание некоторая неоднозначность в исследовательской позиции автора. Последовательно раскрывая и рассматривая обусловленность религиозной идеологии и социальной доктрины РПЦ именно глобальными политическими и социально-экономическими факторами, Н.М. Кожич характеризует подобный исследовательский подход как «односторонний», ссылаясь на издержки марксистско-ленинской методологии научного анализа и утверждая, что «церковная система обладает внутренними закономерностями» [104, с. 9].

В работах историков (А.Б. Алексеев, И.Г. Гончарук, А.П. Грахоцкий, Р.В. Зенюк, М.Г. Шукан) прослеживается общая тенден-

ция анализа динамики статуса конфессий в контексте геополитических интересов Российской Империи и Польши, в которых религия в большей степени выступала в качестве основы государственной идеологии, инструмента борьбы за сферы влияния.

Так, при коллизии государственных и церковных интересов решающим фактором становилась воля монарха, а в случаях межконфессиональных споров и передела церковного имущества судебные дела приобретали политический оттенок. Решения по таким делам зачастую принимались в соответствии с религиозной направленностью, а не по существу рассматриваемого иска [304, с. 9–10]. Даже вопрос объединения церквей, являющийся, главным образом, богословским, разрешался в политической плоскости, что имело в последующем множество негативных последствий и для самой церкви, и для государства [304, с. 14]. Статус и деятельность католической церкви в составе Российской империи, по мнению историков, также был обусловлен политическими интересами: с одной стороны, процессами закрепления белорусских земель в составе Российской Империи, с другой стороны, необходимостью поддержания связей Российской Империи с Римом [57, с. 9–10].

Сложившаяся ситуация требовала решения ряда возникших проблем: во-первых, нивелирование польского культурного (в первую очередь языкового) и политического влияния на белорусских землях, а также сильных националистических (как правило, оппозиционных царским властям) настроений. Во-вторых, необходимость нейтрализации недовольства и противодействия со стороны католического духовенства, вызванного борьбой с польским влиянием и утверждением привилегированного положения РПЦ [57, с. 4]. В-третьих, обеспечения контроля за политически «неблагонадежными» конфессиями и их лояльности в обмен на гарантии веротерпимости, т.е. попытки выстраивания партнерских, а не конкурентных государственно-конфессиональных отношений [68, с. 3–4]. Соответственно, в зависимости от политической ситуации, позиции Костела в обществе то усиливались, то ослаблялись. Р.В. Зенюк отмечает решающее воздействие общественно-политического фактора, в частности, политическую активность римско-католического духовенства в восстаниях 1830–1831 и 1863–1864 гг., в реформах, проводимых в Российской Империи относительно католических образовательных учреждений всех уровней. Попытка русификации костела и закры-

тие на белорусских землях католических духовных учреждений ставило своей целью подготовку «местных» кадров, свободных от польского политического и культурного влияния [90].

Таким образом, в диссертационных исследованиях политологов и социологов четко фиксируется ряд тенденций. Во-первых, отмечается амбивалентный характер религиозного фактора, оказывающий как стабилизирующее, так и дестабилизирующее воздействие на политическую систему. Во-вторых, обосновывается обусловленность главных направлений и принципов религиозной политики, а также конкретной модели государственно-конфессиональных отношений: а) исторически сложившейся конфессиональной структурой белорусского общества; б) системными социально-политическими трансформациями, происходившими на постсоветском пространстве; в) функционально-целевым подходом – учетом политической властью степени фактического влияния религии на поведение её адептов и исходя из этого – целесообразности использования религиозного фактора в политических процессах. В-третьих, раскрывается влияние уже действующей модели государственно-конфессиональных отношений на трансформацию форм и степени религиозности, и соответственно формирование и динамику конфессиональной структуры современного общества. Научные исследования, таким образом, играют существенную роль в разработке технологий, инструментов и методов ПМ в части вписывания религиозного фактора в общее политическое пространство.

Кроме этого, у представителей различных отраслей социально-гуманитарного знания отмечается различный методологический подход к изучению религиозного фактора. Философы склонны рассматривать религию (религиозную доктрину, политику церкви и т.п.) как самостоятельное социокультурное явление, обуславливающее аксиологический фундамент, идентификацию и геополитическую ориентацию народов и этносов. Работы, выполненные в рамках истории, социологии и политологии связывают изучение конфессиональной структуры общества, её динамики и особенностей преимущественно с их обусловленностью политическими процессами. Каждый из приведенных подходов имеет право на существование в соответствии с теми задачами, которые решают авторы, а также спецификой конкретной отрасли научного знания. В совокупности они позволяют раскрыть суть кажущихся, на первый взгляд, противоречий: ди-

алектическое единство – взаимовлияние и взаимообусловленность – указанных процессов.

В этой связи малоизученным и потому перспективным направлением представляется постановка следующей проблемы ПМ: выявление на разных исторических этапах реальной степени влияния: а) религиозного фактора на политические процессы, и б) политических процессов, институтов и технологий – на религию. Выявление реальной, а не декларируемой степени влияния религиозного фактора на общественное сознание позволит уйти как от популизма, в некоторой степени свойственного конфессиональной риторике, так и от действия такого неоднозначного, но широко распространенного инструмента ПМ, как политическое мифотворчество. Применение принципов и методов ПМ по выявлению потребностей, ценностей и мотивов субъектов отношений, выстраиванию «обратной связи» позволит корректировать религиозную политику в русле общих задач по обеспечению гражданского мира и социальной стабильности белорусского общества.

Учет межконфессиональных отношений и религиозного фактора в целом в политическом управлении, в первую очередь, деятельности государственных органов, подтверждается их структурой, функциями и принадлежностью к той или иной ветви власти, в полной мере характеризуя наличие в обществе как политического «спроса» в религиозной сфере, так и «предложения».

2.3. Религиозный фактор в политическом управлении: международный опыт

Специфика деятельности органов государственного управления в религиозной сфере, их структуры и функций обусловлены рядом факторов. Во-первых, религиозными и социокультурными особенностями государства, историческими традициями его взаимоотношений с религией. Во-вторых, стратегическими целями, которые государство ставит перед собой в деле социального партнерства с так называемыми «титульными» конфессиями. В-третьих, соответствующим социальным и правовым статусом конфессии, её правами и возможностями (финансовыми, политическими и т.п.), т.е. возможностью влияния на мотивацию

и поведение её адептов.

Все это определяет степень включенности религии в политические процессы и технологии. Изучение указанных факторов позволяет провести сравнительный анализ структуры органов государственного управления некоторых европейских стран и стран СНГ в религиозной сфере, выявить специфику их деятельности и соответственно ожидания государства от взаимодействия с конфессиями, учета религиозного фактора как во внутренней, так и внешней политике государств. Следует оговориться, что, несмотря на события, связанные с громкими террористическими актами, структура и функции государственных органов большинства европейских стран не претерпели существенных изменений. Поэтому «террористический контекст» религиозного фактора в данном случае рассматриваться не будет.

Объективно реальная степень влияния религии в европейских странах в настоящее время крайне неоднородна и не всегда напрямую зависит от политического и правового статуса, численности и исторического пути конфессий. Так, например, в Германии традиционно сильны позиции иудейской общины, в Англии и Франции – ислама. Исключение составляют Польша и Италия, где подавляющее большинство населения идентифицирует себя с католицизмом. Указанная тенденция связана, с одной стороны, с общей тенденцией секуляризации и снижения уровня религиозности европейского общества. С другой стороны, колониальным прошлым многих европейских стран, массовой миграцией из стран Ближнего Востока и Африки, образованием и активной деятельностью множества иммигрантских общин, главным образом, мусульманских.

Как следствие возрастающее влияние религиозного фактора в ПМ наблюдаются в первую очередь в странах с высоким процентом «новообращенных», где большинство крупных религиозных объединений, как правило, этничны и составляют иммигрантские общины. Поэтому для европейского пространства наиболее актуальными и распространенными становятся сугубо межрелигиозные и межэтнические конфликты, обострение которых непосредственно связано с процессами европейской интеграции, вписыванием мусульманских общин в традиционное европейское общество, их адаптацией и инкультурацией. Соответственно в странах со значительной этнической обусловленностью религии, как, например, Англия, Франция, религиозный фактор становит-

ся также одним из приоритетов геополитических интересов государства и значимым инструментом его внутренней и внешней политики.

В этой связи религиозная ситуация и соответственно религиозная политика каждой конкретной страны обладает своей обусловленностью и спецификой. Так, верховные акты Великобритании (статуты), составляющие её Конституцию, определяют Англиканскую церковь как официальную. В частности, глава королевского дома должен быть членом этой церкви (также как и главной англиканской церкви), 24 епископа Англиканской церкви являются членами палаты лордов. В стране закреплено право на свободу вероисповедания, запрещено «разжигание религиозной ненависти», запрещена какая-либо дискриминация по признаку «религии или убеждений» или «отсутствия религии или убеждений» в сфере предоставления товаров, оборудования и услуг, образования, пользования и распоряжения имуществом, а также при осуществлении государственных функций. Кроме этого, в Великобритании религиозный фактор выступает одним из инструментов налаживания диалога в решении застарелых религиозных разногласий между Шотландией, Уэльсом и Северной Ирландией.

В Северной Ирландии, несмотря на официальный государственный статус Англиканской церкви, существует исторически сложившаяся система запретов какой-либо религиозной дискриминации либо, наоборот, привилегий: в сфере занятости, службы в госсекторе, предпринимательстве и т.д. Несоблюдение данных норм может привести к уголовному наказанию и потере государственных контрактов. Кроме того, с 1998 г. законодательство Северной Ирландии предусматривает, что все государственные органы должны проявить должное внимание на необходимость содействия равенству возможностей, в том числе на основе религиозных убеждений. Также официальной религии не имеют Шотландия и Уэльс. Согласно Акту 1921 г., в Шотландии функционирует своя Национальная церковь, основываясь на пресвитерианской системе, но она не зависит от какого-либо государственного органа или влияния престола на духовные вопросы или вопросы руководства. Т.е., формально провозглашенная государственная религия в ряде регионов Великобритании на практике подобного статуса лишена.

В Германии значительная часть населения нерелигиозна,

что предполагает в целом светский характер государства, несмотря на формальную конфессиональную принадлежность правящей партии. В стране нет государственной религии, но имеются религиозные объединения с особым правовым статусом. Особый статус предусматривает право церкви претендовать на государственную поддержку и заключать соглашения с государством на право доступа в такие сферы, как здравоохранение, образование, армия и т.д. Отдельные положения Конституции ФРГ, связанные с областью государственно-конфессиональных отношений, во многом заимствованы непосредственно из Веймарской Конституции 1919 г.

Так, в ст. 136 Веймарской Конституции предусмотрен временной ценз – обязательное пребывание церкви на территории государства длительное время. Еще одно условие получения особого статуса состоит в том, что конфессия должна иметь в числе своих членов на менее 1% населения соответствующей земли. В настоящее время в ФРГ особый статус имеют Римско-католическая и Евангелическая церковь. В некоторых землях (Бавария, Северный Рейн-Вестфалия и др.) этим статусом обладает и православная церковь. Сильное влияние на политическую жизнь страны, несмотря на их невысокую численность, оказывают иудейские общины.

В 2003 году в результате межгосударственного Договора о Сотрудничестве между Федеральным правительством и центральным Советом евреев определены размеры финансирования еврейской общины государством. Центральный Совет получает примерно 5 млн. евро ежегодное финансирование для поддержания еврейского культурного наследия, восстановления еврейской общины и поддержки интеграции и социальной работы еврейской общины. Под охраной полиции находятся все синагоги и еврейские учреждений. Соглашение отдельно подчеркивает, что центральный Совет евреев поддерживает все ветви иудаизма.

Во Франции также можно говорить о светском характере государства и религиозной политики, не отдающей явного предпочтения ни одной из конфессий. Согласно национальному законодательству, церковь и государство официально разделены. Согласно ст. 1 Закона о разделении церкви и государства от 9 декабря 1905 г., «Республика не признает, не оплачивает и не субсидирует никакой религии. Все расходы, связанные с вероисповеданием должны быть удалены из бюджета государства, де-

партаментов и коммун. Тем не менее, в бюджетные расходы могут быть включены услуги священника и обеспечение свободного исповедания религии в государственных учреждениях, таких как школы, колледжи, больницы, приюты и тюрьмы». Несмотря на принцип нейтралитета государства в отношении конфессий, особый статус имеют следующие церкви: римско-католическая, старокатолическая, лютеранская, кальвинистская, а также иудаизм и ислам.

После громких судебных процессов, имевших значительный политический резонанс, в стране запрещены ношение религиозной символики в государственных школах и молитвы на улицах. В то же время нельзя игнорировать все более возрастающую роль ислама, учитывая массовую миграцию последних лет и тесные связи с бывшими колониальными странами Северо-Африканского региона (Марокко, Алжир, Саудовская Аравия и др.). Мусульманская община Франции является на сегодняшний день одной из крупнейших в Европе, оказывая существенное влияние на внутреннюю и внешнюю политику страны. Кроме уже традиционной проблемы вписывания исламских общин в европейское пространство, в последнее десятилетие возник ряд проблем, связанных с появлением и активной деятельностью новых религиозных движений (сект, культов). Франция занимает достаточно жесткую политику в отношении сект, а создание специального Межведомственного агентства информации о сектанской деятельности подвергалось критике со стороны Европейского Союза и Госдепартамента США.

Польша традиционно является католической страной, однако Конституция и национальное законодательство Польши предусматривает свободу вероисповедания, не устанавливая официально государственной религии: «Церкви и иные вероисповедные союзы равноправны» (ч. 1 ст. 25 Конституции Республики Польша). Конституция предоставляет родителям право воспитывать своих детей в соответствии со своими собственными религиозными и философскими убеждениями. В то же время уровень религиозности населения в Польше остается одним из самых высоких в Европе, подтверждая особый статус Католической церкви – в первую очередь, как одного из основных идентификационных факторов поляков. Следует также отметить активную позицию иудейской общины, действующей в тесном сотрудничестве с Костелом. Поэтому, несмотря на проекты реформ государственного

финансирования Костела, его влияние на политические процессы в польском обществе неизменно высоко. Политическая власть в большей степени нуждается в одобрении и поддержке Костела, нежели Костел – в поддержке власти.

В целом, анализируя специфику религиозной ситуации в различных странах мира, можно отметить следующие общие особенности органов государственного управления, осуществляющих религиозную политику. В тех странах, где приток мигрантов либо туристов, являющихся адептами не коренной, традиционной для государства религии, наиболее высок, в полномочия государственных органов по делам религий включены также и вопросы миграции. Чаще всего соответствующее направление работы закрепляется не за отдельным государственным органом, а, как правило, включено в компетенцию министерств (Франция – Министерство внутренних дел, Испания – Департамент по делам религии в составе Минюста и т.д.).

В большинстве исламских стран, традиционно характеризующихся религиозным слиянием (синкретизмом) всех сфер общественной жизни, данная компетенция возложена на профильные Министерства. Так, в Бахрейне функционирует Министерство по делам юстиции и ислама, Ираке – Министерство вакуфов и по делам религий, Иране – Министерство культуры и исламской ориентации, ОАЭ – Министерство по делам религии и вакуфов, Пакистане – Министерство по делам религий и национальных меньшинств, информации и радиовещания и т.п. Структура и полномочия подобных министерств, как правило, устойчивы и реализуются без значимых реформ на протяжении длительного времени.

Что касается постсоветского пространства, то, как показала практика, европейский и мировой опыт в религиозной сфере не всегда применим и целесообразен в силу существенных различий в политических и социокультурных традициях, сформировавших отношение к религии, а также её фактическую роль в менталитете народов бывшего СССР. Заимствование и попытка внедрения американской либеральной модели религиозной политики выявили необходимость построения собственной модели и соответственно структуры государственных органов, учитывающей специфику сложившихся отношений. Поэтому наибольшей структурной и функциональной динамикой профильных структур характеризуются страны бывшего СССР, в большинстве кото-

рых неоднократно проводились как кардинальные законодательные реформы в сфере свободы совести, так и реструктуризации соответствующих государственных органов. В этой связи религиозную политику, деятельность государственных органов, а также судебную, исполнительную и правоприменительную практику в данной сфере во многих странах СНГ в целом нельзя назвать устоявшейся и непротиворечивой.

Анализ нормативных правовых актов и локальных документов государственных органов, регулирующих отношения в религиозной сфере, выявил неодинаковость подходов к формированию структуры в зависимости от их целевых функций, многочисленные попытки их адаптации к меняющейся ситуации с учетом национальной и конфессиональной специфики стран СНГ. Указанные структуры активно задействованы государством в решении геополитических и внутривнутриполитических, оборонных и информационных задач, а их особенности могут быть сведены к следующему.

В Казахстане Агентство Республики Казахстан по делам религий является центральным исполнительным органом и не входит в состав правительства. Среди наиболее вероятных причин создания Агенства – активизация радикальных исламских группировок, тенденции к проведению оппозиционного влияния через отдельные религиозные организации, а также планы военного сотрудничества с ОДКБ, ШОС и НАТО под эгидой борьбы с экстремизмом и терроризмом [4].

Миссией Агентства является осуществление государственного регулирования в сфере религиозной деятельности. В его ведение передана часть функций по обеспечению информационной и государственной безопасности, а в структуру, наряду с иными департаментами и управлениями, включено Управление по защите госсекретов и информационной безопасности [197]. Перечень полномочий Агентства обширен и включает в себя деятельность по разработке законопроектов, стратегических и программных документов; осуществлению международного сотрудничества по вопросам религиозной деятельности и взаимодействия с религиозными объединениями; заключению соглашений, меморандумов и договоров; предложений по совершенствованию системы национальной безопасности и целый ряд других направлений.

В большей мере представительские, нежели политические функции, осуществляет Совет по связям с религиозными объе-

динениями, который является консультативно-совещательным органом при Правительстве Республики Казахстан. Целью данного органа является выработка предложений и рекомендаций по вопросам формирования и реализации основных направлений государственной политики в области религиозной деятельности и взаимодействия с религиозными объединениями, укрепления духовного согласия в обществе и гармонизации межконфессиональных отношений.

В перечень полномочий Совета входят задачи по координации и связям с общественностью, религиозными организациями и СМИ: всестороннее и объективное изучение, обобщение и анализ религиозной обстановки в стране и тенденций ее развития; разработка предложений по формированию приоритетных направлений государственной политики в области религиозной деятельности и взаимодействию с религиозными объединениями;

информирование государственных органов о состоянии религиозной обстановки в республике и соблюдении национального законодательства; укрепление взаимопонимания и терпимости между религиозными объединениями и оказание им консультативной помощи и др.

К функциям Совета соответственно относятся: формирование основных направлений государственной политики в области религиозной деятельности и взаимодействия с религиозными объединениями; разработка предложений по совершенствованию законодательства, регулирующего отношения в религиозной сфере; осуществление консультаций работу по вопросам государственной политики в области религиозной деятельности и взаимодействия с религиозными объединениями; налаживание международных связей с соответствующими организациями иностранных государств.

Оба государственных органа, регулирующих религиозную сферу (Агентство Республики Казахстан по делам религий и Совет по связям с религиозными объединениями при Правительстве Республики Казахстан), относятся к одной ветви власти – исполнительной.

В Украине, отличающейся относительной устойчивостью религиозной политики, все профильные государственные органы также относятся к одной – исполнительной власти, выполняя, как правило, тактический политический заказ. 9 декабря 2010 года Указом Президента Украины был ликвидирован Государствен-

ный комитет Украины по делам национальностей и религий, а его функции переданы в ведение Департамента по делам религий и национальностей, включенного в структуру Министерства культуры. Указанный Департамент осуществляет свою деятельность по нескольким направлениям: экспертно-аналитической работы и связей с религиозными организациями; регистрации уставов и статистического учета религиозных организаций; содействия международной, социальной и гуманитарной деятельности религиозных организаций; национальных меньшинств Украины и украинской диаспоры, а также языковой политики.

Подобное положение связано с тем, что в Украине религия отстранена от острых политических процессов, а религиозные организации не обладают значимым влиянием на политическую жизнь страны. Они достаточно разрозненны и в большей степени ориентированы на выстраивание сложных межконфессиональных отношений и имущественных споров. В качестве примера можно привести достаточно конфликтное сосуществование в едином конфессиональном пространстве сразу трех официальных украинских православных церквей (УПЦ): УПЦ Киевского патриархата (далее – УПЦ МП), УПЦ Московского патриархата и УАПЦ (автокефальную церковь). Соответственно поддержка и даже просто предметный диалог политической власти с той или иной православной церковью предполагает в первую очередь не столько религиозные и культурные, сколько её геополитические ориентиры и интересы. В этой связи можно предположить, что реформа, передающая функции Комитета по делам национальностей и религий во ведение Министерства культуры Украины, также была направлена на ослабление возможной политической активности конфессий.

В России на сегодняшний день осуществляется единственная в своем роде практика, когда все ветви власти: законодательная, исполнительная и президентская имеют соответствующие структурные подразделения: Совет по взаимодействию с религиозными объединениями при Президенте Российской Федерации, Комитет Государственной Думы по развитию гражданского общества, вопросам общественных и религиозных объединений Российской Федерации и Комиссию по вопросам религиозных объединений при Правительстве Российской Федерации. В то же время фактически указанные органы являются в большей степени информационным органом главы государства. Отдельно следует

отметить, что, помимо федерального уровня, соответствующие структуры присутствуют на региональном и местном уровнях исполнительной власти, системно и функционально разрозненны, имеют неодинаковый статус и объем полномочий, компетентности и ответственности.

Совет по взаимодействию с религиозными объединениями при Президенте Российской Федерации формально, согласно Положению, осуществляет функции по координации и связям с общественностью, религиозными организациями и СМИ и включает в свой состав представителей всех крупнейших религиозных объединений России. В задачи Совета входит подготовка и публикация аналитических материалов и докладов, рекомендаций; обсуждение проектов различных нормативных правовых актов Российской Федерации, затрагивающих сферу государственно-конфессиональных отношений; изучение проблем, связанных с поддержанием межконфессионального диалога; обеспечение контактов с соответствующими структурами иностранных государств и др. [266].

Обращает на себя внимание то, что количественная и качественная структура Совета претерпела существенные изменения по сравнению с первым составом 1995 г., изменившись с 16 представителей до 23 по состоянию на 29.01.2017г., и более чем в два раза увеличив число представителей РПЦ. Приведенная динамика свидетельствует о корректировке в приоритетах государства, а также расстановке политических сил в Совете.

В Комитет Государственной Думы по развитию гражданского общества,

вопросам общественных и религиозных объединений Российской Федерации входят 13 членов, 10 из которых являются представителями правящей политической партии – «Единой России». При Комитете функционирует Экспертный совет, в перечне задач которого обозначены: проведение независимой экспертизы и подготовка проектов заключений по отдельным законопроектам; консультационные услуги; участие в подготовке предложений по внесению изменений в федеральные законы по вопросам, отнесенным к ведению Комитета; анализ и оценка практики применения действующего законодательства в Российской Федерации; оказание содействия Комитету в изучении мировой практики и международных стандартов по разработке и применению законодательства, регулирующего деятельность неправитель-

ственных некоммерческих организаций. В состав Экспертного совета могут входить представители научно-исследовательских и учебных центров, религиозных организаций, общественных объединений, исполнительных, законодательных и судебных органов, других организаций и структур, независимые эксперты. Решения Экспертного совета носят рекомендательный характер.

Комиссия по вопросам религиозных объединений при Правительстве Российской Федерации является координационным органом, образованным для рассмотрения вопросов, возникающих в сфере взаимоотношений государства и религиозных объединений. Так, указанная Комиссия вырабатывает для Правительства Российской Федерации рекомендации, заключения и проекты решений по вопросам, затрагивающим сферу взаимоотношений государства и религиозных объединений; осуществляет взаимодействие с государственными и общественными организациями, научными учреждениями и религиозными объединениями; формирует предложения об оказании содействия и государственной финансовой и иной поддержки реализации религиозными организациями общественно значимых культурно-просветительских и социальных программ; организует анализ законодательства Российской Федерации и др.

Комиссия не обладает контрольными или распорядительными функциями по отношению к религиозным организациям, однако ее решения являются обязательными для всех представленных в ней органов исполнительной власти. Кадровый состав Комиссии также дает основание предполагать усиление контроля со стороны политической власти за деятельностью религиозных объединений, могущих оказать влияние на политические процессы России.

В Республике Беларусь в настоящее время функционирует институт Уполномоченного по делам религий и национальностей. Функционирование данного института осуществляется в соответствии с Положением об Уполномоченном по делам религий и национальностей и его аппарате, утвержденным Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 15.07.2006 № 891 (Далее – Положение) [273].

Уполномоченный назначается на должность и освобождается от должности Президентом Республики Беларусь по предложению Совета Министров Республики Беларусь, а его деятельность обеспечивает аппарат Уполномоченного по делам религий и на-

циональностей. Уполномоченный руководит деятельностью аппарата, распределяет обязанности между руководителями структурных подразделений аппарата и своим заместителем, который назначается и освобождается от должности Советом Министров Республики Беларусь. В число его основных задач входит участие в разработке и реализация государственной политики в этноконфессиональной сфере, контроль за деятельностью религиозных организаций, рассмотрение вопросов, возникающих в сфере государственно-конфессиональных отношений и ряд других. Среди инструментов, обеспечивающих «обратную связь» с представителями общественности, следует отметить практику проведения Уполномоченным и его заместителем ежемесячных «прямых телефонных линий» по актуальным вопросам в рассматриваемой сфере.

Согласно Положению, в аппарате Уполномоченного по делам религий и национальностей образуется коллегия, в состав которой входит председатель коллегии, его заместитель по должности, а также, по решению Совета Министров Республики Беларусь, руководители структурных подразделений аппарата и работники иных государственных органов. Кроме этого, Положение предусматривает возможность создания в случае необходимости при Уполномоченном по делам религий и национальностей консультативных советов из числа работников аппарата, представителей других государственных органов, организаций, научных и образовательных учреждений, общественных и религиозных объединений для выработки рекомендаций по соответствующим направлениям его деятельности.

В 2008 г. по инициативе Уполномоченного по делам религий и национальностей и руководства религиозных объединений при Уполномоченном создан Консультативный межконфессиональный совет (далее – Совет). В состав Совета могут входить как граждане Республики Беларусь, так и постоянно проживающие в Республике Беларусь иностранные граждане – представители зарегистрированных в соответствии с законодательством Республики Беларусь религиозных объединений. В задачи Совета включены: координация инициатив религиозных объединений, оказание помощи в сохранении и укреплении межконфессионального мира и согласия, обеспечении межконфессионального диалога, поддержании традиций веротерпимости и толерантности. Совет призван содействовать созданию

надлежащих условий для реализации прав граждан на свободу совести и вероисповедания, организации межконфессиональных мероприятий, социально значимых инициатив религиозных организаций и др.

Помимо перечисленных органов и подразделений, в структуру Уполномоченного входят отделы по делам религий и национальностей Брестского и Витебского областных исполнительных комитетов. Функции, связанные с вопросами регулирования государственно-конфессиональных и этноконфессиональных отношений, исполняют также главные управления идеологической работы, культуры и по делам молодежи Минского, Гомельского, Гродненского, Могилевского областных исполнительных комитетов, а также Минского городского исполнительного комитета. Применительно к рассматриваемой сфере к задачам указанных органов относятся: осуществление и реализация государственной политики в области конфессиональных и национальных отношений, содействие в осуществлении программ, касающихся развития конфессиональной сферы, национальных отношений и сотрудничества с соотечественниками за рубежом, учет количества религиозных общин, зарегистрированных в области и др.[60].

Таким образом, к числу основных факторов, характеризующих специфику и основные приоритеты государственной политики в религиозной сфере, а также особенности структуры и деятельности государственных органов, регулирующих государственно-конфессиональные отношения, можно отнести следующие.

Во-первых, общий вектор государственной политики, учитывающий совокупный политический «спрос», выражающийся как во внутривнутриполитических, так и внешнеполитических интересах государства. Во-вторых, определенные общим вектором государственной политики целевые установки государственных органов, обуславливающих их функции, структуру, подчиненность, место в системе разделения властей, и соответственно – основные приоритеты и содержание их деятельности. В настоящее время профильные государственные органы, как правило, являются частью исполнительной власти и функционируют в структуре правительства. Исключение составляют Россия, где все ветви власти имеют соответствующие структурные подразделения, и Туркменистан, где Совет по делам религий подчинен непосредственно Президенту страны. В-третьих, учет социокультурных традиций

страны, особенностей государственно-конфессиональных и межконфессиональных отношений, фактического и декларируемого статуса и роли «титულных» конфессий в обществе.

Учет религиозного фактора приобретает особую актуальность в связи с его активным использованием в политическом брендинге и других сферах ПМ. Как показывает практика и анализ отдельных документов, религиозный фактор в равной степени может способствовать формированию как позитивного, так и негативного имиджа страны на международной арене. Примером применения подобных технологий может служить Доклад Госдепартамента США о соблюдении религиозной свободы.

2.4. Технология формирования имиджа Беларуси и России в Докладе Госдепартамента США о соблюдении религиозной свободы

Доклад Госдепартамента США о соблюдении религиозной свободы (International Religious Freedom Report, далее – Доклад) публикуется ежегодно и содержит информационный обзор действующего национального законодательства в сфере свободы совести и религиозной политики, а также случаев ущемления в той или иной стране религиозных свобод (religious freedom). Структура доклада состоит из следующих разделов: общая характеристика политико-правового статуса конфессий; обзор криминальной хроники и административных правонарушений, являющихся, по мнению докладчиков, фактами нарушения религиозных свобод; основные направления и приоритеты политики Госдепартамента США в отношении изучаемых стран.

Изначальная предпосылка Доклада – априори критическое отношение к государственной политике Беларуси и России в религиозной сфере. Любые действия государственных органов и должностных лиц, ограничивающие или запрещающие религиозную деятельность даже в рамках национального законодательства, однозначно трактуются как нарушение религиозных свобод. В целом, обобщая весь перечень критических замечаний со стороны Госдепартамента США, озвученных в Докладе относительно религиозной политики Республики Беларусь, можно выделить следующие:

- запрет на деятельность не зарегистрированных религиозных организаций;
- жесткие требования (минимальный количественный ценз) к регистрации, которые трудно выполнить небольшим религиозным группам, особенно в малых городах и селах;
- ограничение деятельности иностранных миссионеров и священнослужителей, приглашаемых из-за рубежа;
- невозможность домашнего обучения (получения среднего образования) по религиозным мотивам, поскольку данная возможность предусмотрена только в случае наличия медицинских показателей.

Однако, если сравнить религиозное законодательство и правоприменительную практику европейских стран, то перечисленные положения являются нормой для большинства демократических государств, поскольку непосредственно касаются вопросов информационной безопасности страны, социального мира и стабильности в обществе. Кроме этого, упоминание в докладе об «ограничениях» и «нарушениях» религиозных свобод в Республике Беларусь относится исключительно к протестантским церквям. Государственная политика в отношении других конфессий, а также нарушение законодательства самими конфессиями, Госдепартаментом либо в принципе не рассматриваются, либо им не придается сколь-нибудь существенного значения.

Так, количество упоминаний слова «протестант» (протестантские, протестантская) в тексте выше, чем «православный» или «католик», и коррелирует исключительно с такими терминами, как «ущемление», «дискриминация», «преследование» и «принуждение». Непосредственно в данном контексте отмечается и деятельность органа по делам религий, направленная, по мнению докладчиков, исключительно на то, чтобы протестанты «не участвовали в политической деятельности». А «реальной целью» запрета на использование жилых или иных помещений для несанкционированных богослужений называется «обеспечение незначительного, но постоянного запугивания и преследования».

В этой связи напрашивается вывод, что Правительство США рассматривает именно протестантские церкви в качестве наиболее значимого игрока в конфессиональном пространстве белорусского общества и агента возможного политического влияния. Соответственно протестантские деноминации, помимо сугубо религиозного содержания, выступают в Докладе инструментом

формирования негативного информационно фона социально-политической ситуации в стране. В то же время следует отметить, что по сравнению с предыдущими годами, динамика критических замечаний, содержащихся в Докладе, принципиально не меняется, а указанные факты относятся главным образом к сфере нарушения религиозными организациями отдельных норм административного права Республики Беларусь (проведение богослужений в жилых помещениях и т.п.).

Очевидно, что идеальное представление о том, какой должна быть религиозная политика государства, а также основная цель Доклада – это абсолютная, беспрепятственная и неконтролируемая, близкая к анархии, свобода деятельности религиозных организаций на территории Республики Беларусь. Как и в аналогичном докладе по религиозной свободе [428], во внимание не принимаются реалии белорусского общества, его традиции, а также в целом незначительная степень реального влияния конфессий на политическую жизнь и самоопределение граждан, характерная для всего постсоветского пространства.

В документе указывается и на «конструктивные недостатки», т.е. проблемы, которые объективно существуют, но пока либо не решены, либо находятся на пути разрешения. В их числе можно отметить отсутствие (как, впрочем, и в других странах СНГ) правовой основы, регулирующей порядок реституции собственности, изъятой государством в советский период. Здесь же в качестве замечания указывается на ограничение Законом Республики Беларусь «О культуре» реституции собственности, используемой для культурных или спортивных целей. В Докладе обращается также внимание на отсутствие условий для реализации конституционного права на альтернативную службу (альтернативную обязательной военной, если по религиозным убеждениям гражданин Республики Беларусь не может служить в армии). Критически рассматривается американской стороной распространенное использование как в официальных СМИ, так и научной литературе в отношении «новых» религиозных течений и культов термина «секта», традиционно для обыденного сознания ассоциирующегося с негативными проявлениями религиозной жизни и имеющего, по мнению американской стороны, уничижительный характер.

Среди позитивных тенденций отмечается устойчивая динамика взаимодействия государства и конфессий, а также в целом

бесконфликтность и стабильность отношений в данной сфере. Отдельно подчеркивается улучшение сложных взаимоотношений православной и католических церквей и тот факт, что, в сравнении с предыдущими годами, от религиозных организаций поступило меньше сообщений о нарушении свободы вероисповеданий. Правда, это тут же объясняется «нежеланием сообщать о нарушениях в связи со страхом дальнейшего запугивания и мести» [315; 316; 317; 320].

В целом сравнительный анализ докладов показывает, что оценка Госдепартаментом состояния религиозной свободы в Беларуси не претерпела существенных изменений, хотя и выявила некоторые новые тенденции и инструменты в формировании негативного имиджа Республики Беларусь. К ним, в частности, можно отнести неоднократное упоминание о «руке КГБ» и «людях в штатском», «преследовавших представителей религиозных организаций, поддерживающих политическую оппозицию». Следует также отметить, что в Докладе за 2010 г. указывалось на уменьшение числа антисемитских высказываний и инцидентов, имевших место в белорусском обществе. В последующих отчетах данный пункт отсутствует [315; 316; 318; 319; 320; 321].

Политизация религии, последовательная и избирательная поддержка религиозных организаций, направленная на усиление их политической активности, дает основание предполагать целевой характер информационного воздействия, направленного на реализацию американской стороной сразу нескольких задач. В первую очередь, это касается активизации политической деятельности отдельных конфессий. Данное положение заведомо противоречит как национальному законодательству Республики Беларусь о свободе совести и религиозных организациях, так и собственно догматике и уставным положениям самих религиозных организаций, что предсказуемо предполагает соответствующие меры правового воздействия. Это может повлечь нагнетание конфронтации в политической и религиозной сферах, а также создать дополнительный информационный повод для формирования негативного имиджа «режима» и политической обстановки в стране.

Вторую задачу можно обозначить как обострение межконфессиональной конкуренции и соответственно создание искусственной конфронтации как между верующими и неверующими, так среди верующих различных конфессий. С одной стороны, сращивание церкви с государственными институтами в значи-

тельной степени нивелирует её социокультурное влияние. С другой стороны, может способствовать оформлению крайних, граничащих с экстремистскими, формами религиозности, т.е. по существу развитию религиозного фундаментализма. Еще одной задачей Доклада можно обозначить нивелирование в массовом сознании традиционных ценностей, поскольку именно необходимостью их защиты и аргументируется активизация политической деятельности религиозных организаций. Иными словами, любая межконфессиональная рознь и политизация религии влечет и скрытые последствия: «размытие» социокультурных рамок, традиций, ценностей и др.

В этой связи следует отметить, что спецификой Доклада по России является то, что, в отличие от Беларуси, наибольшую заинтересованность и беспокойство Госдепартамента вызывает «ущемление» сайентологов, мусульман и протестантов – главным образом, в лице Свидетелей Иеговы. Так, «Свидетели Иеговы» упоминаются в тексте 16 раз, сайентологи – 12 [318]. Среди перечня незаконных с позиций светского государства, действий отмечено лишь предоставление Патриарху Кириллу ФСО, транспорта и других льгот государственных служащих высшего звена, а также введение институтов военных священников (капелланов). В целом Госдепартамент в значительно большей мере обеспокоен ущемлением прав протестантов и мусульман, нежели тенденцией клерикализации российского общества. Отмечается также, что на практике российское правительство в целом соблюдало свободу вероисповедания, хотя и не демонстрировало ни положительной, ни отрицательной динамики. Что же касается так называемых «новых» религий и культов, то в качестве положительной тенденции Госдепартаментом указывается, что в России многие зарубежные религиозные представительства открыты или аккредитованы без регистрации, хотя пока не отменены ограничения на привлечение священнослужителей из-за рубежа.

Представляет интерес также тот факт, что, применительно к России, информационная поддержка Госдепартамента США осуществляется в отношении конфессий, характеризующихся фундаменталистскими тенденциями. Применительно же к Республике Беларусь политика американской стороны направлена на использование отдельных религиозных организаций как активных субъектов политических процессов, а также формирование негативного имиджа страны. В качестве устойчивых положитель-

ных тенденций в религиозной сфере Республики Беларусь Госдепартаментом отмечаются бесконфликтные отношения между традиционными конфессиями: христианством и исламом. Кроме этого, фиксируется тенденция сближения и диалога двух крупнейших христианских конфессий: православной и католической церквей; отсутствие антисемитских настроений в белорусском обществе, сотрудничество с еврейскими культурными и религиозными организациями.

В итоге сравнительный анализ Докладов различных лет выявляет их общую направленность, которая проявляется в последовательной поддержке Госдепартаментом США тех религиозных организаций, которые на текущий момент либо потенциально могут оказать негативное воздействие на стабильность политической системы рассматриваемой страны. Это подтверждается, во-первых, обеспокоенностью судьбой исключительно «ущемляемых» конфессий и неокультов. Во-вторых, характером «ущемлений», связанным с нарушением указанными конфессиями национального законодательства Республики Беларусь. В-третьих, игнорированием фактов нарушений законодательства со стороны самих религиозных организаций. Все это позволяет сделать вывод о том, что основной целью Доклада является не столько аналитический обзор религиозной ситуации, сколько формирование имиджа той или иной страны. Соответственно сам Доклад в большей степени представляет собой технологию ПМ, нежели аналитический документ.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. В отечественной практике развитие ПМ в его современном понимании связано с зарождением и формированием нового, не существовавшего до 1917 г., направления разработки новых форм, методов и методик работы с целевой аудиторией. В рамках антирелигиозных кампаний первых пятилеток подобные методы предусматривали адресность, децентрализацию, работу непосредственно на местах, обеспечение «обратной связи», выявление нужд и интересов целевой аудитории посредством социологических опросов и др. Указанные кампании с полным правом можно назвать первым направлением советского ПМ. Религиозный фактор, таким образом, стал важнейшим элементом формирования новой социальной среды, культуры досуга и быта.

2. На современном этапе религиоведческие научные исследования также не лишены элементов политизации, хотя их маркетинговый характер носит неявный, латентный характер. Тем не менее, как отражая, так и формируя мировоззрение не только исследователя, но и определенной части общества, они могут быть рассмотрены с позиций ПМ, поскольку прямо либо опосредованно отвечают сложившемуся политическому «спросу». Применение принципов и методов ПМ по выявлению потребностей, ценностей и мотивов субъектов политической системы, выстраиванию «обратной связи» позволит корректировать религиозную политику в русле общих задач государства.

Учет религиозного фактора в политическом управлении подтверждается структурой и функциями государственных органов, их принадлежностью к той или иной ветви власти, характеризуя наличие как политического «спроса» в религиозной сфере, так и «предложения». Политизация религии, её роль в политическом брендинге и других технологиях ПМ обуславливают амбивалентный характер возможного влияния религиозного фактора, который в равной степени может способствовать формированию как позитивного, так и негативного имиджа страны.

3. Поддержка Госдепартаментом США осуществляется тех религиозных организаций, которые на текущий момент либо в будущем могут оказать негативное воздействие на стабильность политической системы рассматриваемой страны. Это подтверждается, во-первых, обеспокоенностью судьбой исключительно «ущемляемых» конфессий и неокультов. Во-вторых, характером «ущемлений», связанным с нарушением указанными конфессиями национального законодательства той или иной страны. В-третьих, игнорированием фактов нарушений законодательства со стороны самих религиозных организаций. Указанные особенности позволяют предположить, что основной целью Доклада является не столько анализ религиозной ситуации, сколько формирование имиджа той или иной страны. Подобная целевая направленность Доклада дает основание рассматривать его с позиций действия манипулятивных и имиджевых политических технологий.

3 РУССКАЯ ПРАВОСЛАВНАЯ ЦЕРКОВЬ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЗИРОВАННОМ МИРЕ

Учет религиозного фактора в общей политике государства и деятельности государственных органов выступает одним из необходимых условий обеспечения устойчивости политической системы, позитивного имиджа страны на международной арене. Данное условие отвечает общим целям и функциям ПМ по выявлению и формированию потребностей, ценностей, мотивов различных групп и слоев общества.

В свою очередь, религиозные организации также широко применяют технологии ПМ, зачастую выступая одновременно и в качестве инструмента, и субъекта ПМ. Исходя из данной предпосылки, деятельность РПЦ будет рассмотрена на примере таких инструментов ПМ, как конфессиональная риторика, разработка и продвижение идеологических трендов, а также технологий конструирования и замещения исторического прошлого.

3.1. Конфессиональная риторика как инструмент политического влияния

В настоящее время с той или иной конфессией, независимо от степени религиозности, себя идентифицирует подавляющая часть населения постсоветского пространства. Религиозная традиция рассматривается в качестве одного из факторов, формирующих взгляды и мировоззрение значительной части населения, а конфессиональная риторика оказывает вполне реальное воздействие на поведение своих последователей. Церковь (конфессии), высказываясь по поводу тех или иных общественно значимых событий, одновременно выступает и как выразитель мнения определенной части населения, и как источник, его формирующий. Возможным следствием может стать трансформация восприятия тех или иных норм и ценностей и соответственно – мотивации целевой аудитории.

В целом конфессиональная риторика достаточно неоднородна и различается как по резонансной значимости и стилю, так и по проблематике, обусловленной особенностями правового и социального статусов конфессий. Под конфессиональной риторикой далее по тексту будут пониматься публичные выступления представителей религиозных организаций, опубликованные в открытых информационных источниках и на официальных сайтах соответствующих организаций. К подобным выступлениям относятся: официальные документы, интервью, заявления, проповеди, доклады на крупных форумах и мероприятиях и т.п.

Особенностью конфессиональной риторики в Республике Беларусь можно назвать дистанцирование от прямого участия в политических, информационных и пиар-технологиях, а также общая позиция по наиболее важным вопросам и событиям, адекватность их информационно-аналитического сопровождения пресс-службами. Так, в риторике Белорусской православной церкви (далее – БПЦ) и Римской Католической церкви (далее – Костёл) отсутствует суетность, поспешность оценок и комментариев.

В последние нескольких лет в стране было отмечено несколько инцидентов с осквернением православных храмов, возбуждением судебного дела против священника за отказ в снятии отпечатков пальцев и нескольких других. Инциденты, однако, не стали резонансными во многом благодаря выдержанной позиции указанных конфессий и в качестве инструмента манипуляции

общественным сознанием использованы не были. Такая позиция является осознанной, поскольку Костел не стремится непосредственно участвовать в политических процессах или служить их инструментом, сознательно и последовательно занимая позицию стороннего наблюдателя: «Мы служим усім людям і моли́мся за ўсіх людзей. Справы палітычныя – гэта справы палітычныя. Мы займаемся духоўным кармленьнем людзей» [202].

Близки, хотя и с оговорками, оказались позиции глав конфессий по такому острому вопросу, как применение смертной казни в стране. Митрополит Т. Кондрусевич высказался за введение в стране моратория на смертную казнь, отметив, что, хотя традиционное учение и не исключает этой меры наказания, но только тогда, когда «гэта адзіны магчымы спосаб абароны чалавечага жыцця ад несправядлівага агрэсара» [150]. Митрополит Филарет неоднократно подчеркивал, что с позиций христианского вероучения смертная казнь, как и любое другое убийство, недопустимы. Глава БПЦ отметил неготовность общества отказаться от смертной казни: «принять закон, отменяющий смертную казнь, может только достаточно сильное государство. Ибо в этом случае оно должно обеспечить такое положение дел, при котором, к примеру, преступник-убийца будет надежно изолирован в определенных условиях для его исправления. Иными словами, запрещая смертную казнь, государство должно гарантировать, что преступник не повторит преступления» [279].

Что касается пресс-службы БПЦ, то обтекаемые формулировки её разъяснения оставили больше вопросов, нежели ответов. С одной стороны, Церковь «не должна категорично требовать отмены смертной казни – тем более в обществе, которое в своем большинстве так решительно на ней настаивает». С другой стороны, Церковь «стремится оказывать пастырское влияние на формирование чувства социальной справедливости и судебного возмездия без идеи смертоубийства», а «отказ от совершения смертной казни должен являться результатом осознания обществом необходимости духовно-нравственного совершенствования» [288]. Используя подобную риторику, БПЦ фактически устранилась от оценки данного явления, возложив её на общество и правоохранительные органы, нивелировав, тем не менее, возможную социальную напряженность по данному вопросу.

Неоднозначная тенденция попыток вовлечения отдельных конфессий в политические процессы наблюдается в последнее

время и в белорусском обществе. В частности, обращает на себя внимание резолюция-обращение Общественного форума «Духовно-нравственный фактор национальной безопасности», отдельные выдержки из которого противоречат задачам и миссии Церкви. Так, один из пунктов резолюции («Важно открыть верующим людям дорогу и в школы, университеты» [31; 216]) вызывает встречный вопрос: неужели эти дороги закрыты в нашей стране? Если речь идет о специальном религиозном образовании, то верующие беспрепятственно могут получить его в специальных религиозных образовательных учреждениях (духовных семинариях, Минской духовной Академии и др.). Если речь идет о предполагаемых авторами резолюции изменениях в сфере среднего и высшего образования, то, согласно национальному законодательству, образование в Республике Беларусь носит светский характер.

Следующий пункт резолюции прямо содержит призыв к вовлечению БПЦ в политические процессы: «Белорусское государство несомненно благорасположено к Церкви. Такое ощущение, что это плата Церкви за её молчание и невмешательство. Такого невмешательства не должно быть» [31; 216]. И – предсказуемая деятельная реакция церкви, с готовностью принявшей эстафету заявлений: «Пришла пора задавать тон жизни и выходить из подполья. Нужно уходить от старых стереотипов формального благочестия... Важным вопросом сегодня является работа с информацией. Информационное пространство... не наполнено христианскими ценностями. Более того, учащаются нападки на Православную Церковь в СМИ. Молодежь должна быть готова противостоять таким атакам» [203]. Как видно из приведенных цитат, риторическая цепочка претерпела существенную смысловую трансформацию. Трансформация смыслов заключается в переходе от «духовно-нравственных факторов» и «хранительницы истины» к «нападкам» и «противостоянию», готовности к поиску «врага» и конфронтации.

Между тем, исторически сложившейся «визитной карточкой» Республики Беларусь является терпимое отношение ко всем традициям, религиям и культурам, бесконфликтность межконфессиональных отношений. БПЦ активно расширяет сферы духовной миссии и социального служения, но её вовлечение в политические процессы и технологии может негативно сказаться в первую очередь на самой Церкви, поскольку ставит её

в зависимости от политической и экономической конъюнктуры. Приведенные цитаты, несмотря на их дискуссионность, носят единичный характер и не влияют на социальную стабильность и политическую ситуацию в обществе. В целом общая взвешенность и выдержанность конфессиональной риторики обусловливается несколькими факторами.

Во-первых, особенностями исторического развития белорусского общества, толерантностью и веротерпимостью, а также особым социальным статусом основных конфессий, который получил свое закрепление в законодательстве. Во-вторых, взвешенной и последовательной позицией БПЦ, в заявлениях которой указывалось, что «церковь призвана решать иные, отличные от государства, задачи», а также о недопустимости навязывания, пусть и с благими намерениями, той или иной веры и ценностей [73]. В-третьих, развитием экуменического движения как на теоретико-богословском, так и на организационно-практическом уровне. Это движение направлено на поиск общих богословских оснований, которые способствуют объединению и консолидации всех конфессий – в первую очередь христианских. В этой связи можно говорить о значительной интегративной роли БПЦ и её отстраненности от участия в политических процессах и технологиях.

Что касается риторики РПЦ, то основным принципом деятельности её пресс-службы является «работа на опережение», во многих случаях принося в жертву осмысленность позиции. По сути, пресс-служба РПЦ выступает инструментом имиджевых технологий, придавая ей характер светской политической структуры. Среди наиболее резонансных вопросов последних лет, освещавшихся СМИ и вызвавших неоднозначную реакцию общества, можно выделить предоставление государственных субсидий религиозным организациям; выборы в Государственную Думу и выборы Президента Российской Федерации; выступление рок-группы «Pussy Riot» в Храме Христа Спасителя и последующий громкий судебный процесс, вручение Патриарху Кириллу премии «Серебряная калоша», интернет-мем «часы Патриарха».

Россия, согласно ст. 14 Конституции Российской Федерации, является светским государством, что подразумевает отделение церкви от государства, отсутствие обязательной идеологии, равенство всех конфессий перед законом и т.д. В то же время в рамках законодательства вполне возможна поддержка государством

тех или иных конфессий как на основе двухсторонних соглашений-конкордатов, так и норм гражданского права. Однако, как показал опыт, подобная поддержка может негативно сказаться на межконфессиональных отношениях и, как следствие, вызвать конфронтацию между различными социальными слоями и группами. Так, источником острой полемики в российском обществе стало заявление Президента Российской Федерации о выделении государством почти миллиарда рублей на развитие исламского образования.

Реакция церкви на подобное заявление была резко неоднозначной: отдельные представители православного духовенства сочли слова Президента Российской Федерации «провокацией»: «Если же это все-таки произойдет, то будет похоже на какую-то провокацию. Такие случаи, чтобы, например, православные получили вдруг от правительства миллиард рублей на проповедь Евангелия, были бы обязательно отмечены в СМИ. Так, практически все СМИ отметили, что Кавказу пообещали такое количество денег, каких не видел ни один умирающий регион России даже во сне» [35].

В прессе стали выдвигаться порой ультимативные требования к государству об адекватном спонсировании и РПЦ: «Если правительство готово поддерживать развитие мусульманского образования, ...то оно должно (*курсив А.С.*) выделить в пять раз больше денег на развитие православного образования» [205]. Несколько позже Патриарх Кирилл назвал «насуточно необходимым» создание правовой базы, которая бы гарантировала бюджетное финансирование православных общеобразовательных организаций. Отмечая недостаток финансирования, Глава РПЦ отметил: «Другая проблема – это ограниченное финансирование преподавания ОРКСЭ [*Основы религиозных культур и светской этики – А.С.*]. Так из бюджета отпускаются средства только на одну ставку, в то время, как в большинстве школ преподаются два или даже три модуля. В лучшем случае деньги изыскиваются из фонда внебюджетных средств, что конечно ставит под угрозу свободу выбора модулей в рамках ОРКСЭ»[80]. Незамедлительно и иудейской общиной был поднят вопрос об увеличении масштабов строительства синагог и выделении соответствующих субсидий.

Следует заметить, что ранее первым вице-премьером Российской Федерации В. Зубковым также было объявлено о выделении значительной суммы – порядка 3 млрд. рублей на реставра-

цию Ново-Иерусалимского монастыря. Это заявление, однако, не вызвало столь бурной реакции остальных конфессий, поскольку, видимо, оно исходило не от первого лица государства. В целом ситуация вокруг финансирования исламского образования в России выявила скрытые, не очевидные, на первый взгляд, проблемы межконфессиональных отношений в России. Это состояние, более близкое к конкуренции (не доброго мира, но «скрытой войны» за паству и материальные ресурсы) и разобщенности, нежели стремлению к консолидации и совместному решению общих задач.

Выборы в Государственную Думу и выборы Президента Российской Федерации стали одними из немногих событий, вызвавших единодушные риторики основных конфессий: за исключением Католической церкви, воздержавшейся от предвыборной агитации, все «титульные» конфессии открыто поддержали деятельность партии «Единая Россия» и кандидатуру В. Путина.

Лидерство в данном контексте принадлежит РПЦ, озвучившей идею «мирной передачи» власти, вопреки принципам правового демократического государства, предполагающих прежде всего общенародные выборы: «Когда еще в истории России высшая власть в государстве передавалась так мирно, достойно, честно, по-дружески? Это настоящий пример доброты и нравственности в политике» [206]. Безоговорочная поддержка на выборах правящей партии и власти была обеспечена также со стороны мусульман – в частности, в Чеченской республике зафиксирована наивысшая, практически стопроцентная явка на избирательные участки.

В целом во время всего периода предвыборной кампании 2012 г. итог выборов преподносился религиозными СМИ predetermined и однозначным для верующего человека. Кроме того, имели место многочисленные выступления представителей РПЦ с резко негативной оценкой митингующей оппозиции, противостояния в стране из-за выборов и т.п. Среди относительно новых тенденций в официальной риторике РПЦ, совпавших с периодом выборов в России, – оформление в СМИ идей реставрации монархии, что дает основание предположить стремление к «народной легитимации» действующей власти, а также отвлечение внимания общества от насущных проблем.

Выступление рок-группы «Pussy Riot» в Храме Христа Спасителя вызвали бурную и порой неадекватную реакцию пред-

ставителей РПЦ. Следствием стало распространение и активная поддержка мощной информационной волны по разобщению и конфронтации отдельных групп населения, вплоть до выражения откровенно экстремистских лозунгов. Анализируя обширные информационные потоки, связанные с указанными событиями, можно предположить, что подобные акции не были случайны и ставили перед собой несколько целей. К основным из них можно отнести: отвлечение внимания от поствыборных протестных движений; проведение в национальное законодательство спорных поправок в сторону его ужесточения относительно свободы слова, митингов, шествий и др.

В случае оформления самими конфессиями соответствующих законодательных инициатив они явились бы нарушением Конституции Российской Федерации и законодательства о свободе совести. Поэтому необходимо отметить, что подобные стремления аргументируются исключительно нравственными соображениями и пока не выражены в конкретных законодательных проектах. В то же время очевидно, что конфессиональную риторику относительно «дела Pussy Riot» можно расценивать как технологию подготовки общественного мнения по поводу подобных инициатив. Подобные технологии действуют по принципу «Окна Овертона», суть действия которого заключается в постепенном смещении и последующей переориентации общественного мнения относительно незыблемых, на первый взгляд, констант и стереотипов по шкале от «немыслимое» до «норма».

Это также дает основание говорить о неявном и неформальном, но очевидном стремлении РПЦ закрепить влияние не только в религиозной, но и политической сфере. О притязаниях на функции контроля свидетельствуют также заявления представителей церкви о необходимости отслеживания Интернет-ресурсов, введения запретов на анонимность в блогерской среде и т.п. Здесь же следует упомянуть поддержку церковью идеи легализации практики шариатских судов для мусульман – инициативы, которую отвергли сами же мусульманские общины [219]. Теоретическое обоснование идеи однополярного мира получило свое отражение в двух резонансных статьях В. Чаплина: о превосходстве православной культуры и русской нации над европейскими ценностями, о «власть имущей» Церкви, которая должна занимать «ведущее место в обществе», предполагающее введение церковной десятины. В частности, В. Чаплин заявил: «Люди, которые

именуют себя православными христианами, – это довольно большое количество людей в России – вообще должны, на самом деле, нести ответственность, в том числе финансовую, за свой храм, за своего священника, за свою Церковь» [78].

На уровне полемики и теоретического осмысления подобная риторика вполне корректна и допустима. Однако необходимо осознавать, что любые высказывания, исходящие от представителей конфессий о превосходстве одной нации (идеологии, вероучения и т.п.), чреватые неявной дискриминацией и социальными конфликтами. Т.е., непродуманные и неосторожные высказывания могут стать как ненамеренным источником разногласий, так и непосредственным инструментом ПМ по воздействию на массовое сознание.

Присутствие же соответствующих высказываний в официальных СМИ в целом отвечает ожиданиям населения, предполагая сформированность политического «заказа», поскольку популярность националистических идей характерна для любого кризисного периода. Они пользуются успехом и способны на какое-то время сплотить часть страны, подтверждением чему могут служить многочисленные победы националистов на выборах во многих европейских странах. В то же время, при малейшем официальном изменении социально-экономического и политического статуса «титულიной» нации или религии, подобная риторика начинает граничить с экстремистской. И уже лишь законодательное оформление данных идей позволяет провести тонкую грань между здоровым национализмом и патриотизмом (приоритетом интересов нации) и нацизмом (её превосходства).

В целом риторика различных конфессий достаточно неоднородна, в зависимости от проблематики обсуждения и текущих задач, решаемых религиозными организациями. В настоящее время основными технологиями ПМ, применяемыми в конфессиональной риторике, являются, во-первых, поиск и объективация внешнего и внутреннего «врага», в качестве которых в первую очередь выступают либеральные ценности и СМИ, а также те сограждане, которые не разделяют религиозные ценности и церковные инициативы как абсолютную ценность. Во-вторых, четкая абсолютизация «друга» в лице действующей политической власти и основных конфессий.

Применение подобных технологий как в целях консолидации, так и дестабилизации общества эффективно, хотя и не бесспорно. Выступая выразителем ценностей и ожиданий значительной

части населения, религиозные лидеры оказывают значительное влияние на мотивацию и поведение человека. Неоднозначность, поспешность заявлений, как и осознанное применение в профессиональной риторике тех или иных технологий ПМ, может повлечь неадекватное восприятие наиболее радикально настроенной части верующих. В равной степени риторика конфессий, ориентированная на решение общих задач, стоящих перед обществом, выступает консолидирующим фактором. Каким образом в профессиональной риторике используются те или иные технологии ПМ либо она сама применяется в качестве инструмента ПМ, будет проиллюстрировано на примере внедрения религиозно-идеологического тренда «Духовность–ОПК–Светскость».

3.2. «Духовность – Основы православной культуры (ОПК) – Светскость» как идеологический тренд

В последние годы одним из ведущих российских религиозно-идеологических трендов становится конструкция «Духовность–Основы православной культуры (ОПК)–Светскость», активно внедряемая в общественное сознание и призванная поддержать декларацию религиозно-политического единomyслия российского общества. В то же время концепты духовности и светскости не лишены внутренних противоречий, а введение в российских школах ОПК сопровождалось острой полемикой.

Именно концепт «духовности» на сегодняшний день можно обозначить как один из самых популярных в политической и профессиональной риторике, и в то же время наиболее «размытых» в смысловом плане. Духовность традиционно противопоставляется процессам вестернизации и релятивизации аксиологических систем, выступая в качестве образа безусловного «друга» и одного из главных ориентиров разработки национальной идеи, способствующей сохранению «традиционных» ценностей и социокультурной идентичности.

Однако духовность более обоснованно можно обозначить как смысловое новообразование-«новодел», что в значительной мере подменяет его привычный смысл. Так, если обратиться к словарям, то в словаре церковно-славянского языка понятие духовности в принципе отсутствует, а родственное «доховный»

тракуется как противоположность телесному, естественному мышлению и действию, происходящее от Духа Святого: «живущий духом, как высшей частью существа человеческого» [195, с. 157]. Отсутствует данное понятие и в большинстве этимологических словарей русского языка, включая в себя только коренное «дух» [276, с. 556].

Подобные по звучанию и значению слова, помимо славянской языковой группы, имеют литовский и греческий, а также германские языки (готский и древневерхненемецкий). Все указанные группы языков относятся к различным ветвям индоевропейской языковой семьи. На наличие у этого слова индоевропейской базы указывает и историко-этимологический словарь П.Я. Черных [291, с. 276], что дает основание предположить, что коренное слово «дух» возникло в языке праиндоевропейцев и было связано с появлением первых религиозных верований. Понятие духовности появляется лишь в относительно поздних толковых словарях русского языка, окончательно оформившись только к первой половине XX века.

Д.Н. Ушаков тракует его как книжное и устаревшее и подразумевает «отрешенность от низменных, грубо чувственных интересов, стремление к внутреннему совершенствованию, высоте духа» [275]. С.И. Ожегов рассматривал духовность как «свойство души, состоящее в преобладании духовных, нравственных и интеллектуальных интересов над материальными» [182]. В словаре В.И. Даля присутствует лишь краткая пометка «духовность как сост. духовного» [73]. Словарь же современного русского литературного языка содержит следующую дефиницию: «Духовная, интеллектуальная природа, сущность человека, противопоставляемая его физической, телесной сущности; богатство духовного мира человека, высокий уровень нравственных, интеллектуальных потребностей, норм» [237, с. 531].

Таким образом, сформировавшееся как производное от корня «дух», понятие духовности оформилось в русском языке изначально в рамках светской, академической традиции как противопоставление материальной, телесной, тварной природе человека. Русская религиозная философия придала данному значению религиозный смысл, который и был заимствован и широко транслирован в современной религиозной и политической риторике, анализ которой свидетельствует о разночтении в понимании политическими и конфессиональными лидерами духовности.

В научной литературе сложились две основных трактовки духовности: светская и религиозная.

Светская трактовка предполагает культурно-ценностное понимание духовности, и, как правило, связывает её развитие с нематериальной сферой. Контент-анализ научных статей, предметом рассмотрения которых является концепт духовности, позволяет построить синонимичный ряд, включающий в себя наиболее часто упоминаемые слова-характеристики духовности. К ним относятся «нравственность», «нематериальное», «коллективное», «общественное». Среди характеристик-противопоставлений чаще всего упоминаются «индивидуализм», «разрушение традиций», «дезинтеграция». В то же время указанные противопоставления связываются исключительно с кризисом духовности, но не с кризисом системы образования и падением общего уровня культуры. Отдельно следует выделить также мотивационный подход, когда понятие духовности характеризуется поведением, побуждаемым не потребностями человека, а его ценностями, т.е. является характеристикой сознания личности, определяющей социальную активность и выступающей одним из механизмов её саморегуляции [103, с. 20]. Указанная трактовка близка к определению, данному Ожеговым, который определяет духовность как «свойство души, состоящее в преобладании духовных, нравственных и интеллектуальных интересов над материальными».

К светской трактовке духовности приближена и риторика первых лиц государства, но в ней, как правило, отсутствуют противопоставления. В частности, в выступлениях Президента Российской Федерации духовность чаще всего понимается более широко и ставится в один ряд с культурой и образованием, хотя и выделяется в отдельную смысловую категорию: «духовность *и* культура», «духовность *и* образование» (*Курсив А.С.*). В риторике Президента Республики Беларусь концепт духовности отождествляется главным образом с нравственностью и гуманизмом и дополняется довольно широким ассоциативным рядом достаточно абстрактных, эстетических категорий: доброта, созидание, чуткость, красота, искусство, мир, правдивость, патриотизм, материнство и др. По существу, смысловое наполнение концепта духовности характеризует идеализированный образ национального архетипа восточных славян.

В целом сложную смысловую структуру «духовности», по мнению некоторых исследователей, образует целый ряд духов-

но-нравственных концептов. Соответственно выделяют смысловое «ядро» духовности (дух, душа, нравственность, совесть и др.), его центр (ответственность, закон, патриотизм, справедливость, соборность) и периферию (множественные ассоциативные связи) [67, с. 36]. В этой связи целесообразно четко разделять духовность как идеал и духовность как процесс, который поддается операционализации и измерению социально-психологическими переменными [210, с. 44]. Понимание духовности в первую очередь как процесса – развития и совершенствования человека и общества – и стало рассматриваться уже как неотъемлемая часть религиозной идеологии.

Стереотипное же понимание духовности, наиболее распространенное в обыденном сознании, соответствует достаточно узкой религиозной трактовке. Духовность связывается исключительно с верой в трансцендентное и, как правило, ставится в один синонимичный ряд с религиозностью и нравственностью. Религиозное понимание духовности определяет подход к культуре как к производной от православия или другой «титупльной» религии, т.е. так или иначе, является монополизационным. Соответственно единственным легитимным носителем «духовности» и инструментом её «возрождения» априори подразумеваются РПЦ и православие, берущие на себя роль безусловного «друга». Общим с приведенными трактовками является то, что основным синонимом духовности выступает нравственность, хотя и в различном её понимании. Еще одним инструментом ПМ, применяемым в конфессиональной риторике, становится наличие образ-противопоставления.

Так, если анализировать выступления Патриарха Кирилла, в которых присутствует обращение к духовности, то основной её характеристикой в понимании главы РПЦ является «нравственность»: «нравственное воспитание», «нравственные ценности», «нравственный контроль» и т.п. Противопоставлением предсказуемо выступают «кризис», «коррупция», «смута», «Европа» и «интернет», формируя тем самым образ «врага» – как внешнего («Европа», «кризис»), так и внутреннего («интернет», «коррупция»).

Как видно, стереотипное понимание духовности изначально строится на ряде противопоставлений:

- 1) противопоставление нематериального материальному: духовности – прагматизму, идеологии потребительства. В этой связи необходимо также различать категории «духовность об-

щества» и «духовность человека», поскольку первое включает и предполагает обязательное присутствие материального фактора. Соответственно источники формирования и инструменты межпоколенной трансляции духовных ценностей являются исключительно материальными, поскольку связаны с государственным регулированием и деятельностью таких социальных институтов, как образование, наука, культура и т.п. Осуществление деятельности указанных институтов невозможно без развитой инфраструктуры (школ, библиотек, музеев и т.п.), бюджетного финансирования и широкого спектра программ государственной поддержки социальной сферы.

2) противопоставление общего личному: общих, соборных, коллективных ценностей – индивидуализму. Здесь же следует упомянуть об активном и последовательном неприятии прав человека – основы конституционного строя современного демократического государства, предполагающей индивидуализацию сознания и сосуществование множественности ценностных систем.

В данном контексте можно привести достаточно неожиданные результаты исследований, посвященных выявлению особых «коллективных» ценностей, присущих религиозному человеку. Исследование показало, что респонденты, обладающие православным мировоззрением, имеют более выраженный экстрапунитивный тип реакции, т.е. преобладание коллективных ценностей над индивидуальными. Однако в качестве противопоставления «коллективным» ценностям выступил индивидуализм нерелигиозных респондентов, основной реакцией на внешние раздражители которых является апелляция не к высшим силам и властным структурам, а «принятие *собственной* (Курсив А.С.) ответственности за события и их последствия» [30, с. 109]. Возможно, неготовность к собственной ответственности и можно назвать традиционной чертой славянского менталитета, но её оценка в качестве ценности представляется достаточно сомнительной.

3) противопоставление прошлого настоящему и будущему: «традиционных» ценностей как основы духовности – вестернизации и глобализации, т.е. конструирование модели идеального прошлого. Духовность в данном контексте выступает скорее как одна из форм существования традиции. Такое противопоставление ставит под сомнение целесообразность и ценность в принципе какого-либо развития, поскольку ориентировано не на развитие и устремление вперед, а возврат и статичное пребывание

в состоянии «идеального прошлого». Об этом свидетельствует и устойчивые словосочетания «возрождение духовности», «духовное возрождение», но не «развитие».

Таким образом, изначально выступая в качестве противопоставления, концепт духовности трансформируется в инструмент формирования образа «врага» (Европы, либеральных ценностей и т.д.) и в большей степени может быть охарактеризован как форма современного политического мифотворчества, чем общий ценностный ориентир. Переход его из разряда мифотворчества в социальную реальность зависит именно от материальных факторов, традиционно противопоставляемых духовности. Разрешение этого противоречия позволит выработать единые ценностные основания, формирующие преемственность национальных традиций в динамичном развитии постсоветского пространства.

Если разработка и внедрение концепта духовности в качестве не столько ценностной категории, сколько инструмента ПМ, носит преимущественно дискуссионный характер, то введение в российских школах «Основ православной культуры» в качестве одного из модулей обязательного предмета «Основы духовно-нравственной культуры народов России» вызвало неоднозначную реакцию в обществе.

В 2009 г. Патриарх Кирилл назвал «мифологемой» заявление о том, что Церковь пытается навязать обязательное изучение ОПК: «Церковь никогда этого не предлагала. Мы предлагали, чтобы на основе альтернативы в рамках учебных программ преподавался бы ряд предметов по выбору» [38]. Однако церковь изначально предлагала введение катехизации школьников, последовательно отстаивая именно обязательность преподавания в школах ОПК. В то же время, учитывая общественное мнение и законодательные рамки, предусматривающие светский характер образования, РПЦ был предложен компромиссный вариант, предполагающий культурологическое, а не религиозное наполнение ОПК: «Еще раз подчеркну: “Основы православной культуры” – культурологический предмет, а каждый уважающий себя человек должен знать свою культуру. На недавней встрече с мусульманскими лидерами мы обсуждали этот вопрос. Руководители мусульманских общин высказались за то, чтобы в школах преподавалась история религий. Но подобный предмет не даст учащимся нравственного стержня. Поэтому мы выступаем за то, чтобы предоставить людям возможность узнать основы сво-

ей культуры» [226]. Патриарх считает, что «если в нашей стране живут люди, исповедующие другие религии, то они, конечно, должны изучать свою культуру, но должны знать и культуру той страны, в которой они живут» [227].

Критику со стороны противников обязательного изучения ОПК Патриарх Алексей II назвал несостоятельной: «Сегодня у ОПК есть противники, считающие, что школа отделена от церкви, и Закон Божий не может иметь места. Но я считаю, что это – не Закон Божий, а культурологический предмет, и каждый культурный человек должен знать основы своей культуры», предусматривая возможность преподавания ОПК священникам: «боязнь увидеть священника в школе является пережитком советского прошлого» [240]. Позиция Патриарха была поддержана А. Кураевым, заявление которого однозначно и не предполагает альтернатив: «обучение ОПК должно быть обязательным, а не добровольным». Д. Смирнов, на тот момент глава синодального Отдела по взаимодействию с вооруженными силами и правоохранительными органами традиционно высказался более резко, назвав дискуссию о преподавании ОПК «идиотской» [208].

Таким образом, РПЦ изначально предполагала и последовательно отстаивала обязательность введения и преподавания в школах ОПК. Поэтому в данном случае, возможно, имеет место отождествление своей личной позиции с позицией церкви. Именно Патриарх Кирилл выступал за предоставление школьникам возможности альтернативы («в школе в обязательном порядке должны преподаваться духовно-нравственные предметы, однако выбор этих предметов должен предоставляться ученикам»), настаивая на добровольности изучения: «Все дело в том, что все основано на добровольности, ведь наши люди имеют закрепленное право получать такое образование» [230]. Патриархом Кириллом был предложен компромиссный вариант, предполагающий альтернативу ОПК в рамках одного курса. Итоговую же конструкцию обязательного образовательного предмета «Основы духовно-нравственной культуры народов России», предоставляющую ученику возможность выбора одного из модулей, можно назвать скорее вынужденным компромиссом, чем изначальной инициативой, который удовлетворил, однако, обе стороны.

Отдельно следует отметить, что почти десятилетняя борьба РПЦ за введение ОПК, а также жёсткое лоббирование своих интересов в образовательной сфере являлись, по заявлению Пред-

стоятеля РПЦ, всего лишь реализацией церковью «инициативы Президента Российской Федерации, поддержанной всеми традиционными религиозными общинами». Подобное смещение акцентов и перераспределение ролей позволило РПЦ устраниться от роли инициатора введения ОПК, переложив ответственность за реализацию и соответственно финансирование своих интересов в рамках данного курса на государство.

С одной стороны, серьезные разночтения, а с другой – демократизм и многообразие мнений присутствуют у представителей РПЦ и относительно требований к педагогическим кадрам, осуществляющим преподавание ОПК, а также учебникам и учебно-методическим пособиям.

Так, по мнению Патриарха Кирилла, преподавание ОПК могут осуществлять «даже учителя математики или физкультуры – главное, чтобы они обладали необходимой педагогической подготовкой». В то же время заместитель руководителя синодального отдела по религиозному образованию и катехизации протоирей А. Абрамов предлагал свое видение решения данной проблемы, в корне противоречащее мнению Патриарха: «Это должны быть настоящие специалисты, а не бывшие преподаватели физкультуры или “Основ безопасности жизнедеятельности”» [37]. В отношении же кадров, обладающих необходимой педагогической подготовкой, но с нерелигиозным мировоззрением возможность преподавания Патриархом безоговорочно исключена: «чтобы, простите, не безбожники преподавали ОПК». В свою очередь, глава синодального отдела по религиозному образованию и катехизации митрополит Меркурий считает, что преподаватели ОПК должны быть не столько «профессиональными» верующими, «сколько профессиональными педагогами» [38].

Подобный разнотон мнений относительно кадров, призванных преподавать ОПК, обусловил необходимость конкретизации требований к учителям: преподавание ОПК – «дело миссии мирян», однако они должны быть верующими, крещеными, воцерковленными, иметь богословское образование и понимать преподавание как служение: «В существование человека, любящего и знающего православную культуру, не будучи при этом крещеным и воцерковленным, верится с трудом» [144].

В сентябре 2009 г. публикуются первые заявления о том, что по данным социологических исследований, «почти 70% россиян положительно относятся к введению в школах ОПК». Кроме это-

го, согласно опросу социологического факультета МГУ, 59% жителей Москвы положительно оценивают идею введения в школах предмета ОПК, а сторонники курса хотели бы, «чтобы в его программу было включено изучение религиозных заповедей» [23]. Результаты социологических исследований дополняет заявления ВЦИОМ о 75% православных в стране и росте числа сторонников преподавания «основ религии» с 48% в 2001 до 53% в 2009 г. [40; 87].

Созданный в СМИ позитивный информационный фон, сопровождавший кампанию по введению ОПК, послужил основанием для заявлений РПЦ об обоснованности и крайней необходимости данной дисциплины, ожидаемости её большей частью населения. Однако второй этап – включение в образовательную сетку российских средних школ и непосредственно выбор родителями и учащимися того или иного модуля «Основ духовно-нравственной культуры народов России» – выявил значительный разрыв между декларацией и фактом: реальной готовностью и желанием изучения ОПК, а также основ других религий. По состоянию на начало учебного года (октябрь 2012), модуль «Основы светской этики» выбрали 42,7% учащихся, ОПК – 31,7%, «Основы мировых религиозных культур» – 21,2%. Наиболее низкими рейтинги ОПК оказались в Сибирском, Уральском и Приволжском федеральных округах (в отдельных регионах – до 0%) [9, с. 164].

Результаты выбора, фактическая готовность и реальное желание изучать ОПК обусловили со стороны РПЦ необходимость поиска условий и оправдание причин данного выбора, а также направления и способы его корректировки. Следует оговориться, что сам факт осознанного, но нежелательного, с точки зрения РПЦ, выбора одного из модулей, в принципе не рассматривается. Причины сложившейся ситуации следует искать не в волеизъявлении родителей и учащихся, а в негативном внешнем воздействии. Упоминание в риторике РПЦ выбора «Светской этики» коррелирует исключительно с такими оценками, как «давление», «запрещение», «принуждение», «игнорирование».

В частности, Предстоятель РПЦ назвал «абсурдной» ситуацию, когда в одном из регионов 100% школьников выбрали светскую этику, заявив, что это результат «оказания давления на родителей», «когда директора школ *запрещают* детям выбирать православную культуру и *вынуждают* родителей подписываться на светскую этику» (*Курсив А.С.*) и выразил уверенность, что «эти

перекосы будут, несомненно, исправлены» [228]. По мнению А. Кураева, причина – давление на школы со стороны местных органов образования. «Ясно, что было оказано давление. Я чувствую за этим чисто политический заказ». Глава союза «Христианское возрождение» В. Осипов также видит причину в конспирологическом воздействии внешних сил: регионы «не желают реализовывать права верующих родителей», «Республика Коми «практически бойкотирует» курс ОПК», «администрация категорически отказывается» и т.п. [214].

Таким образом, к основным причинам приоритетного выбора «Светской этики», с позиций РПЦ, можно отнести оказание давления на школы, оказание давления школами на родителей и учащихся, бойкот и игнорирование ОПК местными органами власти. Общим же итогом кампании по введению в российских школах ОПК, явилось, во-первых, формирование перечня обязательных требований к преподавателям ОПК, в некоторых положениях противоречащего нормам трудового и гражданского законодательства. Согласно данным требованиям, учитель ОПК должен быть:

- верующим;
- крещеным;
- воцерковленным;
- иметь богословское образование;
- иметь церковную аккредитацию.

Как видно, в данный перечень не входят требования педагогического, исторического, религиоведческого, искусствоведческого или любого другого профильного образования. В то же время, поскольку какие-либо уточнения профессиональной компетенции учителя отсутствуют, нельзя исключать, что профильное образование «по умолчанию» предполагается в качестве базового. В итоге учебный курс стал заложником политических и религиозных разногласий и в то же время одним из эффективных инструментов манипуляции общественным сознанием.

Главной же причиной фактического провала введения ОПК Патриарх Кирилл считает следствие «неверной трактовки... понятия светскости государства». «Светское» и «нерелигиозное» в понимании Патриарха равнозначно «атеистическому», а атеистическая мораль однозначно трактуется Патриархом негативно в русле общей церковной тенденции демонизации советского прошлого: «А что такое светская этика? В этом курсе предложат не-

что иное – будет преподаваться атеистическая мораль, как та, что мы с вами изучали в советское время» [46]. Подобную трактовку светскости можно обозначить как наивную и поверхностную, однако в других заявлениях Предстоятель РПЦ призывает «не ставить знак равенства между светскостью и нерелигиозностью», интерпретируя светскость «как идеологическую и мировоззренческую нейтральность», что вызывает вопросы о последовательности и корректности выступления Патриархом соответствующего ассоциативного ряда.

Председатель синодального отдела по взаимодействию Церкви и общества Московского Патриархата В. Чаплин заявляет об «утрированном» и «по-советски примитивном» понимании светскости, в то же время представляя собственную, достаточно неоднозначную конструкцию, последовательно отождествляя светскость: 1) с религией; 2) с научным мировоззрением; 3) с секуляризмом. В частности, светское мировоззрение отождествляется В. Чаплиным с научным, которое, однако, также «*своего рода религия*, которая базируется на культе человека, и лишь один из возможных человеческих выборов» и поэтому «является одним из вариантов религиозного выбора» [225]. Секуляризм соответственно выступает одновременно и как «достаточно длительный исторический эпизод», и «как идеология», и как «мировоззрение»: «секуляризм – это не нейтральное мировоззрение, а лишь один из вариантов мировоззренческого выбора» [225].

По существу, отсутствие представлений о фундаментальных различиях основных общенаучных и философских категорий влечет отождествление В. Чаплиным: а) светскости (принципа), б) секуляризма (концепции, идеологии) и в) секуляризации (процесса). Необходимо в то же время отметить, что в церкви присутствуют и другие подходы к пониманию светскости. В частности, Почетный Патриарший экзарх всея Беларуси Митрополит Минский и Слуцкий Филарет, высказывал несогласие с тем, что «светскость равнозначна атеизму»: «Такое мнение находится в противоречии единой стратегической устремленности Церкви, общественности и государства, – устремленности к формированию полноценной личности» [146].

Аналогичной позиции придерживается Митрополит Ростовский и Новочеркасский Меркурий, отметивший «неоправданно низкий процент выбора» ОПК, но заявивший, что «светскость – совсем не синоним «атеизма». При этом митрополит Меркурий

уточняет понятие светскости с позиций распределения полномочий: «в этом смысле школа не отделена от Церкви. И в светской школе есть, говоря научным языком, сфера совместной компетенции государства и Церкви» [238]. С точки зрения Митрополита Волоколамского Илариона светское также «не синоним атеистического». В то же время Митрополит предлагает очередную отсылку к советскому прошлому, не раскрывая смысла светскости: «В советское время нам внушали, что атеизм – это некая общая идеология, а религия есть частное дело отдельных заблуждающихся людей» [142].

Таким образом, анализируя выступления представителей РПЦ, в которых присутствует обращение к светскости, следует констатировать множественность интерпретаций и отсутствие единого понимания светскости прежде всего внутри самой РПЦ. Негативная оценка данного конституционного принципа представляется как «неверная», «ложно понятая» и «неправильно понимаемая» трактовка, которая «односторонне перетолковывается» и тем самым обуславливает «утрированное», «жесткое, буквалистское», «своеобразное» понимание светскости. В конечном же счете все многочисленные характеристики светскости сводятся к дихотомии «правильное–неправильное».

«Правильное» понимание светскости, по-видимому, предполагает одностороннее отделение – государства от религии, ограничиваясь принципом невмешательства государства в дела церкви. Церковь же, однако, оставляет за собой аналогичное право по отношению к государству, вплоть до неподчинения действующему законодательству, обозначенному как возможность «мирного гражданского неповиновения». Так, в «Основах социальной концепции Русской православной церкви» указывается: «Если власть принуждает православных верующих к отступлению от Христа и Его Церкви, а также к греховным, душевредным деяниям, Церковь должна отказать государству в повиновении. Христианин, следуя велению совести, может не исполнить повеления власти, понуждающего к тяжкому греху» [188]. Вместе с тем, Церковь оговаривает возможные формы подобного неповиновения, подчеркивая его мирный характер: «В случае невозможности повиновения государственным законам и распоряжениям власти со стороны церковной Полноты, церковное Священноначалие по должному рассмотрении вопроса может предпринять следующие действия: вступить в прямой диалог с властью по возникшей

проблеме; призвать народ применить механизмы народовластия для изменения законодательства или пересмотра решения власти; обратиться в международные инстанции и к мировому общественному мнению; обратиться к своим чадам с призывом к мирному гражданскому неповиновению» [188].

Соответственно церковь подвергается резкой критике и оставляет за рамками рассмотрения правовую, научную и другие «неправильные» трактовки светскости. Логическим завершением дискурса о содержании светского стало заявление Президента Российской Федерации В.В. Путина: «Сохраняя светский характер нашего государства, не допуская огосударствления церковной жизни, мы должны уйти от вульгарного, примитивного понимания светскости» [45].

В этой связи целесообразно обратиться к существующим в настоящее время правовым границам светскости, закрепленным в действующем законодательстве. Статья 14 Конституции Российской Федерации закрепляет принцип светскости государства, а п. 6 ст. 3 Закона Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» предусматривает «светский характер образования в государственных, муниципальных организациях, осуществляющих образовательную деятельность» [108]. Кроме этого, п. 6 ст. 3 Закона Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» предусматривает «светский характер образования в государственных, муниципальных организациях, осуществляющих образовательную деятельность».

Приведенные нормы согласуются с провозглашенной ст. 28 Конституции Российской Федерации свободой совести и вероисповедания и закрепленной ч. 2 ст. 19 Конституции Российской Федерации гарантией равенства прав и свобод человека и гражданина независимо от отношения к религии: «Государство гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств. Запрещаются любые формы ограничения прав граждан по признакам социальной, расовой, национальной, языковой или религиозной принадлежности» [107].

Анализ научно-практических комментариев Конституции Российской Федерации, а также научной литературы позволяет

уточнить содержание и рамки светскости, сложившиеся на сегодняшний день в политико-правовом поле России и Беларуси. Обобщая, их можно обозначить как нейтралитет (безразличие) государства по отношению к любой религии, а также взаимное невмешательство религиозных организаций и государства в дела друг друга. Т.Ф. Акчурина кратко сформулировал светскость как принцип «взаимной свободы»: государства от религии и религии от государства [5, с. 57].

В политическом измерении принцип «взаимной свободы» может быть охарактеризован следующими основными положениями. Светскость государства предполагает отсутствие прямого государственного финансирования религиозных организаций; недопустимость обязательного вероисповедания; отсутствие религиозных судов общей юрисдикции; непризнание религиозных норм и актов в качестве источника права. Деятельность органов государственной власти не должна сопровождаться публичными религиозными обрядами и церемониями, а должностные лица не вправе использовать свое служебное положение для формирования того или иного отношения к религии и др. [24, с. 31]. Интересно отметить, что в более поздних комментариях уже появляется утверждение, что «светское государство нельзя понимать как безоценочное, мировоззренчески нейтральное, не отдающее предпочтение вообще никакому мировоззрению», однако основные правовые характеристики светскости соответствуют приведенным выше [108, с. 57].

Л.Е. Земляков предлагает дифференцированный подход, рассматривая многоаспектность светскости государства как: 1) основу конституционного строя; 2) политико-правовой принцип; 3) политико-правовую характеристику государства; 4) политико-правовой институт; 5) политико-правовое требование; 6) систему политико-правовых отношений; 7) политико-правовой процесс. Системообразующими же элементами политико-правового института светскости государства являются отделение религиозных организаций от государства, а также недопустимость установления обязательной для граждан идеологии политических партий, религиозных или иных общественных объединений, социальных групп [164, с. 32–33]. Иными словами, принцип светскости и отделения церкви (религиозных организаций) от государства характеризуется взаимным невмешательством в деятельность друг друга, что обеспечивается юридически закрепленным

разграничением сфер полномочий, прав и обязанностей сторон, разделением их компетенции. Подобная позиция согласуется с формулировкой, содержащейся в «Основах социальной концепции Русской православной церкви», предлагающей достаточно четкое определение позиции Церкви относительно принципа светскости, который «предполагает лишь известное разделение сфер компетенции Церкви и власти, невмешательство их во внутренние дела друг друга» [188].

Существующее противоречие обусловило необходимость переосмысления сущности и содержания принципа светскости государства, а также ввода в научный оборот системы аргументации по актуализации и правовому закреплению клерикально-ориентированной модели религиозной политики. В частности, в последних комментариях к Конституции Российской Федерации уже появляется утверждение, что «светское государство нельзя понимать как безоценочное, мировоззренчески нейтральное, не отдающее предпочтение вообще никакому мировоззрению» [108, с. 57].

Анализ законодательства, научно-правовых комментариев и официальных документов РПЦ позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день официальная церковная и политико-правовая характеристики светскости государства в целом совпадают, что вызывает вопросы относительно: а) обоснованности дискуссий по данной проблеме; б) наличия в российском обществе адекватного представления о существующих правовых границах принципа светскости государства; в) знакомства отдельных представителей РПЦ с соответствующими положениями Основ социальной концепции и другими программными документами самой РПЦ.

В целом же попытка внедрения тренда «Духовность–ОПК–Светскость», призванного сплотить общество вокруг идеи духовного возрождения, пока не достигла своего результата, вскрыв характерную проблему: несоответствие между декларацией уровня религиозно-политического единomyслия российского общества, и фактической ролью РПЦ как значимого фактора его мотивации. Поэтому еще одним направлением ПМ, в котором РПЦ одновременно выступает как инструментом, так и субъектом, становится конструирование и монополизация либо замещение исторического прошлого.

3.3. «Битва прошлых»: модели замещения и конструирования памяти

Тенденция переоценки общего прошлого стран бывшего СССР характеризуется острой актуальностью и крайней неоднозначностью, сопровождаемая постепенной трансформацией либо замещением коллективной памяти новыми идеологическими конструктами. С одной стороны, в конфессиональной риторике последовательно декларируется недопустимость переписывания истории. С другой стороны, наряду с другими неполитическими институтами (прежде всего, культурой и искусством), именно РПЦ отводится значимая роль в «перекодировании» прошлого страны, что становится уже фактором не столько религиозного и социокультурного, сколько политического влияния.

Технологии данного направления основываются на научном базисе и теоретических разработках философов, психологов, социологов, ученых других отраслей знания. В числе основных парадигм, в рамках которых рассматриваются различные аспекты конструирования прошлого, используются социальная и психологическая реальность В. Дильтея и Н. Лумана, теория архетипов К. Юнга, «изобретения традиций» Э. Гелнера и Б. Андерсона, теория и политика идентичности М. Кастельса, М. Кейса, Дж. Фридмана, теории жизненного мира Э. Гуссерля и А. Шюца, конструктивистского альтернативизма Дж. Келли, «социальной рамки памяти», «мест памяти» М. Хальбвакса, П. Нора и множество других. В политологии и социологии к приоритетным относят социально-психологическую концепцию и макрополитический подход, информационную и когнитивную теории исторических источников. Некоторые прикладные аспекты рассматриваются в контексте психолингвистики, технологий нейролингвистического программирования (НЛП) и др. В целом, анализируя множество подходов и инструментов конструирования прошлого, можно выделить несколько общих ключевых инструментов:

- 1) Общая деконструкция и перемифологизация истории, осуществляемая посредством создания множественности конкурирующих моделей, образов и парадигм прошлого. Инструментом деконструкции выступает также нивелирование роли научного исторического знания, когда под сомнение ставятся любые, казалось бы, ранее неоспоримые исторические факты и события, не принимаются во внимание или отвергаются социальные об-

условленности исторических процессов. Историческое знание в обыденном сознании зачастую подменяется индивидуализмом, психологическими трактовками тех или иных событий. Именно такой подход, который с большим основанием можно назвать поведенческим, чем историческим, наиболее распространён в настоящее время в публицистике, культуре и особенно кинематографе, активно создающим новый канонический образ недавнего советского прошлого.

2) Символическое конструирование «свой-чужой» («друг-враг») создает искусственную конфронтацию и обостряет политическую жизнь страны, однако существенно облегчает её управление. Если в военные периоды коллективная память сохраняет образ только внешнего врага, то в мирное время преимущественно конструируется уже образ «врага внутреннего», который множественен, динамичен и требует постоянного обновления в зависимости от сиюминутных политических задач, апеллируя, как правило, либо к модели «идеального», либо «ужасного» прошлого. «Дружба против» той или иной модели прошлого способна на какое-то время объединить ранее противоборствующие силы. Так, демонизация советского прошлого в равной степени характерна как для пролиберально, так и проправославно настроенной части общества, редко склонных к диалогу.

В качестве примера эффективного использования данного инструмента ПМ можно привести акцию Pussy Riot, когда мощная информационная волна по поводу незначительного административного правонарушения создала: а) образ врага в настоящем времени («кошунство»); б) отсылку к «ужасному» прошлому («наследие безбожного режима»); в) а затем явилась формальным поводом для проведения непопулярных законодательных норм (ужесточение законодательства в сфере свободы слова, митингов, введение в Уголовный Кодекс Российской Федерации нормы об оскорблении чувств верующих и т.д.).

3) «Канонизация» прошлого: выбор и легитимация моделей прошлого, их институциональная поддержка и в некоторых случаях – законодательное закрепление. Как деконструкция, так и конструкция национальной истории, реализуемая с помощью информационных ресурсов, представляет собой целенаправленную деятельность по репрезентации определенного образа прошлого и имеет место тогда, когда вызываемые коллективной памятью ценности оказываются созвучны приоритетам современной по-

литики. Нежелательная коллективная память постепенно замещается либо подменяется в массовом сознании моделью прошлого, отвечающей целям политической власти. В целом феномен «нежелательной памяти» очень точно сформулировал Б. Саутгейт: «наши воспоминания о прошлом проверяются, фильтруются, избираются и исключаются для наших сегодняшних потребностей... любое самосознание зависит не только от того, что мы помним, но и того, что мы забываем» [цит. по: 176, с. 127].

Замещение нежелательной памяти осуществляется через образовательные стандарты, церемониальные и символические акции, образы культуры и искусства. Для многих стран постсоветского пространства характерна целая цепочка замещений: замена устойчивых языческих символов и обрядов христианскими праздниками, затем уже замещение христианских праздников и обрядов советскими атеистическими (1 мая, «звездины», «октябрины», «комсомольские святки» и т.п.), обратная подмена советских праздников. Подобное замещение, например, произошло при переносе общероссийского праздника с 7 на 4 ноября, когда смысл новой даты в значительной степени «размыт», но по инерции с советского времени широко отмечается в масштабах страны.

Сосуществование в одном пространстве взаимоисключающих моделей «идеального прошлого» возможно до тех пор, пока одна из моделей не становится общепринятой социальной (образовательной, религиозной) или законодательной нормой. На данной стадии «неправильная» интерпретация прошлого становится уже уголовно наказуемой. В качестве примера можно привести введение в ряде стран уголовной ответственности за отрицание холокоста или геноцида, пропаганду или ношение советской символики, оскорбление чувств верующих и т.п. а единственным легитимным интерпретатором «прошлого» выступает властный политический субъект либо иной субъект, которому делегированы такие полномочия.

В результате осуществляется перекодирование (перемифологизация) истории и как следствие, – национального архетипа. Одним из ведущих направлений в данном процессе на постсоветском пространстве становится перекодирование восприятия в общественном сознании Великой Отечественной войны и Дня Победы. Это связано с тем, что Великая Отечественная война – пожалуй, единственное событие, относительно которого пока еще присутствуют, во-первых, определенные знания истории,

исторических фактов, во-вторых, единодушие в оценках и осознании всеобщей гордости за Победу, массовый героизм и патриотизм советского народа.

Статус Дня Победы в России неизменно и объективно высок и значительно опережает по значимости другие государственные праздники – День Независимости, День Конституции – около 85% населения считают его важнейшим праздником. У подавляющего большинства россиян (91%) кто-то из родственников принимал участие в войне, а каждый десятый потерял в ней кого-то из своих близких. Что касается основных условий Победы, то в числе ключевых факторов, которые сыграли определяющую роль в её достижении, большинство респондентов указывают массовый патриотизм и героизм на фронтах (84,6%). Причем, несмотря на появляющиеся многочисленные заявления в СМИ о заградительных отрядах, штрафных батальонах и иных «издержках войны», идея великого подвига советских людей практически не претерпела изменений со времен первых послевоенных поколений. О принудительном героизме в годы Великой Отечественной войны заявили только 5,5% россиян. О косвенной высокой оценке общего советского прошлого как безусловной ценности и условия Победы свидетельствуют ответы на вопрос «За что сражались советские люди в годы войны?». Во всех категориях респондентов более 80% принадлежит ответу «За Родину» [8, с. 13; 238].

В силу указанных объективных причин основным инструментом в перекодировании «нежелательной» памяти о войне в рамках тенденции десталинизации и демонизации советского прошлого становится не столько разрушение (исключение), сколько её постепенное замещение. Осуществляется процесс замещения в том числе через активное вовлечение в данную деятельность РПЦ, позиция которой в целом последовательна и логична, хотя и не лишена отдельных противоречий. С одной стороны, церковь безусловно отдает дань погибшим и победившим в войне. С другой стороны, очевидны её попытки монополизации общей победы советского народа и памяти. Между тем церкви, согласно опросам, респондентами отводится незначительная роль – о её вкладе в Победу упомянуло всего 9,7% [85]. В этой связи интерес представляет анализ выступлений Патриарха Кирилла и представителей РПЦ в контексте памятных военных дат.

Именно Патриарх Кирилл, возможно, первый вскрыл и сформулировал глубинную суть образа Победы, которую она

приобрела в последние десятилетия: как «величайшей духовной традиции». Однако в своих выступлениях он конкретизирует и раскрывает смысл данной традиции в узком, религиозном понимании. Война рассматривается одновременно и как «наказание (здесь и дальше курсив А.С.) за грех богоотступничества всего народа, за попрание святынь, за кощунство и издевательство над Церковью, над святынями, над верой» и как «дар Божественной справедливости и дар Божественной любви» [242; 248]. В данном случае, в соответствии с христианской традиции, какие-либо противоречия отсутствуют, поскольку любое наказание в рамках религиозной традиции должно восприниматься именно как дар, возможность покаяния, искупления, самосовершенствования и т.п. Предстоятель РПЦ последователен в отстаивании своей позиции, подтвердив 6 мая 2010 г. её еще раз: «Год назад я сказал в этом храме, что и Великая Отечественная война была наказанием за наш грех, а потом был удивлен реакцией светской прессы, которая удивилась и даже обиделась. Не надо обижаться – грешить не надо». Соответственно для того, чтобы война больше не повторилась, «никогда не должно повториться массовое богоотступничество» [248].

Присутствует и другая версия (модель) войны как одного из воплощения дьявола: «война была войной со злом... причина зла – вне этого видимого мира, там, где была первая битва Архангела Михаила с падшим Денницей» [248]. Соответственно война, как и оружие, – просто «материализация той злой силы», и, по мнению В. Чаплина, «неизбежное дело в нашем испорченном грехом мире» [308]. Абстрактность категорий в данном случае вполне объяснима, поскольку конкретизация образа врага неизбежно влечет конкретизацию образа победителя и предсказуемо отсылает к «нежелательной памяти». В отдельных случаях (как правило, в выступлениях Патриарха за пределами России) конструкция врага приобретает земные черты: «огромное число людей признает решающую роль нашей страны... в преодолении нацизма» [201]. Встречается упоминание о борьбе с фашизмом и «иноземной силой». Победителем в данном варианте конструкции также выступает также конкретный образ – Советский союз. Условия же и факторы Победы не уточняются.

Последовательно выстроенный образ войны (наказание, дар, злые силы) предполагает конструирование образа врага, против которого велась война. Врагом выступают грех богоотступниче-

ства, безбожие, дьявол, поскольку именно они, согласно данной конструкции, являются первичной причиной войны. Фашизм, нацизм, иноземная сила и т.п. внешние геополитические и военные факторы выступают вторичным следствием – инструментом, формой, методом наказания.

Поскольку основным врагом (источником войны) является не внешний враг, а внутренний (грех, безбожие), то и борьба с ним возможна по обе линии фронта. В русло подобных заявлений вписывается и объявление РПЦ за границей генерала Власова «символом борьбы с большевизмом» [234] – заявление, однако, никак не комментируемое РПЦ. Приведенное заявление крайне неоднозначно, особенно учитывая тот факт, что по инициативе и при непосредственном участии Президента России В.В. Путина между двумя церквями был подписан акт о каноническом общении, – событие, широко освещавшееся в официальных СМИ. В то же время следует отметить недопустимость, с позиций РПЦ, «компромисса со злом»: «но ничто не могло остановить наш народ, который даже в самый страшный момент не пошел на компромисс со злом. Компромисс со злом есть компромисс с дьяволом, а значит, поражение того, кто вступает в этот компромисс» [249].

Следующим этапом замещения образа Победы можно назвать моделирование образа победителя. В данном случае Патриарх избегает категорий, несущих какую-либо идеологическую, политическую или религиозную нагрузку (например, советский народ, русский народ, православный народ и т.п.). В качестве победителя в большинстве случаев выступает обезличенный, лишенный персонифицированных признаков, народ: «наш народ», «свой народ», «ваш народ», «весь народ»: «Вы являетесь реальными свидетелями героизма своего народа», «трудовой и ратный подвиг нашего народа», «праздник всего народа» и т.п. Что касается отношения к Победе, то здесь в риторике Патриарха встречается двойственность относительно источника, причин и факторов, обеспечивших Победу. Отдавая должное мужеству и героизму народа, Патриарх последовательно отказывается в её обусловленности чем-либо иным, нежели исключительно православной верой и молитвой: «Героизм русского человека всегда поддерживался силой православной веры» [249].

Нерелигиозный героизм, по мнению Патриарха, в принципе невозможен, поскольку «в рамках безбожного мировоззрения не-

возможно оправдать ни героизма, ни подвига, ни самопожертвования, и если на такой подвиг идут люди, которые не осознают себя религиозными, то это не означает, что их мотивация подвига лежит в материалистической плоскости». К тому же «верующий человек жертвует собой легче, чем человек без веры...». Логическим продолжением приведенных цитат является Заявление Всемирного русского народного собора: «Именно эти идеалы, а не идеология богоборчества, оказались в основе крепости народного духа, приведшего страну к Победе». Осознанность веры в данном случае не играет существенной роли: «многие люди не верили в Бога, но они оставались носителями нашего национального духовного кода, нашей национальной православной цивилизации, даже не сознавая этого» [33].

В приведенном контексте скорее исключением, чем правилом, звучит фраза о том, что «Именно мужеством и героизмом нашего народа и была одержана победа». Правда, здесь же следует существенная оговорка: «С вами Церковь, которая... воодушевляла народ, поднимала его на борьбу» [229]. Приведенные цитаты позволяют выделить два основных условия Победы: а) православную веру, обусловившую героизм и стойкость народа; б) Божие содействие. В некоторых случаях оба этих условия образуют единую связку: «Несомненно, силой Божьей, как и героизмом наших людей, ни с чем не сравнимым, враг был отброшен от стен Москвы». Однако приоритет, безусловно, отводится высшим силам: «...Господь даровал Победу, и из Его спасающей десницы мы получили избавление». Упомянутая в контексте другой Отечественной войны – 1812 г. – причина победы однозначна («Мы победили, потому что мы действительно крепко молились») и не допускает интерпретаций: «Если кто-то сегодня игнорирует этот духовный фактор, то он вновь демонстрирует идеологический подход к истории, который не имеет ничего общего с реальностью» [229].

Следует заметить, что материальные факторы Победы исключены из церковной риторики и в принципе не рассматриваются: индустриализация, перенос производства в тыл, обеспечивший уже к середине войны перевес в оружейной и технической мощи, подготовка военных кадров и др. Поэтому, говоря о Победе, представители РПЦ говорят «не столько о победе русского оружия», сколько «о победе русского духа, а символом русского духа как раз и являлись такие люди, которые могли не держать

буквально оружие в руках (как, например, Иринарх затворник), но, держа крест в руках, благословлять на ратные подвиги своих земляков, своих соотечественников» [10; 180].

Эффективным инструментом замещения памяти и переориентирования преемственности военных традиций является разработка и обновление церемониала, геральдики, военной символики. Практика постепенного, но в то же время системного и активного вытеснения советской военной символики в России становится все более распространенной.

Так, на Параде Победы Знамя Победы, сохранившего, однако, советскую символику, выносится вслед за триколором знаменной группой, одетой в стилизованную форму русской армии первой половины XIX века, в местах массовых гуляний практически отсутствует советская символика, ассоциирующаяся с Победой. Обязательным атрибутом перезахоронений останков солдат, погибших в войне, помимо традиционного воинского салюта, становится отпевание. В итоге вся советская символика Победы заменена одной георгиевской ленточкой, отсылающей не столько к воинской традиции поощрения доблести, сколько к святому Георгию и абстрактному злу: «Богу было угодно, чтобы именно на этом месте был воздвигнут монумент героям-защитникам..., и частью этого монумента является сей храм святого великомученика и Победоносца Георгия. Почему именно в честь великомученика Георгия этот храм был построен и освящен? Да потому что святой великомученик Георгий является символом... борьбы людей, одухотворенных благодатью Божией, со злом» [249].

Образ святого оправдывает путаницу дат и легитимирует корректировку Патриархом даты окончания войны, связывающим её с датой первой церемонии подписания Акта о безоговорочной капитуляции, состоявшейся 7 мая (курсив А.С.): «Мы празднуем День Победы в годовщину подписания капитуляции, которая состоялась в Берлине 8 мая (ввиду разницы во времени в Москве к моменту капитуляции было уже за полночь, а потому праздник Победы отмечается 9 мая). Но война кончилась 6 мая, в день великомученика и Победоносца Георгия, который всегда являлся покровителем града Москвы».

Таким образом, последовательно рассмотрев и проанализировав технологию «замещения» памяти о Великой Отечественной войне, включающую новую интерпретацию причин войны, образов врага и победителя, условий и факторов Победы, с высокой

долей вероятности можно предположить её заключительную часть – обоснование монополии РПЦ на роль источника Победы и хранителя памяти о войне. Максимально кратко и ёмко замещение – как символическое, так и содержательное – может быть проиллюстрировано одним новостным заголовком: «Святейший Патриарх Кирилл благословил построить на площади Победы... новый кафедральный собор» [34].

Общую же технологию – модель замещения, предусматривающую вариативность применения в зависимости от конкретного места и целевой аудитории, можно представить в виде таблицы 4:

Таблица 4 – Модель замещения исторической памяти о Великой Отечественной войне в конструкции РПЦ

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ					
ВАРИАНТЫ ОБРАЗОВ	Война	Враг	Победитель	Факторы и условия Победы	Источник и хранитель памяти
	а) наказание	а) грех, безбожие, атеизм	«наш народ» «свой народ» «ваш народ» «весь народ»	искупительные жертвы, молитва, божье содействие, православная вера, мужество и героизм народа	а) церковь
	б) дар, милость бога	б) грех, безбожие, атеизм			б) церковь
	в) воплощение вечного зла (дьявола)	в) зло, дьявол			в) церковь
	г) внешне-политические факторы	г) иноземная сила, нацизм, фашизм	Советский союз	– (?)	г) церковь

В качестве же позитивных тенденций и инициатив, исходящих от РПЦ в деле сохранения памяти и преемственности традиций патриотического воспитания, можно отметить её устойчивый и последовательный ценностно-ориентированный подход: «Наша задача заключается в том, чтобы всегда помнить о Дне Победы и делать все, чтобы страна наша оставалась свободной, способной самобытно развиваться, не подчиняясь ничьей воле из-за рубежа. Сегодня это не менее сложно, чем в те времена» [33].

Мировоззрение и ценностные ориентации являются основой любой мотивационной системы, и, следовательно, поведения человека в потенциально сложных ситуациях, в том числе в условиях военной или иной угрозы. Но, по мнению Церкви, «если будет господствовать система ложных ценностей, которая сегодня всячески насаждается, в том числе в сознании нашей молодежи, что главное – это собственная жизнь, удовольствие, благополучие, деньги, успех, то разве при такой системе нравственной ориентации человек сможет все это оставить, забыть и отдать жизнь за Родину? Нет, не сможет». Поэтому «должны быть приоритеты, должна быть такая система ценностей, которая бы в первую очередь предполагала воспитание в душах людей высоких нравственных и патриотических убеждений» [244].

БПЦ отличается на сегодня более последовательной позицией, не подвергая сомнению подвиг советского народа и трагедию войны. Это способствует формированию позитивного восприятия Победы как общей идеи и ценности, объединяющей народы бывшего СССР. Однако выбор позиции по подобным вопросам может зависеть от множества факторов. В этой связи необходимо осознавать, что позиция конфессий по важнейшим, идеологически значимым для страны вопросам, не всегда постоянна и, в зависимости от влияния политической конъюнктуры, может меняться.

Практика применения технологий конструирования прошлого насчитывает не одну сотню лет. Они в большей степени основываются на создании эмоционального, оценочного восприятия соответствующего события прошлого. Опираясь на образ и изменяя архетип, «войны памяти» становятся в настоящее время едва ли не основным инструментом информационного противоборства. Поэтому одной из основных задач государства становится поиск и трансляция идей, консолидирующих общество и народы.

Одной из таких идей является идея объединения стран бывшего СССР на основе единых цивилизационных ценностей: русского языка и культуры, православной веры, общих представлений об историческом прошлом. Активная трансляция и продвижение данных идей РПЦ дает возможность рассмотреть их более подробно.

3.4. Специфика и основные проблемы религиозного измерения интеграционных процессов

Деятельность РПЦ в интеграционных процессах на постсоветском пространстве изначально была ориентирована на приоритетное сотрудничество в рамках «славянского треугольника»: Беларуси–России–Украины, большая часть населения которого традиционно идентифицирует себя если не с религиозной, то с социокультурной принадлежностью к православию.

Еще в 2001 г. в своем выступлении в Дипломатической академии МИД Российской Федерации Патриарх Кирилл (на тот момент митрополит Калининградский и Смоленский) озвучил основные направления сотрудничества между РПЦ и Российской Федерацией во внешнеполитических процессах. К ним были отнесены: реституция собственности и культурных ценностей, утраченных РПЦ после 1917 г.; защита прав соотечественников, в том числе прав верующих, в ближнем и дальнем зарубежье; участие РПЦ в миротворческой деятельности; отстаивание принципа многополярности глобализирующегося мира [145].

Указанные пункты частично нашли свое отражение в понятии «канонической территории» и проекте «Русского мира» (далее – РМ), попытка институционализации которого до 2014 г. активно осуществлялась РПЦ. Озвучиванию идей РМ в конфессиональной риторике предшествовало выступление в 2004 г. министра иностранных дел И. Иванова на VIII Всемирного русского народного собора о том, что «собрание “русского мира” является общим делом Российского государства и Русской православной церкви» [49, с. 6]. В 2007 г. Патриарх Алексий II сделал первую попытку решить проблему наднационального характера «русскости» через консолидацию этносов и народов вокруг некоего высшего начала – православных ценностей: «Само понятие “русскость” – не этническое, а сверхнациональное, культурное. Оно, может быть, и зародилось как национальное на киевских землях. Ведь, согласно древнерусским летописям, Русью в строгом смысле этого слова первоначально назывались только ближайшие к Киеву земли. Однако с течением времени это понятие стало универсальным. В русский мир вошли и другие народы, отличные по этническому признаку, однако русские по духу, по принятию православных ценностей» [222, с. 7].

Впервые же программное оформление идей РМ было озвучено главой РПЦ Патриархом Кириллом в ноябре 2009 г. На протяжении последующих лет его структура и содержание развивались, уточнялись, дополнялись представителями РПЦ как новыми чертами, так и некоторыми противоречиями.

В конструкции РПЦ РМ – цивилизационное понятие: это «особая цивилизация» и «цивилизационное пространство», единство которого определяется Патриархом по факту крещения Руси в 988 г.: «Русский мир – единое духовное пространство восточнославянских стран-наследниц исторической Руси» [81; 246; 247].

Помимо приведенных трактовок, РМ определяется как «русский способ жительство», поддерживаемый «общими государственными границами». Попытка уточнить предложенное определение уводит к еще большей абстракции: это «способ общественного жительство, который во всем мире ассоциируется с русской традицией» [55]. Содержание и отличия «русского способа жительство» от иных способов жительство не раскрываются, поэтому в качестве основной характеристики представляется обоснованным выделить не столько «понятие» и «способ», сколько «пространство» РМ. Пространственное измерение требует определения уже не только духовных и цивилизационных, но и его территориальных границ.

В контексте определения критериев территориальных границ РПЦ активно использует понятие «канонической территории». Данное понятие было введено в терминологию РПЦ в связи с проблемами взаимоотношений с инославными конфессиями и изначально служило обоснованием своего приоритетного права на проповедь, а также реституцию собственности в странах бывшего СССР. Границы «канонической территории» нашли свое закрепление в официальных документах РПЦ. Несмотря на это их трактовки нельзя назвать последовательными.

Во-первых, они представляются спорными с сугубо богословской точки зрения, поскольку вселенский характер христианства не имеет национальных и территориальных границ, о чем было заявлено Священным Синодом РПЦ: «Границы Патриархата обязательно должны совпадать с государственными границами... Патриархат – это не политическое, не национальное и даже не географическое понятие. Патриархат есть церковно-каноническая реальность, образованная поддержки единства и соборности входящих в него церковных структур» [88, с. 231].

Во-вторых, в разных документах заложены различные основания определения территориальных границ: согласно «Основным принципам отношения РПЦ к инославиям» в качестве «канонической территории» обозначены «страны СНГ и Балтии», т.е. пространство бывшего СССР [186]. Согласно же ст. 3 гл. 1 Устава РПЦ, каноническая территория, помимо бывших советских республик, включает в себя страны Азиатско-Тихоокеанского региона: Китай, Монголию и Японию. Юрисдикция РПЦ «простирается на лиц православного исповедания, проживающих на канонической территории РПЦ: в Российской Федерации, Украине, Республике Беларусь, Республике Молдова, Азербайджанской Республике, Республике Казахстан, Китайской Народной Республике, Кыргызской Республике, Латвийской Республике, Литовской Республике, Монголии, Республике Таджикистан, Туркменистане, Республике Узбекистан, Эстонской Республике, Японии, а также на добровольно входящих в нее православных, проживающих в других странах» [курсив А.С.] [274].

Учитывая, что ключевым признаком в данном определении выступают «лица православного исповедания» независимо от места их пребывания и гражданской принадлежности, более корректно говорить не столько о самой «канонической территории», сколько о её «носителях». Следует также учитывать, что статус указанных территорий официально не подкреплен международными, региональными или локальными нормативными правовыми актами. «Каноническая территория» может рассматриваться как территория исконного проживания восточнославянского населения и других обращенных в православие народов, пространственная граница власти или просто как объединяющий ресурс.

Исходя из приведенной трактовки «канонической территории РПЦ», ее границы гораздо шире территории Российской Федерации [55]. Выстраивание отношений на всей канонической территории заявляется не по иерархическому принципу «центр-периферия», а на основе линейного межсубъектного взаимодействия. Так, «если мы будем считать его [РМ – А.С.] единственным центром только Российскую Федерацию в современных границах, то мы тем самым погрешим против исторической правды и искусственно отсечем от себя многие миллионы людей, которые осознают свою ответственность за судьбы Русского мира и считают его созидание главным делом своей жизни. Ядром русского мира сегодня являются Россия, Украина, Белоруссия...» [55].

Необходимо также разграничивать пространство «канонической территории» РПЦ и пространство «Святой Руси» [231; 241; 246; 247], синонимичными значениями которой в конфессиональной риторике выступают также «мир всея Руси», «Киевской Руси», «исторической Руси» [52; 53]. Подобное отождествление является достаточно дискуссионным, поскольку в их основе заложены различные типологические основания.

Так, если под «исторической Русью» подразумевается «Древняя Русь», следует принимать во внимание, что в научной исторической литературе наименования «Древней» и «Киевской» Руси были взаимозаменяемыми и подразумевали лишь одну из стадий раннегосударственного образования в период его развития с IX в. до середины XIII вв. Границы Древнерусского государства охватывали территорию от Таманского полуострова на юге и Вислы на западе до Северной Двины на севере и притоков Волги на востоке. Термин «всея Руси» представлял собой приставку к титулу русских великих князей и царей, получившую закрепление в официальных документах внутри государства ко второй половине XV в. В настоящее время его содержание не имеет пространственного измерения и используется лишь в обозначении титула предстоятелей РПЦ [21, с. 30].

Что касается «Святой Руси», то впервые это словосочетание появилось в русской литературе в XVI в., столетие спустя перейдя в фольклор и русский былинный эпос. На сегодняшний день в духовной литературе и религиозной публицистике термин широко применяется как инструмент обоснования необходимости реставрации симфонии государства и церкви, основанной на укорененности в национальном самосознании образасвятости российского государства [47, с. 54; 305, с. 9–11]. В научной литературе актуализация термина связана преимущественно с осмыслением «Святой Руси» как базового понятия русской идентичности, т.е. ментальной категории, национального архетипа, выражающегося в предельной ценностной характеристике Родины [47, с. 54; 204, с. 268; 236, с. 11]. Фактически рассматриваемый термин отсылает к идеальному образу (модели) исторического прошлого.

В определении Архиерейского собора РПЦ 2008 г. «О единстве церкви» «Святая Русь» формулируется как «Родина для всех нас, наше общее цивилизационное пространство» [184]. Соотношение понятий «Святой Руси» и РМ было четко сформулировано

Патриархом на открытии III Ассамблеи Русского мира: «Святой преподобный Лаврентий Черниговский выразил эту идею [РМ – А.С.] известной фразой: “Россия, Украина, Беларусь – это и есть святая Русь”» [55]. Митрополит Иларион также отмечает единство, прежде всего, трех восточнославянских народов: «Святая Русь – это то историческое пространство, которое объединяет нынешние Россию, Украину и Белоруссию. Три славянских народа, разделенные ныне государственными границами, некогда составляли единый народ, и имеют общую историю, продолжавшуюся более тысячи лет» [22]. В то же время, отмечая объединяющую роль РПЦ, митрополит делает существенную оговорку, что общее духовное пространство, помимо указанных стран, включает в себя «и целый ряд других стран», перечень которых, однако, не уточняется.

Таким образом, «Святая Русь» в составе России, Украины и Беларуси является «ядром» РМ. Границы самого РМ тождественны понятию «канонической территории», закрепленному в Уставе РПЦ, т.е. распространяются на всю территорию присутствия «лиц православного исповедания» [274]. В приведенном контексте понятие «Святой Руси» уже представляет собой концепцию развития как внутри-, так и внешнецерковных отношений. Это дает основание говорить о реконцептуализации «Святой Руси», суть которой состоит в переориентировании сакральных смыслов на понятие цивилизационной общности трех или четырех государств [252, с. 126–128]. Помимо «Святой Руси», в более-менее очерченные территориальные границы канонической территории Патриархом включены Молдавия и Казахстан, а также «другие страны исторического пространства Руси». К тому же РМ – это цивилизация, «распространившейся на огромные просторы Евразии», что также вносит коррективы в потенциальный охват её территориальных границ [250; 251].

Кроме перечисленного, в Концепции миссионерской деятельности РПЦ введены такие понятия как «территория пастырской ответственности» или «миссионерское поле», под которым в глобальном плане понимается «все мироздание», «духовное пространство, где борются свет и тьма». В миссионерское поле включены миллионы людей, «проживающих на громадных территориях, со своей культурно-исторической спецификой», что обусловило необходимость «второй христианизации» [113]. Поэтому понятие «территории пастырской ответственности» гораздо

шире понятий «канонической территории» и территории «Святой Руси».

В идеале РМ призван стать подобием византийской цивилизации – именно это, по мнению Патриарха, и есть «высший, всечеловеческий уровень общественного бытия» [55]. Между тем, если говорить о форме существования византийской цивилизации – Византийской Империи, то она строилась как раз по территориальному принципу, представляя собой империю теллурократического типа в классификации К. Шмитта и Х. Маккиндера. Под теллуократией или континентальной империей понимают такой тип государственного устройства, который связан с освоением материковых пространств и стремлением к присоединению сопредельных государств. Кроме этого, империя характеризуется жесткой политической вертикалью и подчиненностью «центр–периферия». Поэтому в современной международной политике в качестве основного признака империи все чаще становится критерий не территориальных притязаний, а степени централизации власти и субординации, т.е. иерархии отношений внутри границ империи

Помимо перечисленного, важной составляющей РМ является вся зарубежная русскоязычная диаспора и все православные общины, охваченные деятельностью как РПЦ, так и Русской Зарубежной Церкви (РПЦЗ). Акт о каноническом общении между РПЦ и РПЦЗ был подписан при активном участии Президента Российской Федерации В. Путина 17 мая 2007 г. [198]. По мнению В. Путина, «Подписание Акта о каноническом общении знаменует собой не только восстановление единства Русской Православной Церкви. Это событие поистине всенародное, исторического масштаба и огромного нравственного значения. Возрождение церковного единства – это важнейшее условие для восстановления утраченного единства всего русского мира, одной из духовных основ которого всегда была православная вера. В современном российском обществе, основанном на демократических принципах открытого и свободного вероисповедания, нет больше почвы для изжившей себя трагедии, для изжившего себя противостояния» [42]. Акт, помимо сугубо канонического, имел большое политическое значение, в первую очередь, в процессах налаживания отношений с «рассеянной» русскоязычной диаспорой «белоэмигрантской волны» и позволил частично ослабить антироссийскую риторику РПЦЗ [15, с. 87; 159, с. 79].

Максимально расширяющиеся в риторике главы РПЦ территориальные границы РМ потребовали более четкого определения его оснований, которые и были сформулированы Патриархом в 2009 г. Таковыми, по его мнению, являются: православная вера, русская культура и язык, общая историческая память и общие взгляды на общественное развитие [55]. В этой связи следует обратить внимание, что в «Декларации русской идентичности», принятой по итогам заседания XVIII Всемирного русского народного собора в 2014 г., применительно к русской идентичности РПЦ предлагается другая очередность, в которой православие уступает свое место русскому языку: «это человек, считающий себя русским; не имеющий иных этнических предпочтений; говорящий и думающий на русском языке; признающий православное христианство основой национальной духовной культуры; ощущающий солидарность с судьбой русского народа» [81].

Применительно ко всем интеграционным проектам и доктринам РПЦ можно говорить о монополистическом подходе: признавая некоторый условный вклад других традиционных конфессий и даже светских философских течений в созидание русской цивилизации, базовой её опорой является «вселенский характер Православия, лежащего в основе мировоззрения большинства из тех людей, которые осознают себя частью Русского мира» [54]. Религиозный монополизм обосновывается тем, что «мы должны вообще забыть этот расхожий термин «многоконфессиональная страна». Россия – это православная страна с национальными и религиозными меньшинствами» [95]. Именно религиозное измерение данного интеграционного проекта Патриарх последовательно отстаивает и в последующих выступлениях: «в центре цивилизации, к которой мы принадлежим, – евангельские ценности» [239]. В то же время, если в случае с первоисточником РМ позиция РПЦ последовательна и логична, то с содержанием и значимостью двух других оснований можно отметить некоторые сложности и противоречия.

Являясь в представлении Патриарха вторичными по отношению к православию и РПЦ, русская культура и язык занимают промежуточную, вторую позицию в перечне трех оснований РМ. Русская культура как «стыковочный узел для соединения с другими национальными традициями» и «самобытные способы и форма выражения ценностей» [55], а также русский язык как «естественное средство поддержания взаимоотношений людей»

и «коммуникационный элемент», возникший в результате «совместных усилий людей разных национальностей», являются «общим достоянием всех народов Русского мира» [55]. Значимость русского языка как «средства коммуникации» является, однако, небесспорной, поскольку «говорить на русском языке или понимать русский язык – это не единственное условие принадлежности к Русскому миру» [55].

Поэтому третьим основанием выступает «общая историческая память и общие взгляды на общественное развитие», суть которого может быть сведена к необходимости почитания общих памятников, дат и имен, связанных с важнейшими событиями отечественной истории. Об их конкретном перечне и смысловом наполнении можно и нужно договариваться в целях «достижения согласия в интерпретации тех или иных событий прошлого, оценки исторических фигур» [245]. Данное основание более корректно было бы обозначить компромиссным пониманием истории, выражающемся в коллегиальном выборе приоритетной модели исторического прошлого, поскольку предполагает не столько общую историческую память (историю), сколько единое (единообразное) отношение к ней. Достигнутое «единство исторического сознания» призвано учитывать уроки прошлого, предполагая «преодоление имущественной пропасти», уже приводившей страну к революциям и социальным потрясениям.

В 2010 г. перечисленные основания РМ дополняются четвертым пунктом – «единой системой ценностей», впервые включившей в себя их конкретный перечень. К ним относятся достаточно разноплановые: «религиозная вера и межрелигиозный мир, свобода и нравственное совершенствование личности, самопожертвование ради других, крепкая семья, уважение старших, соборный совет и действие, творчество, трудолюбие, справедливость, любовь к Отечеству, забота о сотворенном мире» [54]. В 2012 г. на заседании патриаршего совета по культуре ценностные приоритеты были значительно смещены Патриархом в сторону культуроцентризма, поскольку «именно через культуру, образование и воспитание усваивается национальный культурный код» [50, с. 13]. Также был расширен сам список ценностей: «Если говорить, что наши фундаментальные ценности лежат в области нравственности, то что это за ценности?... Для нас эти ценности просты – честь, жертвенность, правда, ответственность, справедливость, свобода как Божий дар» [50, с. 9].

В целом, за исключением пункта о православной вере как базовой основы РМ, его смысловые границы значительно «размыты». Так, в трех абзацах одного выступления на данную тему 6 сентября 2014 г., Патриархом четырнадцать раз употребляется обезличенное местоимение «это» («эту цивилизацию», «эту концепцию», «эти ценности» и т.п.) [239], а терминологический разброс в контексте рассматриваемой темы насчитывает около полутора десятков вариантов, каждый из которых несет самостоятельную смысловую нагрузку («цивилизационная модель», «цивилизационная основа», «цивилизационная традиция», «цивилизационное пространство», «цивилизационное понятие», «русская цивилизация», «восточнославянская цивилизация», «цивилизационный проект», «цивилизационный центр» и т.п.). При этом содержание употребляемых терминов, как правило, не раскрывается, что значительно затрудняет, а порой делает невозможным их адекватное восприятие.

Выбивается из общего ряда заявление В. Чаплина, являвшегося главой Синодального отдела по взаимоотношениям церкви и общества, в котором традиционное для риторики РПЦ обращение к необходимости противостояния различного рода негативным вызовам аргументируется призывом «оставаться хозяевами своих ресурсов, своего политического строя, своего взгляда на правду и ложь, своей веры» [290]. Выстроенная иерархия ценностей существенно отличается от предложенной Патриархом своей прагматичностью, учитывая очередность значимых факторов, в которых на первом месте заявлены «ресурсы», а «вера» занимает последнее место.

С одной стороны, В. Чаплин заявляет о том, что «для меня более важен православный мир, чем русский», а РМ «немыслим без православия». С другой стороны, к РМ, по его мнению, «относятся и русские люди, не являющиеся православными христианами, а также те, кто по крови никак с русскими не связан, но испытывает симпатию к «русскому миру», говорит на русском языке, чувствует свою солидарность с историческими судьбами русского народа, связан с ним общей историей, в том числе в рамках Российской империи и бывшего СССР» [290]. Подобные расширительные трактовки свидетельствуют о расхождении в понимании базисных оснований интеграционных проектов в том числе и среди представителей самой РПЦ.

Идеальная конструкция нового воплощения Византийской империи была бы неполной без сакрализирующего начала. В его

роли, помимо вселенского характера православия, выступают образ «врага» и борьба негативными угрозами преимущественно внутреннего характера. Это придает осмысленность и целенаправленность уже не только религиозным, но и политическим процессам, тем более что не беспокоиться о РМ означает «ослушаться Самого Бога». Первоочередное значение приобретает не столько способность к мирному развитию, сколько «способность защищать традиции своего народа, его религиозные и культурные ценности...» [55]. В качестве едва ли не основной угрозы, по мнению предстоятеля РПЦ, выступают «антирелигиозные гонения, преследования людей за мирно выражаемые убеждения, подавления гражданских свобод», «агрессивный секуляризм», «воинствующий антиклерикализм» и т.п. явления [245].

Еще одной серьезной угрозой, по оценкам представителей РПЦ, является тенденция возрождения языческих верований древних славян. Так, в одном из своих выступлений В. Чаплин, будучи председателем синодального отдела по взаимодействию РПЦ и общества, фактически уравнивал «агрессивное неоязычество» с нацизмом и ваххабизмом: «Давайте скажем, что должны быть исключены из жизни страны на уровне права три вещи: ваххабизм, нацизм и агрессивное неоязычество. Давайте не будем пытаться дружить ни с тем, ни с этим, ни с третьим» [207]. Митрополит Волоколамский Иларион, председатель Отдела внешних церковных связей Московского Патриархата подтвердил данную позицию, заявив, что «неоязычество – серьезная проблема, на которую нельзя закрывать глаза. Сегодня есть люди, которые заявляют о том, что исконной религией русского народа было не Православие, а язычество, и поэтому надо возрождать поклонение языческим богам. Но проблема в том, что никто не знает, какой была та религия, и под маской религии может скрываться что-то очень опасное и преступное, как было в этом случае. Вот почему Церковь *выступает всегда против язычества и сект* [курсив А.С.]» [143].

В свою очередь, замглавы синодального Отдела по взаимоотношениям РПЦ с обществом и СМИ В. Кипшидзе, отмечая угрозу распространения неоязычества, назвал его «квазирелигией»: «Крещение – это для нас выбор, который исторически и фактически является бесповоротным. И попытки этот выбор пересмотреть, в том числе приводя аргументы, которые, как кажется апологетам, поддерживают интерес к язычеству, основываются на

изобретении языческих представлений об окружающей действительности». Попытки пересмотреть цивилизационный выбор, по мнению В. Кишпидзе, «являются шагом к личностному и цивилизационному самоуничтожению». В некоторых источниках неоязычество вообще определяется как способ уничтожения России: «Возрождение неоязычества лишь часть процесса, направленного на разрушение нашего общества изнутри. Это пришло извне. Мы все знаем, что сегодня происходит в мире. Создается впечатление, что Россия, просто мешает кому-то жить» [84].

Неприятие РПЦ язычества и неоязычества, порой приобретающее агрессивные и противоправные формы, сочетается с тем, что «позиции неоязычества и православия в отношении современной цивилизации совпадают: все они настроены против масскультуры, плюрализма, толерантности, консюмеризма, психотропных технологий, феминизма, глобализации. Они предрекают скорую гибель Западной цивилизации, или “американо-европейскому миру”. Этому они противопоставляют консервативные ценности патриархального общества и “разумное потребление”» [302, с. 144]. Источник противоречий в оценке «православного» основания РМ, заключается, как видно, не столько в мировоззренческих или богословских разночтениях, сколько в конкуренции на рынке «религиозных услуг».

Учитывая, что главным основанием любого интеграционного проекта в конструкции РПЦ выступает православие, подобная позиция является вполне предсказуемой и последовательной. Помимо язычества, в роли «врага» выступают «противники, которые пытаются в России видеть врага», «эти люди из иного лагеря», «властные политические и экономические центры», а также «те, кто...», считающие, что славяне «не имеют права на свой духовный и культурный мир» [239]. Для того, чтобы «не быть поглощенным различными властными политическими и экономическими центрами» «люди, несогласные быть переплавленными с другими...» борются против «этой страшной перспективы раствориться в одном общем пространстве» [232]. Максимально обезличенный образ врага приобретает некоторые конкретные черты лишь в единственном случае: «наши противники, в том числе националистические настроенные силы на Украине» [239].

Принимая во внимание характер перечисленных угроз, глава РПЦ, отдавая явный приоритет цивилизационному измерению интеграционным проектам, несколько раз допускает оговорки,

свидетельствующие и об желаемом политическом их воплощении. В частности, в тексте одного и того же документа Патриарх Кирилл заявляет, что, с одной стороны, РМ «не является инструментом политического влияния Российской Федерации». С другой стороны, РМ «может стать сильным субъектом глобальной международной политики» и «значимым игроком на мировой арене» – ведь цивилизационная традиция неизбежно «существует в условиях различной политической и общественной самоорганизации» [54; 55].

Цель нового, именно политического измерения РМ осознана: «В глобальном мире невозможно игнорировать международные структуры, а потому Русский мир должен активно присутствовать на международных площадках» [200]. Следует обратить внимание, что, в отличие от представлений о самом РМ, в РПЦ присутствует четкое представление о наиболее значимых акторах политических процессов и приоритетных формах межгосударственных образований. Ключевая роль в политических процессах отводится уже не народам, а «элитам и межэлитным отношениям», а также крупным международным политическим игрокам: «организациям системы ООН, ОБСЕ, Совета Европы, Европейского союза» [200]. Оптимальной же формой взаимодействия в условиях глобализации и децентрализации «может оказаться теснейшее интеграционное сотрудничество равноправных суверенных государств» – например, в форме «наднационального проекта». Православие и РПЦ в предложенном раскладе становятся уже геополитическими факторами. В проблемном плане это позволяет выделить два аспекта: религиозный и политический.

Религиозный аспект обусловлен тем, что сама идея РМ, ограничиваясь национальными рамками, ставит под сомнение всееленский характер христианства, вступая тем самым в фундаментальное противоречие с религиозной догматикой, исходящей из презумпции единства человеческого рода, наличия универсального начала [118, с. 163]. В качестве аргументации приводятся выдержки из посланий апостола Павла: «по образу Создавшего его, где нет ни Еллина, ни Иудея, ни обрезания, ни необрезания, варвара, Скифа, раба, свободного, но все и во всём Христос»; «Все вы, во Христа крестившиеся, во Христа облеклись. Нет уже Иудея, ни язычника; нет раба, ни свободного; нет мужского пола, ни женского: ибо все вы одно во Христе Иисусе» (Кол. 3, 10-11; Гал. 3, 27).

Исходя из этой же презумпции РМ является в таком случае не русским, а православным (далее – «православный мир»). «Православный мир» не может быть связан с Россией либо любым другим государством, поскольку «православное пространственное измерение мира не материально, а провиденциально и эсхатологично» [118, с. 144]. Следовательно, у «православного мира» не может быть ни территориальных, ни политических границ, так как «границы православного мира идентичны границам Церкви», хотя именно со странами, в которых преобладает православное население – Беларусью, Россией и Украиной, – чаще всего связывается развитие христианской цивилизации.

Границы Церкви охватывают не территории и страны, а верующих людей, поэтому «границы мира начинаются там, где заканчиваются границы присутствия православного народа» [118, с. 144–145]. В этом проявляется интегрирующий потенциал религиозного фактора, призванного объединить под единым началом различные этносы и народы. Вместе с тем, интегрирующая роль «православного мира» возможна при условии равенства всех этносов и народов, исповедующих православие. В противном случае неизбежно встает вопрос о ранжировании остальных религий и народов по степени их святости, богоизбранности и т.п.

Существует, однако, и иной подход к интерпретации «православного мира», согласно которому он рассматривается именно как политическое образование: транснациональная религиозная система – сеть государств, движений, групп и индивидов, строящих свою политику на основе православной идеологии [118, с. 11]. В данном контексте следует учитывать, что в силу как цивилизационных, так и догматических различий религиозные акторы ориентированы, как правило, в лучшем случае на диалог, но не на интеграцию с иными конфессиями и аксиологическими системами.

Еще одна проблема религиозного подхода заключается в том, что за оградой Церкви и «православного мира» остается значительная часть населения, идентифицирующая себя с другими конфессиями либо являющаяся нерелигиозной. Необходимо принимать во внимание и тот факт, что в настоящее время большинство населения стран бывшего СССР соотносит себя не столько с религиозной традицией, сколько с социокультурной. Это объясняется тем, что, как показывают социологические исследования

последних десятилетий, для Беларуси (как и для всего постсоветского пространства) характерна противоречивая ситуация. С одной стороны, фиксировался рост религиозности населения, с другой – набирал силу процесс секуляризации.

В совокупности указанные процессы сформировали так называемого «секулярного верующего»: человека, соотносящего себя с определенной конфессией, но не имеющего религиозного типа мировоззрения и практически не участвующего в церковной жизни. Данный тип мировоззрения называют квазирелигиозным, т.е. характеризующимся верой не в бога, а в какие-либо другие высшие силы (НЛО, карму, вселенский разум и др.), а также «социально-ориентированной», «ситуативной», «идеологической» религиозностью.

В политико-правовом плане религиозный подход к «православному миру» затрагивает целый пласт проблем иного рода, связанных с позиционированием его потенциальных субъектов с нормами и принципами международного права. В первую очередь, это касается проблемы прав человека, универсальный характер которых ставится под сомнение РПЦ в части несоответствия их отдельных норм христианским представлениям о грехе, достоинстве, свободе и т.п. категорий. РПЦ был опубликован ряд программных документов, последовательно подвергающих критике негативные, с точки зрения церкви, проявления концепции прав человека.

К таковым, в частности, относятся «реклама псевдорелигиозных движений» и вообще всех нехристианских конфессий, пропаганда «свободы греха», нравственного релятивизма, игнорирование нравственных основ человеческого существования и др. Недопустимым называется как само распространение, так и подчинение «безрелигиозному пониманию прав человека» [200], а «утверждение юридического принципа свободы совести свидетельствует об утрате обществом религиозных целей и ценностей» [188]. Подобный подход в какой-то мере всегда можно рассматривать как изоляционистский, поскольку он исходит не из конвенционального (договорного), а императивного, приказного характера понимания ценностей и вряд ли может выступить значимым, консолидирующим различные социальные группы и общности, основанием.

Второй блок проблем связан непосредственно с политическим управлением: выбором конкретной модели государствен-

но-конфессиональных отношений, закреплением принципа светскости государства, обеспечением реализации права на свободу совести.

В настоящее время в демократических странах существует две основные модели государственно-конфессиональных отношений: кооперационная и сепарационная. Кооперационная модель закрепляет особый правовой статус («официальная церковь», «государственная церковь», «господствующая религия») одной из конфессий (Великобритания, Греция, Дания, Италия и др.). Сепарационная модель предполагает отделение церкви от государства, равный правовой статус всех конфессий (Беларусь, Россия, США, Украина, Франция и др.). Закрепление той или иной модели в национальном законодательстве обуславливает тип и характер взаимодействия субъектов и является одной из характеристик политической системы общества.

Специфической чертой белорусского варианта сепарационной модели государственно-конфессиональных отношений выступает законодательное признание особого социального статуса отдельных конфессий в истории белорусского народа, а именно «определяющей роли Православной церкви в историческом становлении и развитии духовных, культурных и государственных традиций белорусского народа; духовной, культурной и исторической роли Католической церкви и неотделимости от общей истории народа Беларуси Евангелическо-лютеранской церкви, иудаизма и ислама» [177]. Декларация особого социального статуса той или иной конфессии не противоречит принципу светскости государства и не нарушает права на свободу совести, поскольку не затрагивает правового статуса конфессий. Само право на свободу совести как свободу мировоззренческого выбора относительно религиозного или нерелигиозного восприятия действительности последовательно закрепляет юридическое равенство как коллективных (религиозных организаций и объединений), так и индивидуальных субъектов отношений.

Что касается права на свободу совести, то оно включено в перечень основных конституционных прав и свобод большинства демократических государств, в том числе стран, образующих «ядро» «православного мира»: Беларуси, России и Украины.

В частности, статья 31 Конституции Республики Беларусь определяет право на свободу совести как «право самостоятельно

определять свое отношение к религии, единолично или совместно с другими исповедовать любую религию или не исповедовать никакой, выражать и распространять убеждения, связанные с отношением к религии, участвовать в отправлении религиозных культов, ритуалов, обрядов, не запрещенных законом» [107]. Статья 28 Конституции Российской Федерации провозглашает равный статус всех взаимодействующих субъектов, независимо от исповедуемой религии: «Каждому гарантируется свобода совести, свобода вероисповедания, включая право исповедовать индивидуально или совместно с другими любую религию или не исповедовать никакой, свободно выбирать, иметь и распространять религиозные и иные убеждения и действовать в соответствии с ними» [108]. Часть 1 статьи 35 Конституции Украины закрепляет право на свободу мировоззрения и вероисповедания: «Это право включает свободу исповедовать любую религию или не исповедовать никакой, беспрепятственно отправлять единолично или коллективно религиозные культы и ритуальные обряды, проводить религиозную деятельность» [109].

Указанные особенности правового поля Беларуси, России и Украины дают основание заключить, что пока проект «православного мира» более обоснованно рассматривать не в качестве действующего интеграционного проекта или доктрины, а технологии ПМ мобилизационного типа. Вариативность ключевых признаков «православного мира», озвученных в разное время в конфессиональной риторике, подразумевает под собой создание многофункциональной модели, действие которой направлено на поиск консолидирующих оснований и диалог славянских народов.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 3

1. Конфессиональная риторика по общественно значимым событиям неоднородна, ситуативна и ориентирована на решение тактических, краткосрочных задач. В то же время, характеризуясь высокой динамикой, конфессиональная риторика оперирует ограниченным числом технологий ПМ, основными из которых являются, во-первых, культ противопоставления и поиск «врага». Во-вторых, абсолютизация образа «друга» в лице политической власти и «традиционных» конфессий. К особенностям конфессиональной риторики можно отнести также её двойственную роль: с одной стороны, в ней применяются те или иные технологии ПМ. С другой, в ряде случаев она сама выступает в качестве технологии, инструмента реализации политической властью тех или иных задач.

2. Анализ идеологического тренда «Духовность–ОПК–Светскость» выявил противоречие между его целевым предназначением – формированием единых ценностных оснований в обществе и формой внедрения, представляющей собой технологию противопоставления. Концепт духовности в большей степени может быть охарактеризован как форма современного политического мифотворчества, чем общего ценностного ориентира. Сложный и небесспорный процесс внедрения ОПК в качестве обязательного модуля школьной программы обеспечивался такими инструментами и технологиями ПМ, как создание нужного информационного фона, формирование общественного мнения, подмена и различное толкование понятий, переориентация целевых функций. В целом данный процесс выявил проблему несоответствия между декларацией уровня религиозно-политического единomyслия российского общества и фактической ролью РПЦ как значимого фактора его мотивации.

3. Технология «замещения» памяти о Великой Отечественной войне предусматривает вариативность применения в зависимости от конкретного места и целевой аудитории. В конструкции РПЦ данная технология включает новую интерпретацию причин войны, образов врага и победителя, условий и факторов Победы, а также легитимацию монополии РПЦ на роль источника Победы и хранителя памяти о войне.

Рассмотренные примеры применения инструментов и технологий ПМ, так или иначе затрагивающих религиозный фак-

тор, характеризуются различной степенью проработки, опоры на историческое прошлое, ценностный фундамент общества и представляют интерес больше в функциональном, нежели содержательном плане. Гораздо больший интерес вызывают технологии, сочетающие в себе, помимо конкретных инструментов институциональной поддержки, научно-теоретическое обоснование, философские и социокультурные аспекты, базирующиеся на глубинных коллективных ценностях, верованиях, архетипах – извечных чертах, составляющих национальную идеи. Примером такого явления можно назвать проект «православного мира».

4. В конструкции РПЦ «православный мир» может быть представлен в виде многофункциональной модели мобилизационного типа, главной задачей которой является поиск консолидирующих оснований и формирование в постсоветском обществе религиозно-политического единомыслия. Указанная модель предусматривает вариативность использования тех или иных подходов и признаков в зависимости от текущих задач и специфики восприятия целевой аудитории. «Ядром» «православного мира» выступает «Святая Русь», в состав которой РПЦ включаются Беларусь, Россия и Украина, являющиеся «единым организмом» – цивилизационным пространством, единство которого определяется по факту Крещения Руси. Территории указанных государств находится в юрисдикции РПЦ, поэтому связи между самоуправляемыми церквями (Украиной) и экзархатами (Беларусь) являются, в зависимости от уровня управления и решаемых задач, одновременно и внутрицерковными, и внешнеполитическими.

В целом РПЦ, применяя в своей деятельности те или иные технологии воздействия на целевую аудиторию, в некоторых случаях сама становится инструментом ПМ. Подобная двойственность вполне предсказуема, учитывая широкое поле действия ПМ. Поэтому учет религиозного фактора необходим как при анализе сложных и многогранных социальных и политических процессов, так и при непосредственном участии в них политических акторов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ПМ в широком понимании представляет собой способ направленного воздействия на политический процесс, осуществляемый через формирование побудительных мотивов (ценностей, потребностей, электоральных предпочтений), изучение и удовлетворение политического спроса целевой аудитории. Основными предпосылками распространения ПМ на постсоветском пространстве стали политическая модернизация и информатизация общества; общий кризис идентичности; переориентация экономического развития стран бывшего СССР с плановой экономики на политику свободной торговли, обусловившая распространение и экстраполяцию рыночных категорий и технологий на все сферы общественной жизни.

В зависимости от теоретических и методологических подходов, рамки понятия ПМ включают в себя определение его целей, основных функций и инструментов. Большинство подходов исходит из первичности нужд и потребностей личности, социальной группы или общества в целом, обуславливающей:

- а) мотивы поведения;
- б) спрос на конкретный политический продукт.

Выявление и структурирование мотивов становится основным инструментом влияния на ожидаемое поведение масс. В свою очередь, изучение спроса позволяет сформировать адекватное предложение, которое было бы востребовано целевой аудиторией. Современный ПМ охватывает обе маркетинговые стратегии: «потребности–мотивы–поведение» и «потребности–спрос–предложение». Поэтому первичной задачей любого вида ПМ является как выявление тех или иных нужд и потребностей, так и их формирование.

Решение данной задачи обеспечивается технологиями и инструментами ПМ, большая часть которых носит универсальный характер, что позволяет выделить лишь два их ключевых признака: целевые функции и степень институционализации. Целевые функции определяют сферу применения, набор конкретных ин-

струментов и методов, степень институционализации – их эффективность и долгосрочность получаемых результатов. По сути, наличие институциональной поддержки решения политических задач свидетельствует о зрелости общества, устойчивости его политической системы, наличия стратегических планов развития.

Роль религии в ПМ характеризуется двойственностью, обусловленной расхождением между её фактическим и желаемым (приписываемым) местом в обществе. С одной стороны, религиозными организациями широко применяются такие достаточно разноплановые технологии ПМ, как консолидация общества в деле «возрождения духовности» и защиты «традиционных ценностей», поиск «врага» и «особого пути», культ противопоставления и др. С другой стороны, в ряде случаев сама деятельность религиозных организаций может выступать инструментом реализации политическими субъектами своих задач. На постсоветском пространстве к таким задачам, в первую очередь, относятся конструирование идентичности, сохранение либо переориентация исторической памяти, легитимация действий политической власти, формирование имиджа страны.

Республика Беларусь в своей политике ориентирована на обеспечение межконфессионального мира и социальной стабильности в обществе. Географическое положение и исторические предпосылки предопределили роль Беларуси как «моста» между двумя полюсами: Востоком и Западом, православием и католицизмом, либерализмом и традиционализмом. Сочетая в себе черты различных культур, традиций и верований, Беларусь не противопоставляет себя кому бы то ни было и в то же время реализует своё право на самостоятельное развитие, свой путь и своё место в мире.

Те или иные идеи, продвигаемые через технологии и инструменты ПМ, могут быть востребованы белорусским обществом на тех основаниях и условиях, при которых Республика Беларусь в полной мере сохранит свою независимость, суверенитет, многовекторность внешнеполитических связей. Объективный взгляд на ПМ призван оказать существенную поддержку в обеспечении устойчивого развития белорусского государства, а также выборе оснований и условий потенциального участия Республики Беларусь в международных процессах, укреплении её роли на мировой политической арене.

СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агарков, О.А. Соціально-політичний маркетинг: постановка проблеми / О.А. Агарков // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. – Серія 22. – 2011. – №5. – С. 73–76.
2. Акимов, Д.И. Политическое взаимодействие и политический рынок / Д.И. Акимов // Вісник Одеського нац. ун-ту. – Соціологія і політичні науки. – 2010. – Т. 15. – №7. – С. 37–41.
3. «Активні заходи» СРСР проти США: пролог до гібридної війни: аналіт. доп. / Д.В. Дубов, А.В. Баровська, Т.О. Ісакова, І.О. Коваль, В.П. Горбулін; за заг. ред. Д.В. Дубова. – Київ: НІСД, 2017. – 88 с.
4. Актуальные проблемы религиозного поля стран СНГ и пути их решения: Выступление Председателя Агентства РК по делам религий Кайрата Лама Шариф на международной конференции «Роль религий в странах СНГ» (г. Астана, 13 июня 2013 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.din.gov.kz/rus>. – Дата доступа: 18.07.2013.
5. Акчурин, Т.Ф. Российское государство и принцип светскости (аналитический обзор) / Т.Ф. Акчурин // Пространство и Время. – 2011. – №3. – С. 55–65.
6. Алампиев, О.А. Интеграция мигрантов-мусульман в белорусское общество: социологический анализ: автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.01 / О.А. Алампиев; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2014. – 21 с.
7. Алтухова, Н.Ю. Политический маркетинг в современной России: автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Н.Ю. Алтухова; Ставропольский гос. ун-т. – Ставрополь, 2006. – 24 с.
8. Арсланова, Е.Б. Великая Победа 1945 как основополагающий ритуал России / Е.Б. Арсланова // Известия Уральского федерального университета. – Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2011. – Т. 86. – №1. – С. 13–25.
9. Артамонов, С.С. Дискуссия вокруг религиозных учебных дисциплин как показатель отношения российского общества к церкви / С.С. Артамонов // Вестник МГОУ. – Серия «Исторические науки». – 2012. – №4. – С. 162–165.
10. Архиепископ Ярославский и Ростовский Кирилл о конфликте вокруг установки памятников 625-ти-летию победы при Куликовском поле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ruskline.ru/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
11. Ачкасова, В.А. О новой парадигме политического маркетинга / В.А. Ачкасова // Политэкс. – 2013. – Том 9. – №2. – С. 220–229.
12. Бабкин, В.П. К вопросу об основных типах политических технологий / В.П. Бабкин // Труд и социальные отношения. – 2012. – №5. – С. 86–91.

13. Балич, Н.Л. Идентификация верующих в религиозных общинах: социологический анализ (на примере адвентистов седьмого дня): автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.06 / Н.Л. Балич; Ин-т социологии НАН Беларуси. – Минск, 2010. – 26 с.
14. Барсук, И.А. Становление социокультурной идентичности восточных славян: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / И.А. Барсук; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2012. – 27 с.
15. Безбородов, М.И. Международная деятельность русской православной церкви: внешнеполитические позиции и сотрудничество с государством / М.И. Безбородов // Социум и власть. – 2010. – №3. – С. 84–89.
16. Безнюк, Д.К. Социодинамика отношений государства и церкви в Республике Беларусь: социологический анализ: автореф. дис. ...докт. соц. наук: 22.00.01 / Д.К. Безнюк; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2006. – 25 с.
17. Белова, О. Этнокультурный стереотип – между нормой и антинормой / О. Белова // Норма и аномалия в славянской и еврейской культурной традиции / Отв. ред. О.В. Белова. – М.: Институт славяноведения РАН, 2016. – С. 10–21.
18. Бельков, О.А. «Мягкая сила» – инструмент глобальной конкуренции в современном мире / О.А. Бельков // Военный академический журнал. – 2014. – №2. – С. 107–113.
19. Бернгардт, А.И. Гибридные войны в политике образования: способы действия идеологии как инструменты гибридной войны / А.И. Бергардт // Научные труды Северо-Западного института управления. – 2016. – Т. 7. – №3(25). – С. 8–11.
20. Бобыло, А.М. Национальная стратегия «мягкой силы» во внешней политике США, КНР и Российской Федерации: основные направления и особенности регионального развития / А.М. Бобыло // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2015. – №3. – С. 31–39.
21. Богданов, С.В. Об определении «Всея Руси» в великокняжеской титулуре XIV–XV в. (по материалам актов XIV–XV в.) / С.В. Богданов // Древняя Русь. Вопросы медиевистики. – 2008. – №4(34). – С. 30–49.
22. Богословие свободы. Христианство и светская власть – от Миланского эдикта до наших дней. Выступление митрополита Волоколамского Илариона, председателя Отдела внешних церковных связей Московского Патриархата, на открытии учебного года на Богословском факультете Южной Италии, 17 октября 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://hilarion.ru>. – Дата доступа: 14.02.2016.
23. Более половины москвичей приветствуют преподавание в школах основ православия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/44902.html>. – Дата доступа: 21.06.2017.

24. Борисов, А.Б. Комментарий к Конституции Российской Федерации: (постатейный): с комментариями Конституционного суда Российской Федерации / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2009. – 271 с.
25. Бородин, О.И. Политический маркетинг: сущность и основные детерминанты : автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.05 / О.И. Бородин; Волгоградский гос. ун-т. – Волгоград, 1999. – 24 с.
26. Бурдые, П. Социальное пространство и генезис классов / П. Бурдые [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/aver/02.php. – Дата доступа: 24.03.2017.
27. Бурдые, П. Социология политики / П. Бурдые : Пер. с фр. / Сост., общ.ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М.: Социо-Логос, 1993. – 336 с.
28. Буренок, А.И. Феномен политического насилия. Типология политического насилия / А.И. Буренок, Н.В. Анненкова, Е.В. Камнева // Экономическая психология и поведенческая экономика в условиях глобальных социальных и экономических изменений: Материалы Всероссийской научной конференции. – М.: ООО «Издательство Спутник +», 2014. – С. 57–60.
29. Бушуев, В.В. Историческая политика как инструментальная составляющая национальных политических систем: теоретический анализ / В.В. Бушуев, В.Д. Нечаев // Вестник Московского ун-та. – Серия 12: Политические науки. – 2013. – №1. – С. 18–26.
30. Быкова, А.Ю. Взаимосвязь религиозных и политических ценностей российской молодежи / А.Ю. Быкова // Социология власти. – 2011. – №1. – С.107–110.
31. Быт или бытие. Общество предлагает расширить границы духовного // Аргументы и Факты. – №47. – 2012. – С. 14.
32. Бычкова, О.И. Культура как «мягкая сила»: инструменты и точки приложения / О.И. Бычкова, И.И. Горлова // Теория и практика общественного развития. – 2015. – №18. – С. 268–272.
33. В канун 68-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне Предстоятель Русской Церкви и духовенство г. Москвы возложили цветы к могиле Неизвестного солдата у Кремлевской стены [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2957594.html/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
34. В праздник Рождества Пресвятой Богородицы Святейший Патриарх Кирилл совершил богослужение на площади Победы города Южно-Сахалинска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1280250.html/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
35. В РПЦ возмущены «провокацией» Президента Медведева, пообещавшего мусульманам России миллиард рублей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.religion.in.ua/>. – Дата доступа: 04.07.2012.

36. В Русской церкви говорят о росте числа крещений и несостоятельности неоязычества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=63794> / – Дата доступа: 06.09.2017.
37. В Церкви не желают, чтобы православную культуру преподавали бывшие учителя физкультуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/russia/163747>. – Дата доступа: 21.06.2017.
38. В Церкви обеспокоены навязыванием светских предметов в рамках курса основ религиозных культур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=49055>. – Дата доступа: 21.06.2017.
39. Ваплер, В.Я. Идея империи и «мягкая сила»: мировой опыт и российские перспективы / В.Я. Ваплер, Н.Э. Гронская, А.С. Гусев [и др.] // Вопросы управления. – 2010. – №10. – С. 22–27.
40. Верим ли мы в бога? : Пресс-выпуск №1461 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=13365>. – Дата доступа: 30.07.2013.
41. Виноградова, С.М. 4-й Международный форум по политическому маркетингу в Упсале (Швеция) / С.М. Виноградова, Д.А. Рущин // Век информации. – 2015. – №4. – С. 72–77.
42. Владимир Путин назвал подписание Акта о каноническом общении событием всенародного и исторического масштаба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 12.02.2016.
43. Власова, В.И. Виды идентичности русских / В.И. Власова // Русские: этнокультурная идентичность / отв. ред. и сост. И.В. Власова. – М.: ИЭА РАН, 2013. – С. 13–44.
44. Володина, Л.В. «Мягкая» сила как инструмент управления репутацией страны / Л.В. Володина, Т.Б. Кострицкая // Управленческое консультирование. – 2014. – №5. – С. 25–30.
45. Встреча Президента Российской Федерации с участниками Архиерейского собора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/17409/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
46. Встреча Святейшего Патриарха Кирилла с общественностью Карелии. Ответы на вопросы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1176977.html/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
47. Выжлецов, Г.П. Святая Русь и русская идея как духовно-культурные феномены национального самосознания / Г.П. Выжлецов, Н.Е. Выжлецова // Инновационное образование и экономика. – 2011. – №9. – С. 49–54.
48. Высокопреосвященный Филарет, Митрополит Минский и Слуцкий, Патриарший Экзарх всея Беларуси. Государство и церковь: основы

- и перспективы сотрудничества // Проблемы управления. – 2006. – №3(20). – С. 8–13.
49. Выступление Министра иностранных дел России И.С. Иванова на VIII Всемирном Русском Народном Соборе 3 февраля 2004 г. // Сообщения Министерства иностранных дел Российской Федерации. – 2004. – 04 февраля. – С. 6.
50. Выступление председателя РПЦ Патриарха Московского и всея Руси Кирилла на расширенном заседании патриаршего совета по культуре // Русский мир-2012. – М.: Магистр: Инфра-М, 2015.– С. 7–13.
51. Выступление Святейшего Патриарха Алексия на очередной сессии ПАСЕ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/301775.html>. – Дата доступа: 20.05.2016.
52. Выступление Святейшего Патриарха Кирилла в прямом эфире украинского телеканала «Интер» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/706055.html>. – Дата доступа: 29.01.2016.
53. Выступление Святейшего Патриарха Кирилла на I Калининградском форуме Всемирного русского народного собора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4013160.html> /. – Дата доступа: 30.04.2015.
54. Выступление Святейшего Патриарха Кирилла на открытии IV Ассамблеи Русского мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1310952.html>. – Дата доступа: 09.04.2015.
55. Выступление Святейшего Патриарха Кирилла на торжественном открытии III Ассамблеи Русского мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/928446.html>. – Дата доступа: 09.04.2015.
56. Галогаж, М.П. Концепция политического маркетинга: российский и зарубежный взгляд / М.П. Галогаж, Ю.В. Вертакова // Известия ЮЗГУ. – Серия Экономика. Социология. Менеджмент. – 2011. – №1. – С. 15–19.
57. Ганчарук, І.Г. Каталіцкі касцёл на Беларусі ў складзе Расійскай Імперыі. 1772–1830 гг.: аўтарэф. дыс. ...канд. гіст. навук: 07.00.02 / І.Г. Ганчарук; Ін-т гісторыі НАН Беларусі. – Мінск, 2005. – 21 с.
58. Гарбер, И.Е. Трансформация психологического знания в условиях информационного общества: автореф. дисс. ... докт. психол. наук: 19.00.01 / И.Е. Гарбер; Саратовский гос. ун-т им. Н.Г. Чернышевского». – Томск, 2013. – 42 с.
59. Гасанбеков, С.К. Политические технологии в системе формирования электорального поведения офицерского корпуса вооруженных сил России: автореф. дис. ...канд. пол.наук: 23.00.02 / С.К. Гасанбеков; Военный университет. – М., 2004. – 22 с.
60. Главное управление идеологической работы, культуры и по делам молодежи Минского областного исполнительного комитета [Элек-

- тронный ресурс]. – Режим доступа: <http://guir.minsk.gov.by/ob-upravlennii>. – Дата доступа: 12.07.2017.
61. Главным условием встречи с Папой Римским должно стать подписание декларации об осуждении прозелитизма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/orthodoxy/?act=archive&div=6330>. – Дата доступа: 16.08.2017.
 62. Голобородько, А.Ю. Государственная культурная политика в контексте конструирования дискурса «мягкой силы» / А.Ю. Голобородько // Приоритетные направления развития науки и образования. – 2015. – №2(5). – С. 315–319.
 63. Головин, Ю.А. Политический менеджмент: учеб. пособие / Ю.А. Головин. – Ярославль: Ярослав. гос. ун-т. – 2004. – 106 с.
 64. Гончарук, В.А. Маркетинговое консультирование / В.А. Гончарук. – М.: Дело, 1998. – 248 с.
 65. Горбатова, Н.В. Информационная политика государства как метод противостояния в гибридной войне / Н.В. Горбатова // Научные труды Северо-Западного института управления. – 2016. – Т. 7. – №3(25). – С. 40–47.
 66. Гордиенко, И.В. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности политики / И.В. Гордиенко, Е.А. Черпаков // Сборник статей и тезисов докладов III межд. научно-практ. конференции студентов, магистрантов и преподавателей, 2016. – С. 591–595.
 67. Гостева, И.В. Лингвокультурологическое поле «духовность»: структура и динамика / И.В. Гостева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – №36. – С. 34–39.
 68. Грахоцкі, А.П. Перававое становішча Рускай праваслаўнай і Рымска-каталіцкай цэркваў на беларускіх землях (1863–1905 гг.): аўтарэф. дыс. ...канд. гіст. навук: 07.00.01 / А.П. Грахоцкі; Гомельскі дзярж. ун-т імя Францыска Скарыны. – Мінск, 2013. – 24 с.
 69. Грачев, М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография / М.Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
 70. Гугнин, А.М. Политический маркетинг (сущность и генезис) / А.М. Гугнин // Философия и общество. – 2016. – №2(79). – С. 84–89.
 71. Давыденко, С.С. Политика государства в отношении религиозных организаций в Республике Беларусь (теоретико-методологический аспект): автореф. дис. ...канд. пол. наук: 23.00.01 / С.С. Давыденко; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2005. – 21 с.
 72. Давыдов, Ю.П. Понятие «жесткой» и «мягкой» силы в теории международных отношений / Ю.П. Давыдов // Международные процессы. – 2004. – Т. 2. – №4. – С. 69–80.
 73. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slovar-dalja.ru/slovar-dalya/dux/7615/>. – Дата доступа: 21.06.2014.

74. Дацышен, В.Г. Христианство в Китае: история и современность / В.Г. Дацышен. – М.: Научно-образовательный форум по международным отношениям, 2007. – 240 с.
75. Декларация о правах и достоинстве человека X Всемирного Русского Народного Собора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/103235.html>. – Дата доступа: 02.02.2013.
76. Демидченко, В.В. Понятие политических технологий: сущность, формы и виды / В.В. Демидченко // Власть. – 2015. – №12. – С. 140–142.
77. Дестют де Траси, Антуан-Луи-Клод. Основы идеологии // А. Дестют де Траси : пер. с франц. Д.А. Ланина. – М.: Академический Проект; Альма Матер. – 334 с.
78. Десятина, налог на Церковь или пожертвование? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/desyatina-ili-zhertva/>. – Дата доступа: 04.07.2012.
79. Дзялошинский, И.М. Коммуникативное воздействие: мишени, стратегии, технологии. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: НИУ ВШЭ, 2012. – 572 с.
80. Доклад Святейшего Патриарха Кирилла на XX Международных Рождественских образовательных чтениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 05.07.2012.
81. Доклад Святейшего Патриарха Кирилла на открытии XXIII Международных Рождественских образовательных чтений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3957820.html>. – Дата доступа: 09.04.2015.
82. Дробижева, Л.М. Российская идентичность: факторы интеграции и проблемы развития / Л.М. Дробижева // Социологическая наука и социальная практика. – 2013. – №1. – С. 74–84.
83. Егорова, М.С. СМИ в качестве инструмента «политического маркетинга» / М.С. Егорова // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2006. – №27. – С. 155–158.
84. Епископ Мелекесский Диодор: Православие и любовь к своему народу – главный мировоззренческий стержень русского человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 17.08.2017.
85. Ефанова, О.А. Доминанты исторической памяти россиян: знания, оценки и отношение к Великой Отечественной войне / О.А. Ефанова, Е.А. Лаврухина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.credonew.ru/content/view/482/>. – Дата доступа: 08.07.2013.
86. Журнал «Атеист». – 1926. – №3. – 86 с.
87. Закон Божий или светская этика: чему учить детей в школе? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=12442/>. – Дата доступа: 30.07.2013.

88. Заявление Священного Синода Русской Православной Церкви от 22.10.1991 г. // Московский церковный вестник. – 1991. – №19. – С. 231.
89. Золотухін, Е. Політичний маркетинг: багатозначність поняття / Е. Золотухін // Політичний менеджмент. – 2007. – №5. – С. 13–22.
90. Зянюк, Р.У. Навучальныя ўстановы рымска-каталіцкай царквы ў Беларусі (1772–1914 гг.): структура і дзейнасць: аўтарэф. дыс. ... канд. гіст. навук: 07.00.02 / Р.У. Зянюк; Ін-т гісторыі НАН Беларусі. – Мінск, 2014. – 26 с.
91. Ивановский, А.В. Методика мониторинга виртуальных ресурсов национального сегмента сети Интернет / А. В. Ивановский, А.И. Мицкевич // Проблемы управления. – 2014. – №4(53). – С. 10–23.
92. Ильясов, Ф.Н. Группа и групповое поведение / Ф.Н. Ильясов // Социальные исследования. – 2016. – №1. – С. 1–20.
93. Ильясов, Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах / Ф.Н. Ильясов. – М.: Издательство «Има-пресс», 2000. – 200 с.
94. Интервью митрополита Смоленского и Калининградского Кирилла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ubrus.org/newspaper-spas-article/?id=338/>. – Дата доступа: 22.03.2016.
95. Интервью Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла украинским тележурналистам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1223635.html>. – Дата доступа: 29.12.2015.
96. Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії : аналіт. доп. / за заг. ред. А. Баровської – Київ : НІСД, 2016. – 109 с.
97. Квасова, Г.О. Политический рынок: институциональный анализ: автореф. дис. ...канд. пол. наук: 23.00.02 / Г.О. Квасова; Южный федеральный ун-т. – Ростов-на-Дону, 2007. – 27 с.
98. Кирилл, Митрополит Смоленский и Калининградский. Опыт рассмотрения проблем прав человека и их нравственных основ в европейских религиозных сообществах / Кирилл, Митрополит Смоленский и Калининградский // Проблемы управления. – 2008. – №1(26). – С. 39–42.
99. Кисляков, М.М. К вопросу оптимизации межрегиональных технологий политического маркетинга / М.М. Кисляков // Вестник Кемеровского гос. ун-та. – 2012. – №2(50). – С. 98–102.
100. Кисляков, М.М. Региональный политический маркетинг в современной России: состояние и тенденции развития (на материале регионов Сибири): автореф. дисс. ... докт. полит. наук: 23.00.02 / М.М. Кисляков; Кемеровский государственный университет. – Казань, 2013. – 42 с.

101. Кисляков, М.М. Региональный политический маркетинг: теория, методология и практика / М.М. Кисляков. – Кемерово: Кемеровский ин-т (филиал) РГТЭУ, 2013. – 354 с.
102. Коваль, О.Г. Цивилизованные политические технологии в современном обществе: автореф. дис. ...канд. филос. наук: 09.00.11 / О.Г. Коваль; Академия федеральной пограничной службы Российской Федерации. – М., 2000. – 23 с.
103. Кожина, Л.А. Психологические подходы к определению понятия «духовность» / Л.А. Кожина // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2001. – Т. 23. – №4. – С. 44–46.
104. Кожич, Н.М. Православие в Беларуси конца XIX – начала XX века: идейные установки и формы деятельности: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / Н.М. Кожич; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2007. – 22 с.
105. Колесников, Е.А. Государственно-правовые технологии политического манипулирования: автореф. дис. ...канд. юрид. наук: 23.00.02 / Е.А. Колесников; Ростовский юридический институт МВД России. – Ростов-на-Дону, 2009. – 23 с.
106. Коломенский, М.А. Формирование политического имиджа современной России (2000–2007 гг.): автореф. дис. ...канд. пол. наук: 23.00.02 / М.А. Коломенский; МГУ им. М. Ломоносова. – М., 2008. – 24 с.
107. Конституция Республики Беларусь: с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г. – Минск: Право и экономика, 2006. – 56 с.
108. Конституция Российской Федерации. Постатейный научно-практический комментарий коллектива ученых Московского государственной юридической академии им. О.Е. Кутафина / под рук. Е.И. Козловой. – М.: Агентство «Библиотечка РГ», 2009. – 382 с.
109. Конституция Российской Федерации: Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. – М.: ЦИК Российской Федерации: Известия, 1993. – 59 с.
110. Конституция Украины: Принята на пятой сессии Верховной Рады Украины 28 июня 1996 г. – Харьков: НПКФ «Консум», 1996. – 47 с.
111. Концепция внешней политики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/785>. – Дата доступа: 25.10.2015.
112. Концепция государственной политики в религиозной сфере Республики Казахстан на 2017–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1700000500/>. – Дата доступа: 09.09.2017.
113. Концепция миссионерской деятельности Русской православной церкви [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/220922.html>. – Дата доступа: 16.08.2017.

114. Концепция национальной безопасности Монголии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarus21.by/>. – Дата доступа: 10.08.2017.
115. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь : утв. Указом Президента Респ. Беларусь от 24 января 2014 г. № 49 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by> – Дата доступа: 15.11.2015.
116. Коротина, Н.Ю. Оценка привлекательности государств на основе концепции «мягкой силы» / Н.Ю. Коротина // Антро. – 2015. – №1(16). – С. 71–82.
117. Косолапов, Н.А. Анклав в поле глобализации? (к политэкономии постсоветского пространства) / Н.А. Косолапов // Россия и новые государства Евразии. – 2008. – №1(1). – С. 8–30.
118. Костюк, К.«Русский мир»: богословский смысл и политические экспликации / К. Костюк // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного ун-та. – Серия 1: Богословие. Философия. – 2015. – № 3(59). С. 137–151.
119. Котлер, Ф.Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: «Бизнес-книга», 1995. – 702 с.
120. Кочубей, Л.О. Вибірчі технології: політологічний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасної України): Монографія / Л.О. Кочубей. – Київ: Вид-во «Юридична думка», 2006. – 280 с.
121. Круглова, Г.А. Глобальные проблемы современности в учениях христианских церквей: автореф. дис. ...докт. филос. наук: 09.00.01 / Г.А. Круглова; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2007. – 46 с.
122. Ксенз, П.А. Развитие политического маркетинга: теория и практика / П.А. Ксенз // Теория и практика общественного развития. – 2015. – №6. – С. 95–97.
123. Кудашова, Ю.В. Понятие «позиционирование» в теории политического маркетинг-менеджмента / Ю.В. Кудашова // Вестник Башкирского ун-та. – 2010. – Т. 15 . – №1. – С. 138–142.
124. Кузенкова, А.Ю. Региональный политический маркетинг России / А.Ю. Кузенкова // Сб. материалов V Всероссийской заочной научно-практ. конференции: Волгоград, 20 мая 2016 г. – Волгоград: Волгоградский гос. техн. ун-т, 2016. – С. 143–147.
125. Кузина, С.И. Политическое насилие: природа, манифестирование и динамика в глобализирующемся мире: автореф. дисс. ... докт. пол. наук: 23.00.02 / С.И. Кузина; Северо-Кавказская академия государственной службы. – Ростов-на-Дону, 2010. – 53 с.
126. Кучуков, М.М. Российская идентичность: возможная форма и феномены деструкции / М.М. Кучуков // Альманах современной науки и образования. – 2014. – №3(82). – С. 98–102.
127. Лагуновская, Е.А. Ценности христианства в формировании нравственной культуры современного белорусского общества: автореф.

- дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Е.А. Лагуновская; РИВШ. – Минск, 2012. – 25 с.
128. Ланге, О.В. К вопросу о специфике современных подходов к природе манипулятивных технологий в политике / О.В. Ланге // Вестник Кемеровского гос. ун-та. – 2014. – № 3-1(59). – С. 100–105.
129. Ланге, О.В. Современные манипулятивные технологии: вопросы теории и методологии : дис. ...канд. пол.наук: 23.00.01 / О.В. Ланге; СПбГУ. – СПб., 2015. – 173 с.
130. Лексин, В.Н.Русская идентичность и российское гражданство / В.Н. Лексин // Проблема формирования гражданина России через инструментарий идентичности (культурная, образовательная, воспитательная, пропагандистская, информационная государственные политики): Научно-экспертная сессия (семинар). – М.: Центр научной политической мысли и идеологии (Центр Сулакшина), 2016. – С. 134–144.
131. Леонова, О.Г. Интерпретация понятия «мягкая сила» в науке / О.Г. Леонова // Научно-аналитический журнал Обозреватель-Observer. – 2015. – №2(301). – С. 80–89.
132. Леонова, О.Г. Мягкая сила – ресурс внешней политики государства / О.Г. Леонова // Обозреватель. – 2013. – №4. – С. 27–40.
133. Лікарчук, Н.В. Вплив політичного маркетингу на політичний процес: позитивний досвід / Н.В. Лікарчук // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – 2009. – Вип. 17. – С. 168–175.
134. Малевич, К. Бог не скинут. Искусство, церковь, фабрика / К. Малевич. – Витебск: Показательная Типография проф.-тех. школы, 1922. – 40 с.
135. Малкин, Е. Политические технологии / Е. Малкин, Е. Сучков. – 4-е изд., стереотипное. – М.: НП ИД «Русская панорама», 2014. – 688 с.
136. Мартинович, В.А. Нетрадиционная религиозность: возникновение и миграция: Материалы к изучению нетрадиционной религиозности / В.А. Мартинович. – Т.1. – Минск: Минская духовная академия, 2015. – 560 с.
137. Мартинович, В.А. Новые религиозные движения в Беларуси: историко-социологический аспект: автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.01 / В.А. Мартинович; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2016. – 23 с.
138. Мастерук, Д.А. Методи політичного аналізу і прогнозування в політичному маркетингу / Д.А. Мастерук // Вісник Національного ун-ту «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого». – Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. – 2013. – № 2. – С. 292–301.
139. Мельгунов, С.П. Как создалась в России государственная церковь / С.П. Мельгунов. – М.: Тип. Т-ва «Задруга», 1917. – 12 с.

140. Меньшикова, Е.В. Проблемное поле религиозоведческих исследований в 20–30-е гг. XX в. / Е.В. Меньшикова // Государство, религия, Церковь в России и за рубежом. – 2010. – № 3. – С. 37–39.
141. Мирошниченко, И.В. Социальные сети в российской публичной политике : автореф. дисс. ... докт. полит. наук: 23.00.02 / И.В. Мирошниченко; МГУ им. М. Ломоносова. – М., 2013. – 41 с.
142. Митрополит Волоколамский Иларион: В науке должно быть нравственное измерение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2929489.html/>. – Дата доступа: 27.12.2015.
143. Митрополит Волоколамский Иларион: Великий пост – время, когда мы особо призваны творить добро [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 16.08.2017.
144. Митрополит Меркурий: Церковь отстаивает позицию равенства прав образовательных организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2015120.html>. – Дата доступа: 21.06.2017.
145. Митрополит Смоленский и Калининградский. Доклад на конференции «Религия и дипломатия» (Москва, 27–28 апреля 2001 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mospat.ru/archive/2001/06/nr106173/>. – Дата доступа: 12.02.2016.
146. Митрополит Филарет: Религиозный смысл жизни людей все в большей мере становится неотъемлемой частью современного образа Белоруссии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1338350.html/>. – Дата доступа: 27.12.2015.
147. Митрофанова, А.В. Религиозный фактор в мировой политике (на примере православия): дисс. докт. полит. наук: 23.00.04 / А.В. Митрофанова; дипломатическая академия МИД России. – М., 2005. – 376 с.
148. Митрофанова, А.В. Религиозный фактор в мировой политике и проблема «цивилизаций» / А.В. Митрофанова // Век глобализации. – 2008. – Т. 1. – С. 109–119.
149. Михайленок, О.М. Маркетизация политического как адаптация к изменившимся социально-политическим отношениям / О.М. Михайленок // Россия реформирующаяся: Ежегодник [сб. науч. статей] / отв. ред. М.К. Горшков; Институт социологии РАН. – М.: Новый хронограф, 2016. – Вып. 14. – С. 113–132.
150. Мітрапаліт Кандрусевіч звяртаецца да ўладаў Беларусі з заклікам увесці мараторый на смяротнае пакаранне [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://catholic.by/>. – Дата доступа: 14.08.2012.
151. Моисеева, Н.А. Национальный характер как воля к бытию в зеркале идеологии / Н.А. Моисеева // Вопросы культурологии. – 2011. – № 7. – С. 75–81.
152. Морозова, Е.Г. Электоральный менеджмент: Учеб. пособие / Е.Г. Морозова. – М.: РЦОИТ, 2002. – 232 с.

153. Морозова, Е.Г. Перспективы рыночного государства в России / Е.Г. Морозова // Социология власти. – 2012. – №1. – С. 5–11.
154. Морозова, Е.Г. Политический маркетинг: концепции развития, модели функционирования (компаративный анализ) : автореф. дис. ...докт. пол.наук: 23.00.02 / Е.Г. Морозова; РАГС при Президенте Российской Федерации. – М., 2000. – 49 с.
155. Морозова, Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии / Е.Г. Морозова. – М.: РОССПЭН, 1998. – 247 с.
156. Муса кызы Алина. «Мягкая сила» как фактор воздействия / Муса кызы Алина // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2016. – № 1. – С. 136–138.
157. Мчедлова, М.М. Религия и церковь как элементы мягкой силы / М.М. Мчедлова // Социология религии в обществе позднего модерна (памяти Ю.Ю. Синелиной) : Материалы Третьей Межд. научной конференции. Ответственный редактор: Лебедев С.Д. – Белгород: Изд-во: ИД «Белгород», 2013. – С. 368–375.
158. Мякинченко, Д.А. Политическое насилие как механизм функционирования политической власти / Д.А. Мякинченко // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2015. – № 2. – С. 261–267.
159. Мяло, К. Русская православная церковь и советское наследие / К. Мяло // Россия XXI. – 2009. – № 6. – С. 56–93.
160. Нагайчук, А.Ф. Технологии социальных интересов в политике : автореф. дис. ...докт. пол.наук: 23.00.02 / А.Ф. Нагайчук; СПбГУ. – СПб., 2006. – 32 с.
161. Най, Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения / Дж. Най // Свободная мысль–XXI. – 2004. – №10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/nai_msil.php. – Дата доступа: 18.04.2016.
162. Най, Дж. Будущее власти / Дж. Най. – М.: АСТ, 2014. – 444 с.
163. Нандин-Эрдэнэ, Б. К вопросу о теории политического маркетинга / Б. Нандин-Эрдэнэ // Природные условия, история и культура Западной Монголии и сопредельных регионов : Материалы XII международной научной конференции. – Томск: Нац. исследовательский Томский гос. ун-т, 2015. – С. 105–107.
164. Национальная государственность и европейские интеграционные процессы. – Т. 1: Национальное законодательство и его гармонизация с правом Европейского Союза: [редколлегия: С.А. Балашенко и др.]. – Минск: Издательский центр БГУ, 2008. – 292 с.
165. Недяк, И.Л. Маркетизация политики в логике и концепциях политического маркетинга / Недяк И.Л. // PolitBook. – 2013. – № 4. – С. 31–46.

166. Недяк, И.Л. Маркетинговый подход к исследованию политических процессов : автореф. дисс. ... докт. полит.наук: 23.00.02 / И.Л. Недяк; Ин-т социологии РАН. – М., 2011. – 53 с.
167. Недяк, И.Л. Политический маркетинг: особенности развития научно-исследовательского направления / Недяк И.Л. // Политические исследования. – 2010. – №3. – С. 144–153.
168. Недяк, И.Л. Политическое управление социальной сферой: концепции и практики / Недяк И.Л. // Согласие в обществе как условие развития России [Отв. ред.: О.М. Михайленок]. – М.: Ин-т социологии РАН, 2013. – С. 192–208.
169. Недяк, И.Л. Принуждение, а не убеждение? Эффекты купажу пропаганды и маркетинга в публичном управлении / И.Л. Недяк // Власть. – 2016. – № 8. – С. 60–66.
170. Нечаев, В.Д. Избиратель: покупатель, продавец или вкладчик / В.Д. Нечаев // Полис. Политические исследования. – 2001. – № 6. – С.40–50.
171. Нечаєва-Юрійчук, Н. Міжнародний семінар «Буковина та Бессарабія: історичні уроки, стан і перспективи регіональної безпеки» у Чернівцях / Н. Нечаєва-Юрійчук // Історична панорама. – 2011. – Вип. 13. – С. 152–158.
172. Никитина, Т.И. Роль рекламы в российском политическом маркетинге: автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Т.И. Никитина; Казанский гос. ун-т им. В. Ульянова-Ленина. – Казань, 2009. – 32 с.
173. Николайчук, И.А. Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России / И.А. Николайчук; Рос. ин-т стратег. исслед. – М.: РИСИ, 2012. – 230 с.
174. Никольский, Н.М. Религия, как предмет науки / Н.М. Никольский. – Минск: Белтрестпечать, 1923. – 47 с.
175. Новожилова, И.А. Политические технологии маркетингового типа в управлении имиджем органов государственной власти: автореф. дис. ...канд. пол. наук: 23.00.02 / И.А. Новожилова; Башкирский государственный университет. – Уфа, 2009. – 21 с.
176. Носков, В.В. Когда кончаются войны? / В.В. Носков // Диалог со временем. – 2009. – № 29. – С. 127–128.
177. О свободе совести и религиозных организациях: Закон Респ. Беларусь, 17 декабря 1992 года № 2054-ХІІ; в ред. Закона Респ. Беларусь от 31 октября 2002, № 137-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2006.
178. О деятельности КПСС и КП РСФСР: Указ Президента Российской Федерации от 8 нояб. 1991 г. // Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета РФ. – 1991. – № 45. – Ст. 1537.

179. Обзор внешней политики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://archive.mid.ru/>. – Дата доступа: 18.11.2015.
180. Обращение Святейшего Патриарха Кирилла к участникам смотра-парада Всевеликого войска Донского в Новочеркасске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 29.12.2015.
181. Одинцов, М.И. Вероисповедные реформы в Советском Союзе и в России. 1985–1997 гг. / М.И. Одинцов. – М.: Российское объединение исследователей религии, 2010. – С. 66.
182. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ozhegov.org>. – Дата доступа: 21.06.2014.
183. Опенько, Е.В. От традиционной дипломатии к использованию «мягкой силы» (на примере американо-европейских отношений в 50 годы XX века): автореф. дисс. ... канд. ист. наук: 07.00.03 / Е.В. Опенько; Национальный исследовательский Томский гос. ун-т». – Томск, 2012. – 24 с.
184. Определение Освященного Архиерейского Собора Русской Православной Церкви «О единстве Церкви» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravoslavie.org.ua/>. – Дата доступа: 14.02.2016.
185. Осипова, Е.А. Маркетинговая экспансия в пространство политического / Е.А. Осипова // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение. – 2015. – №11(154). – С. 9–17.
186. Основные принципы отношения Русской Православной Церкви к инославиям [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/418840>. – Дата доступа: 09.02.2016.
187. Основы религий или светской этики должны преподаваться в школах в обязательном порядке считает патриарх Кирилл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=29385>. – Дата доступа: 21.06.2017.
188. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 14.02.2016.
189. Парамонова, С.К. Политический маркетинг в России: программирование поведения электората с помощью политических методов и технологий : автореф. дис. ...канд. пол. наук: 23.00.02 / С.К. Парамонова; Московский государственный областной университет. – М., 2008. – 29 с.
190. Паршин, П.Б. Два понимания «мягкой силы»: предпосылки, корреляты и следствия / П.Б. Паршин // Вестник МГИМО Университета. – 2014. – № 2 (35). – С. 14–21.
191. Песцов, С.К. «Мягкая сила» в мировой политике: проблема операционализации теоретического концепта / С.К. Песцов, А.М. Бобыло

- // Вестник Томского гос. ун-та. История. – 2015. – № 2(34). – С. 108–114.
192. Печерица, В.Ф. Влияние христианской церкви на общественно-политическую жизнь Республики Корея / В.Ф. Печерица // Религиоведение. – 2012. – № 1. – С. 68–79.
193. Покрищук, Д.В. Политический маркетинг в деятельности партий: зарубежный и отечественный опыт: автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Д.В. Покрищук; Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М., 2009. – 24 с.
194. Політичний маркетинг: сутність, функції, проблеми використання / за ред. В.А. Полторака. Дніпропетровськ: Вид-во ДУЕП ім. Альфреда Нобеля, 2010. – 152 с.
195. Полный церковно-славянский словарь (со внесением в него важнейших древне-русских слов и выражений): Всех слов объяснено ок. 30000 / Сост. Г.Дьяченко. – М.: Моск. Патриархат: Посад, 1993. – XXXVIII. – 1120 с.
196. Положение о Совете по взаимодействию с религиозными объединениями при Президенте Российской Федерации [Электронный ресурс]: распоряжение Президента Российской Федерации от 2 августа 1995 года № 357-рп; (в ред., распоряжения Президента Российской Федерации от 17 марта 2001 г. № 133-рп)// Консультант-Плюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2017.
197. Положение об Агентстве Республики Казахстан по делам религий [Электронный ресурс] : постановление Правительства Респ. Казахстан, 1 августа 2011 г., № 888: в ред. от 23.09.2014 г. / KODEKSY-KZ.COM. – Режим доступа: http://kodeksy-kz.com/norm_akt/source-Правительство/ture-Постановление/888-01.08.2011.htm. – Дата доступа: 27.06.2017.
198. Послание Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Алексия II архипастырям, пастырям, монашествующим и всем верным чадам Русской Православной Церкви в связи с подписанием Акта о каноническом общении внутри Поместной Русской Православной Церкви [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/231981.html/>. – Дата доступа: 14.02.2016.
199. Почепцов, Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М.: Алгоритм, 2015. – 254 с.
200. Права человека и нравственная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/102261.html>. – Дата доступа: 15.04.2014.
201. Предстоятель Русской Церкви возложил цветы к памятнику «Бронзовый солдат» в Таллине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3044847.html/>. – Дата доступа: 27.06.2017.

202. Пресс-конференция Тадеуша Кандрусевича [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://westki.info/>. – Дата доступа: 12.07.2017.
203. Пришла пора задавать тон жизни: конференция глав и представителей епархиальных молодежных отделов БПЦ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.church.by/>. – Дата доступа: 15.02.2013.
204. Пронякин, Д.И. Национальная идея и национальное государство. Ч. 2. «Русь Святая», «Русь Великая» / Д.И. Пронякин // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2010. – Т. 6. – № 3. – С. 262–278.
205. Протоиерей Александр Ильяшенко: Выделение финансовых средств на развитие духовного образования должно быть пропорциональным [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusk.ru/newsdata.php?idar=51624>. – Дата доступа: 26.06.2017.
206. Протоиерей Всеволод Чаплин назвал передачу власти от Медведева к Путину «мирной и дружеской» // Епархия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eparhia.ru/news/>. – Дата доступа: 04.07.2012.
207. Протоиерей Всеволод Чаплин предлагает запретить в России ваххабизм, нацизм и агрессивное неоязычество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=57121/> – Дата доступа: 15.07.2016.
208. Протоиерей Димитрий Смирнов: «Милицционер - он же не на ветке растет!» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravoslavnye.ru/news_rl/2009/04/27/protoierej_dimitrij_smirnov_milicioner_-_on_zhe_ne_na_vetke_rastet/. – Дата доступа: 21.06.2017.
209. Прохоренко, И.Л. Трансформации европейского политического пространства: измерения и направления / И.Л. Прохоренко, И.А. Чихарев // Политическая наука. – 2014. – № 2. – С. 8–25.
210. Пушкарева, Г.В. Политическое пространство: проблемы теоретической концептуализации / Г.В. Пушкарева // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 2. – С. 166–176.
211. Пшегорский, А.С. Концепт «мягкой силы» в современном политическом дискурсе / А.С. Пшегорский // Пожарная безопасность: проблемы и перспективы. – 2014. – Т. 2. – № 1(5). – С. 121–124.
212. Пыхтеева, Е.В. Политическое насилие (принуждение) как способ укрепления законности и целостности российского общества: автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / Е.В. Пыхтеева; НОУ ВПО Омская гуманитарная академия. – М., 2013. – 23 с.
213. Разин, А.В. Политический маркетинг как способ организации системы политических отношений / А.В. Разин // Философия и общество. – 2016. – №2(79). – С. 90–95.
214. Регионы преподают «Основы православной культуры», минимум пять – «вызывающе бойкотируют» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=16999/>. – Дата доступа: 27.06.2017.

215. Режим Путіна перед викликами часу: аналітична доповідь / М.М. Розумний, Я.В. Бережний, І. В. Валюшко, Р. В. Власенко [та ін] ; за заг. ред. М.М. Розумного. – Київ : НІСД, 2017. – 84 с.
216. Резолюция-обращение Общественного форума «Духовно-нравственный фактор национальной безопасности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minds.by/news>. – Дата доступа: 15.01.2013.
217. Ринковий, Т. Політичні технології як складова публічної політики та управління на сучасному етапі державотворення / Т. Ринковий // Вісник Національної академії державного управління. – 2013. – № 11. – С. 221–230.
218. Романова, В.А. Информационная составляющая гибридных войн современности / В.А. Романова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2015. – № 2. – С. 293–299.
219. Российские муфтии против введения в стране шариатских судов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/>. – Дата доступа: 04.07.2012.
220. Русакова, О.Ф. Концепт «мягкой» силы (soft power) в современной политической философии / О.Ф. Русакова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. – 2010. – № 10. – С. 173–192.
221. Русская социально-политическая мысль. Первая половина XIX века: Хрестоматия. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. – 880 с.
222. Русскость – понятие сверхнациональное // Родина. – 2007. – № 7. – Июль. – С. 7.
223. Самраилова, Е.К. Локализация и разрешение социально-политических конфликтов: методология и практические алгоритмы: автореф. дисс. докт. полит. наук: 23.00.02 / Е.К. Самраилова; Академия труда и социальных отношений. – М., 2008. – 39 с.
224. Сведения об организациях, которые имеют право проводить социологические опросы, относящиеся к выборам Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Elections-PRB-sved15.pdf>. – Дата доступа: 22.06.2017.
225. Светское мировоззрение должно быть делом выбора и не претендовать на монополию в обществе, считает протоиерей Всеволод Чаплин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/298767.html/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
226. Святейший Патриарх Алексий: «Каждый человек должен знать культуру той страны, в которой живет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mospat.ru/archive/2006/08/32767/>. – Дата доступа: 21.06.2017.
227. Святейший Патриарх вновь подчеркивает необходимость введения основ православной культуры в школьные программы [Элек-

- тронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/137130.html>. – Дата доступа: 21.06.2017.
228. Святейший Патриарх Кирилл выступает за свободу в выборе предметов по этике в школе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/svyatejshij-patriarx-kirill-vystupaet-za-svobodu-v-vybore-predmetov-po-etike-v-shkole/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
229. Святейший Патриарх Кирилл призвал ветеранов Отечественной войны «выиграть битву за души наших молодых людей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1546535.html/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
230. Святейший Патриарх Кирилл считает необходимым развивать систему религиозного воспитания в школах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bogoslov.ru/text/396427/index.html>. – Дата доступа: 21.06.2017.
231. Святейший Патриарх Кирилл: «Нет ничего более далекого от истины, чем отождествлять Русский мир исключительно с Российской Федерацией» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4164499.html>. – Дата доступа: 29.12.2015.
232. Святейший Патриарх Кирилл: Русский мир – особая цивилизация, которую необходимо сберечь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3730705.html>. – Дата доступа: 09.04.2015.
233. Святейший Патриарх Кирилл: События 1612 года и победа в Отечественной войне в 1812 году должны встать в народной памяти в один ряд с победой 1945 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2456404.html/>. – Дата доступа: 27.06.2017.
234. Синод РПЦЗ заявил, что генерал Власов не предатель, а «символ сопротивления безбожному большевизму» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.newsru.com/>. Дата доступа: 04.07.2013.
235. Синчук, И.Ю. Маркетинг в политической сфере / И.Ю. Синчук, К.В. Мезинцев, Ю.Ю. Синчук // Концептуал: Сб. науч. трудов; сост. А. В. Матюхин. – М.: Московский финансово-промышленный ун-т «Синергия», 2016. – С. 464–483.
236. Скипин, С. Святая Русь – архетип русской души (откровенно о сокровенном) / С. Скипин // Духовно-нравственное воспитание. – 2015. – № 1. – С. 9–14..
237. Словарь современного русского литературного языка: В 17 т. – Т. 1 [Л.П. Алекторова и др.]; 2 изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз., 1991. – 741 с.
238. Слово митрополита Ростовского и Новочеркасского Меркурия на встрече с руководством и сотрудниками Департамента обра-

- зования города Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2833064.html/>. – Дата доступа: 27.12.2015.
239. Слово пастыря. Выпуск от 6 сентября 2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3728242.html>. – Дата доступа: 09.04.2015.
240. Слово Святейшего Патриарха Алексия на открытии XV Рождественских образовательных чтений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/188230.html>. – Дата доступа: 21.06.2017.
241. Слово Святейшего Патриарха Кирилла в Никольском кафедральном соборе города Горловки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/707934.html>. – Дата доступа: 13.02.2016.
242. Слово Святейшего Патриарха Кирилла за Божественной литургией в день праздника Владимирской иконы Божией Матери [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/665838.html/>. – Дата доступа: 08.07.2017.
243. Слово Святейшего Патриарха Кирилла на V Всемирном конгрессе соотечественников, проживающих за рубежом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4265245.html>. – Дата доступа: 12.02.2016.
244. Слово Святейшего Патриарха Кирилла на встрече с ветеранами Великой Отечественной войны в Храме Христа Спасителя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1153291.html/>. – Дата доступа: 17.02.2017.
245. Слово Святейшего Патриарха Кирилла на открытии XVIII Всемирного русского народного собора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3367103.html>. – Дата доступа: 09.04.2015.
246. Слово Святейшего Патриарха Кирилла на открытии Международного фестиваля славянских народов «Славянское единство-2011» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 09.02.2016.
247. Слово Святейшего Патриарха Кирилла на открытии Международного фестиваля славянских народов «Славянское единство-2012» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/>. – Дата доступа: 12.02.2016.
248. Слово Святейшего Патриарха Кирилла после Божественной литургии в Свято-Георгиевском храме на Поклонной горе 2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1154861.html/>. – Дата доступа: 08.07.2017.
249. Слово Святейшего Патриарха Кирилла после Божественной литургии в Свято-Георгиевском храме на Поклонной горе 2012 г. [Элек-

- тронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2203925.html/>. – Дата доступа: 08.07.2017.
250. Слово Святейшего Патриарха Кирилла после возложения цветов к мемориалу жертвам массового голода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/705092.html>. – Дата доступа: 14.02.2016.
251. Слово Святейшего Патриарха Кирилла после Литургии Преждеосвященных Даров в 38-ю годовщину архиерейской хиротонии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3606218.html>. – Дата доступа: 25.04.2015.
252. Смирнов, М.А. «Святая Русь»: от метафизики к политике / М.А. Смирнов // Свободная мысль. – 2010. – № 3(1610). – С. 125–134.
253. Совещание послов и постоянных представителей Российской Федерации за рубежом в МИД, 9 июля 2012 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/15902>. – Дата доступа: 18.04.2016.
254. Совещание послов и постоянных представителей РФ за рубежом в МИД. 30 июня 2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mid.ru/sovesanie-poslov-i-postoannyh-predstavitelej-rossijskoj-federacii-30-iuna-1-iula-2016-g-/-/asset_publisher/sznVmO7t6LBS/content/id/2338996. – Дата доступа: 07.09.2017.
255. Сорокин, Б.Ф. Специфика политического маркетинга, как второй исторической формы социального обмена / Б.Ф. Сорокин // Синергия. – 2015. – № 2. – С. 7–20.
256. Спасский, А.Е. Политический маркетинг в эпоху глобализации / А.Е. Спасский // Дискурс-Пи. – 2003. – Т. 3. – № 1. – С. 144–146.
257. Спасский, А.Е. Предмет политического маркетинга: опыт теоретического анализа: автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.01 / А.Е. Спасский; Ин-т философии и права Уральского отделения РАН. – Екатеринбург, 2005. – 26 с.
258. Спасский, А.Е. Теоретико-методологические основы политического маркетинга / А.Е. Спасский // Дискурс-Пи. – 2004. – Т. 4. – №1. – С. 154–157.
259. Список зарегистрированных политических партий Российской Федерации: официальный сайт Минюста Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://minjust.ru/nko/gosreg/partii/spisok>. – Дата доступа: 24.03.2017.
260. Стахурский, А. Безбожники – в социалистическое соревнование / А. Стахурский. – Брянск: Брянский окружной совет СВБ, 1929. – 16 с.
261. Стрежнева, М.В. Территориальный и функциональный типы организации политических пространств (в развитие интеграционной теории) / М.В. Стрежнева // Политическая наука. – 2014. – № 2. – С. 26–43.

262. Сулакшин, С.С. Опыт контент-аналитического портретирования национальных лидеров / С.С. Сулакшин, Н.А.Хвыля-Олинтер // Труды Центра научной политической мысли и идеологии. – М.: Наука и политика, 2015. – 104 с.
263. Сухотский, Н.Н. Взаимодействие учреждений общего среднего образования и религиозных организаций Беларуси в воспитании учащихся: социологический анализ: автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.04 / Н.Н. Сухотский; ГНУ «Ин-т социологии НАН Беларуси». – Минск, 2014. – 21 с.
264. Твердов, А.А. Политический маркетинг: коммуникативное взаимодействие политической власти и общества: автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / А.А. Твердов; Московский гос. открытый пед. ун-т им. М.А.Шолохова. – М., 2005. – 28 с.
265. Тимофеев, О.В. Понятийные проблемы политических интернет-технологий: поиск адекватной интерпретации / О.В. Тимофеев // Власть. – 2011. – № 7. – С. 44–47.
266. Ткаченко, А.Н. Концептуальные особенности политического маркетинга и его функции в развитии российского общества / А.Н. Ткаченко // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 6. – С. 185–188.
267. Ткаченко, А.Н. Политический маркетинг в контексте модернизации политической системы: региональный аспект: автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / А.Н. Ткаченко; Коми республиканская академия государственной службы и управления. – СПб., 2012. – 21 с.
268. Толковый словарь русского языка С. Ожегова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slovarozhegova.ru/>. – Дата доступа: 26.06.2017.
269. Тома, Ю.П. Региональный политический маркетинг: технологический аспект / Ю.П. Тома // Восьмые Байкальские международные социально-гуманитарные чтения. – Иркутск: Иркутский гос. ун-т. – 2015. – С. 296–305.
270. Трофимчук, Н.А. Экспансия / Н.А. Трофимчук, М.П. Свищев. – М.: Изд-во РАГС, 2000. – 218 с.
271. Тюленева, Ю.В. Становление политического маркетинга в России (1991–2000 гг.): автореф. дисс. ... канд. полит. наук: 23.00.01 / Ю.В. Тюленева; МГУ им. Ломоносова. – М., 2005. – 28 с.
272. Тюпина, М.Э. Политическая демобилизация: понятие и технологии / М.Э. Тюпина // Век информации. – 2017. – Т. 1. – № 2. – С. 119–120.
273. Уполномоченный по делам религий и национальностей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belarus21.by/>. – Дата доступа: 12.07.2017.
274. Устав РПЦ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/133115.html>. – Дата доступа: 09.02.2016.

275. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка / Д.Н. Ушаков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ushakovdictionary.ru/>. – Дата доступа: 21.06.2014.
276. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка / М. Фасмер. – Т. 1 (А–Д) : пер. с нем. И доп. О.Н. Трубачева /под ред. и с предисл. Б.А. Ларина. – 2-е изд., стер. – М.: Прогресс, 1986. – 576 с.
277. Фатющенко, В.И. Русский мир в контексте мировых цивилизаций: Курс лекций / В.И. Фатющенко. – М.: Гнозис, 2009. – 320 с.
278. Фахрутдинова, А.З. Коммуникативная модель управления как методология национального политического маркетинга / А.З. Фахрутдинова // Развитие территорий. – 2015. – № 2. – С. 60–64.
279. Филарет (Вахромеев), митрополит. Тезисы о смертной казни // Из архива Митрополита Филарета (Вахромеева). – Минск: Белорусский Экзархат, 1996. – Выпуск 2. – С.77–78.
280. Фихте, И.Г. Речи к немецкой нации / И.Г. Фихте. – СПб.: Наука, 2009. – 344 с.
281. Фридман, О. «Гибридная война» понятий / О. Фридман // Вестник МГИМО Университета. – 2016. – № 5(50). – С. 79–85.
282. Хабибов, Д.А. Политический маркетинг в избирательной кампании / Д.А. Хабибов // Вестник Таджикского нац. университета. – Серия социально-экономических и общественных наук. – 2016. – № 2-2(197). – С. 279–286.
283. Хантингтон, С. Политический порядок в меняющихся обществах / С. Хантингтон. – М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 408 с.
284. Харитонова, Е.М. Эффективность «мягкой силы»: проблема оценки / Е.М. Харитонова // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 6. – С. 48–58.
285. Хёсле, В. Кризис индивидуальной и коллективной идентичности / В. Хёсле // Вопросы философии. – 1994. – № 10. – С. 112–123.
286. Хлебцевич, Е. Массовый читатель и работа с книгой / Е. Хлебцевич. – М.: Учпедгиз, 1936. – 208 с.
287. Хлебцевич, Е.И. Массовый читатель и антирелигиозная пропаганда: Опыт изучения читательских интересов и методы антирелигиозной пропаганды и руководства чтением / Е.И. Хлебцевич. – М.-Л.: Гос. изд-во, 1928. – 181 с.
288. Христианское отношение к проблеме смертной казни: Разъяснения пресс-службы Минской епархии БПЦ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.church.by/>. – Дата доступа: 14.11.2012.
289. Цепелев, А.Ю. Социальное моделирование региональной идентификации: социолого-управленческий аспект : автореф. дисс. ... канд. соц. наук: 22.00.08 / А.Ю. Цепелев; Ин-т социологии РАН. – М., 2014. – 25 с.

290. Чаплин, В. Русский мир немислим без православия / В. Чаплин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.religion.in.ua/>. – Дата доступа: 12.02.2016.
291. Черных, П.Я. Историко-этимологический словарь русского языка / П.Я. Черных: В 2 т. – Т. 1; – 3-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз., 1999. – 624 с.
292. Шабалов, М.П. «Мягкая сила» в современной геополитике / М.П. Шабалов // Стратегические приоритеты. – 2015. – № 1(5). – С. 48–59.
293. Шабалова, О.А. Формирование подходов к изучению феномена «региональная идентичность» в российском дискурсе / О.А. Шабалова // Научно-педагогический журнал Восточной Сибири Magister Dixit. – 2014. – № 2. – С. 139–145.
294. Шабров, О.Ф. Политические технологии / О.Ф. Шабров // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – № 4. – С. 328–330.
295. Шамин, И.В. Технологии «прямых» и «непрямых» действий и их применение в современном международно-политическом процессе : автореф. дисс. ... докт. полит.наук: 23.00.02 / И.В. Шамин; Нижегородский гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского – Национальный исследовательский ун-т. – Нижний Новгород, 2011. – 57 с.
296. Шелест, О.А. Становление новых типов религиозности в условиях социокультурных трансформаций: автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.06 / О.А. Шелест; Ин-т социологии НАН Беларуси. – Минск, 2006. – 21 с.
297. Шерис, А.В. Религиозный фактор обеспечения национальной безопасности Республики Беларусь: автореф. дис. ...канд. пол. наук: 23.00.02 / А.В. Шерис; Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – Минск, 2013. – 24 с.
298. Шинкаренко, О.Є. Електоральний маркетинг: сутність, основні функції, завдання / О.Є. Шинкаренко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2012. – Вип. 56. – С. 233–241.
299. Шинкевич, В.Е. Политический маркетинг как разновидность политических технологий / В.Е. Шинкевич // Социально-гуманитарные знания. – 2004. – № 3. – С. 146–152.
300. Шкурова, Е.В. Развитие межконфессиональных отношений в Республике Беларусь: теоретико-методологический аспект: автореф. дис. ...канд. соц. наук: 22.00.01 / Е.В. Шкурова; Бел. гос. ун-т. – Минск, 2008. – 22 с.
301. Шнирельман, В.А. Глобализация и конфликты / В.А. Шнирельман // Этничность и религия в современных конфликтах / отв. ред. В.А. Тишков, В.А. Шнирельман; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН. – М.: Наука, 2012. – С. 4–22.
302. Шнирельман, В.А. Прошлое – светлое или темное? Христианский и языческий подходы / В.А. Шнирельман // Норма и аномалия в славянской и еврейской культурной традиции / Отв. ред. О.В. Белова. – М., 2016. – С. 135–151.

303. Шнирельман, В.А. Расизм, этничность и демократия: национальные модели / В.А. Шнирельман // Политическая концептология: журнал метадисциплинарных исследований. – 2010. – № 4. – С. 66–85.
304. Шукан, М.Г. Правовое положение имущества православной церкви в Великом княжестве Литовском в конце XVI – первой половине XVII вв.: автореф. дис. ...канд. ист. наук: 12.00.01 / М.Г. Шукан; Ин-т государства и права НАН Беларуси. – Минск, 2007. – 24 с.
305. Щербинин, А.И. Конструкт «Святая Русь» и его смысловые актуализации / А.И. Щербинин, Н.Г. Щербинина // Вестник Томского государственного ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2015. – № 3(31). – С. 5–14.
306. Щербинина, Н.Г. Героический миф в конструировании политической реальности России : автореф. дис. ...докт. пол.наук: 23.00.01 / Н.Г. Щербинина; МГУ им. М. Ломоносова. – М., 2008. – 38 с.
307. Яблонских, А. Становление отечественных социальных сетей и вирусный маркетинг: трудности и перспективы / А.Яблонских // Альманах современной науки и образования. – 2009. – № 3. – С. 203–204.
308. Ядерное оружие – неизбежное зло в мире, испорченном грехом, считает протоиерей Всеволод Чаплин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/194081.html/>. – Дата доступа: 08.07.2017.
309. Яковлев, А.И. Религиозный фактор в мировой политике в эпоху глобализации: от секуляризации к фундаментализму / А.И. Яковлев // Вестник Моск. ун-та. – Серия 25. Международные отношения и мировая политика. – 2014. – № 4. – С. 4–38.
310. Яницкий, О.Н. Принципы и следствия современной войны: взгляд социолога: монография / Яницкий О.Н. // Институт социологии РАН, 2015. – 172 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.isras.ru>. – Дата доступа: 17.03.2017.
311. Ярославский, Е. Очередные задачи антирелигиозной пропаганды: (Доклад и заключит. слово на II пленуме ЦС СВБ СССР) / Центр. совет Союза воинствующих безбожников СССР / Е. Ярославский. – М.: Изд-во «Безбожник», тип. «Гудок», 1930. – 68 с.
312. Яшина, А.В. «Мягкая сила» как инструмент обеспечения национальной и международной безопасности / А.В. Яшина // Научные труды СЗИУ РАНХиГ. – Том 4. – Выпуск 5(12). – С. 200–206.
313. AmericanMarketingAssociation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. – Дата доступа: 21.04.2017.
314. Annual Report to Congress on International Religious Freedom. Belarus [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.state.gov/>. – Date of access: 17.11.2015.

315. International Religious Freedom Report for 2010. Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.state.gov/j/drl/rls/irf/2010/148914.htm>. – Dateofaccess: 04.11.2013.
316. International Religious Freedom Report for 2011. Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.state.gov>. – Dateofaccess: 04.11.2014.
317. International Religious Freedom Report for 2011. Russia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.state.gov>. – Dateofaccess: 04.11.2014.
318. International Religious Freedom Report for 2012. Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.state.gov>. – Dateofaccess: 04.11.2014.
319. International Religious Freedom Report for 2013. Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.state.gov>. – Dateofaccess: 04.11.2015.
320. International Religious Freedom Report for 2014. Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.state.gov>. – Dateofaccess: 04.11.2015.
321. International Religious Freedom Report for 2015. Belarus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.state.gov>. – Dateofaccess: 04.11.2016.

Научное издание

АЛЕЙНИКОВА Светлана Михайловна

***Религиозный фактор
в современном
политическом маркетинге***

Монография

Редактор
Компьютерная верстка **Н. Игнатьева**

Подписано в печать .01. 2018. Формат 60х84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура Charis SIL. Печать ризография.
Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. .
Тираж экз. Заказ № .