

Минская духовная академия

Белорусский государственный университет, экономический  
факультет кафедра международной политической экономики

Институт теологии  
Белорусского государственного университета

БИП – Университет права и социально-информационных  
технологий, кафедра экономики и менеджмента

## **Социум и христианство**

Сборник статей участников VII Международной  
научно-практической конференции  
28–30 января 2023 г., Минск

МИНСК  
Издательство Минской духовной академии  
2023

УДК 330.87+26/28

ББК 65+86.37

С69

*Редколлегия:*

иерей Константин Голубев, Лемещенко П. С.,

Лукин С. В., Мартинович В. А.

**Социум и христианство:** Сборник статей участников  
С69 VII Международной научно-практической конференции, г. Минск,  
28–30 января 2023 г. / редкол.: Голубев К. И. [и др.]. – Минск:  
Издательство Минской духовной академии, 2023. – 164 с.  
ISBN 978-985-7145-77-5.

В сборнике представлены статьи участников VII Международной научно-практической конференции «Социум и христианство», проходившей 28–30 января 2023 г. в г. Минске.

**УДК 330.87+26/28**

**ББК 65+86.37**

**ISBN 978-985-7145-77-5**

© Издательство Минской духовной академии, 2023.

*Авдей Ольга Васильевна*

*кандидат экономических наук, доцент, Институт бизнеса БГУ*

## **Экономическая стратификация как одно из условий развития гражданского общества**

Понимание необходимости развития гражданского общества в целом, так и развития его экономических основ являются существенными условиями повышения уровня благосостояния населения. Формирование гражданского общества обусловлено системой как экономических, так и политических, социальных, культурных факторов. Степень влияния гражданского общества на параметры эффективности национальной экономики во многом зависит от сформировавшейся системы ценностных убеждений субъектов рыночной экономики. Экономические институты гражданского общества в Республике Беларусь оказывают существенное влияние на экономическую политику государства и обуславливают достаточно противоречивое влияние на уровень как экономической, так и социальной эффективности национальной экономики.

Характеристики параметров социально-экономических институтов гражданского общества оказывают существенное влияние на экономический потенциал гражданского общества. Объективно существующие проблемы в развитии национальной экономики Республики Беларусь определяют необходимость характеристики условий развития экономических основ гражданского общества.

Экономические базовые ценности рыночной экономики определяют формирование рационального экономического поведения. Институт частной собственности, являясь основополагающим институтом рыночной экономики, является и одним из экономических основ развития гражданского общества. Институты наемного труда, конкуренции, возрастания прибыли обуславливают формирование стимулов для достижения постоянного улучшения субъектами экономических отношений своего материального положения и способствуют реализации параметров рационального экономического поведения.

Как представляется, система экономических ценностей, определяющая параметры белорусской экономической культуры, включает такие ценности как духовность, понимаемая как антипод материальным интересам, коллективизм, понимаемый, как противовес эгоистическому поведению, а также стремление к справедливости, понимаемой как уравнительность или равенство результатов.

Достаточно очевидно, что развитие гражданского общества обусловлено сформировавшимися стереотипами экономического поведения. Национальный экономический менталитет, включающий системное представление о рыночной экономике, роли института частной собственности как средств эффективного развития национальной экономики может стать су-

щественным фактором экономического роста. Патерналистская модель экономического поведения, как представляется, не соответствует параметрам постиндустриального общества. Социальной рыночной экономике присущ образ человека, стремящегося к индивидуальной самореализации, и зависящего от солидарности.

В развитом гражданском обществе значительная часть населения являются частными собственниками, при этом самым многочисленным становится средний класс. Разнообразие форм частной собственности предопределяет необходимость формирования и развития гражданского общества.

Оценки роли такого экономического образования, как средний класс, в развитии гражданского общества зависят от выбора критериев его идентификации. Признаки идентификационного пространства среднего класса, а именно, образование, профессия, доход, самоидентификация в качестве представителя среднего класса, степень адаптации к складывающимся социально-экономическим условиям, во многом взаимообусловлены. Условиями для эффективной деятельности субъектов среднего класса являются обладание ими совокупностью человеческого, экономического и социального капитала. Параметры структуры денежных доходов населения показывают, что существенным элементом данной структуры является оплата труда, удельный вес которой остается практически неизменным, как в 2019 г., так и в 2021 году, соответственно, 64,4% и 65,2% [1, 122]. Удельный вес доходов от собственности также остается относительно неизменным (4,6% в 2019 г. и 4,4% в 2021 г.). Денежные доходы, определяемые как один из существенных параметров уровня жизни, являются и показателями для оценки экономической стратификации. Анализ данных показывает, что белорусской экономике, как следствие сложившихся параметров экономического поведения, присущи уравнивательные механизмы распределения. Коэффициент Джини был равен 0,272 в 2019 г., в 2021 г. – 0,276. Уровень квинтильного коэффициента дифференциации доходов населения составлял 4,0 в 2019 г. и 4,1 в 2021 г. [1, 132]. Выше бюджета прожиточного минимума в 400% и более среднедушевые располагаемые ресурсы были у 9,7% населения в 2019 г., у 11,3% - в 2021 г. Ниже бюджета прожиточного минимума среднедушевые располагаемые ресурсы были у 5% населения в 2019 г., у 4,1% - в 2022 г. [1, 133].

Одним из критериев эффективности государственной экономической политики, имеющей целью достижение высокого уровня социально-экономического прогресса, должно быть формирование условий развития среднего класса. Взаимодействие системы государственных институтов и формирующихся институтов гражданского общества может и должно способствовать росту, как уровня, так и качества жизни.

1. Статистический ежегодник, 2022 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/da7/2ofs6kwxniibet4h4icu0kdltuoiropo8.pdf> / - Дата доступа: 20.11.2022.

*Агеенкова Екатерина Кузьминична*  
кандидат психологических наук, доцент,  
Академия последипломного образования

## **К вопросу полемики о принадлежности к буддизму центров Карма Кагью, созданных О. Нидалом**

Чтобы решить вопрос о принадлежности к буддизму многочисленных организаций Карма Кагью, созданных датчанином О. Нидалом, необходимо ответить на ряд вопросов:

1. Какова специфика передачи религиозной традиции в буддизме. В первых, не все специалисты считают буддизм религией. С другой стороны, в буддизме имеется специфическая форма передачи вероучительной и культурной традиции, которая заключается в наличии как передачи основ вероучения практикующим буддистам-мирянам, так и передачи монашеской традиции, т.е. тантры – религиозной составляющей буддизма [6]. Содержание передач буддистских вероучений и практик определяет статусы и ранги многочисленных лам [2].

2. Какая форма буддистской традиции была передана О. Нидалу. В своем письме на имя королевы Дании Маргреты Его Святейшество Шестнадцатый Гьялва Кармапа, который в семидесятые годы прошлого столетия являлся духовным главой и «Держателем Традиции» линии тибетского буддизма Карма Кагью, подтверждал статус О. Нидала и его жены Х. Нидал как обучающихся лам с правом создавать «центры медитации» [4, 15-16], что свидетельствует о передаче школьной (мирской) традиции в составе буддийской линии Карма Кагью. Вначале созданные О. Нидалом и его женой Х. Нидал центры функционировали как общественные объединения. В 1988 г. в Дании ими было зарегистрировано религиозное объединение «Карма Kadju Skolen» («Школа Карма Кагью»). Такая форма регистрации указывает на то, что, несмотря на ряд дополнительных посвящений [4], организация О. Нидала находится в статусе школы, функционирующей в рамках традиции Карма Кагью. На это указывает и сайт Российской ассоциации буддистов Алмазного пути традиции Карма Кагью, где отмечено: «Лама Оле Нидал основал около 700 мирских центров Алмазного пути школы Карма Кагью в 60 странах европейской культуры» [5].

Какой статус имеют организации Карма Кагью в России. При этом на сайте этой организации отмечено, что в России данное объединение «является традиционной религиозной организацией, объединившей буддийские центры Алмазного пути» [5].

Как же так могло получиться. В письме, подписанном в 1997 г. Кюнзигом Шамарпой Римпоче (следующий после Гьялвы Кармапы лама в духовной иерархии традиции Карма Кагью) указано, что российская ассоциация буддистов Карма Кагью поддерживает и развивает изначальную традицию Карма Кагью тибетского буддизма Махаяны. Однако при этом он отмечает, что проведение учений, практик и ритуалов с 13 века имело место также и

на территории России в рамках религиозных традиций калмыцких и бурятских племен в виде самостоятельной школы буддизма [3]. Помимо этого на сайте «Российской ассоциации буддистов Алмазного пути традиции Карма Кагью» размещена справка, согласно которой школа Карма Кагью, распространявшаяся среди калмыков с 13 века и прерванная из-за репрессий 30-х годов, восстановлена в России с помощью современных учителей Кагью. При этом он отмечает, что «в настоящее время Буддийскую школу Карма Кагью в России представляет централизованная религиозная организация «Российская Ассоциация Буддистов Школы Карма Кагью» [1]. Таким образом, согласно традициям тибетского буддизма эта ассоциация может рассматриваться как преемница калмыцкого и бурятского буддизма, относящегося к тибетской его линии.

Однако, несмотря на религиозный статус датской и российской организаций школы Карма Кагью, как показывает анализ документальных свидетельств, они осуществляют передачу только ее школьной традиции и не уполномочены передавать традицию тантры этой буддийской линии.

Какой статус имеют центры Карма Кагью в Беларуси. Не совсем убедительной выглядит претензия белорусской общины Карма Кагью на передачу их сообществу религиозной традиции этой линии буддизма. Глава линии Карма Кагью 17-й Кармапа Тринле Тхае Дордже в 2016 году направил письмо Уполномоченному по делам религий и национальностей Республики Беларусь (в документе «Совет по делам религий Беларуси») [9]. В нем представители белорусских центров обозначены как «ученики» («students»). При этом в нем нет указаний, что они могут осуществлять какую либо передачу традиций Карма-Кагью. Эти и другие факты указывают на то, что с формальной точки зрения белорусская община Карма Кагью не может претендовать на то, чтобы быть носителем религиозных (т.е. тантрических) традиций тибетского буддизма линии Карма Кагью.

Какова специфика распространения буддизма на Западе. Тибетский буддизм исторически был сформирован как «буддийская модель общества» [7, 302], т.е. как, например, этнические сообщества народов Тибета, Непала, Бурятии и др. Однако, как пишет Е. А. Островская, религиозные идеологи тибетской эмиграции создавали транснациональные буддистские общины, объединявшие конвертитов из разных этносов. Такая форма институционализации тибетского буддизма в глобальном пространстве была для них более привлекательной, в отличие от «смутной перспективы возрождения традиционных религий» Тибета в западных странах и в России [8, 15]. Таким образом, буддизм в западном обществе, перестав быть религиозным, превратился в часть его современного светского мировоззрения.

1. Китинов, Б. У. Письмо к.и.н. Б.У. Китинова о традиционности школы Карма Кагью, 1999 г.: Центр индологических и буддологических исследований при Институте Стран Азии и Африки МГУ / Б. У. Китинов. // Сайт «Буддизм алмазного пути» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.buddhism.ru/site/assets/files/1430/kitinov-2.pdf>. – Дата доступа: 29.04.2022.

2. Конгтрул Д. Отношения Учителя и ученика / Д. Конгтрул. М.: Ориенталия, 1999. – 260с.
3. Кюнзиг Шамарпа Римпоче. Письмо Кюнзига Шамарпы о Международной Ассоциации Буддистов Школы Карма Кагью, 1997 г.: To Whom It May Concern / Римпоче Кюнзиг Шамарпа. // Сайт «Буддизм алмазного пути» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.buddhism.ru/site/assets/files/1430/shamar1.gif>. – Дата доступа: 29.04.2022.
4. Нидал, О., лама. Верхом на тигре: Европейский ум и буддийская свобода / О. Нидал. – Ориенталия, 2012. – 690 с.
5. О нас // Сайт «Буддизм алмазного пути» [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://www.buddhism.ru/o-nas/>. – Дата доступа: 29.04.2022.
6. Островская, Е. А. Тибетский буддизм / Е. А. Островская. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2002. – 400 с.
7. Островская, Е. А. Российский буддизм в оправе гражданского общества // Двадцать лет религиозной свободы в России / Е. А. Островская. / под ред. А. Малашенко и С. Филатова. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2009. – С. 294-328.
8. Островская, Е. А. Буддийские общины Санкт-Петербурга / Е. А. Островская. – СПб.: Алетей, 2015. – 198 с.
9. The 17th Karmapa Trinley Thaye Dorjе (Письмо Уполномоченному по делам религий и национальностей Республики Беларусь от 17-го Кармапы Тринле Тхае Дордже). // Архив Уполномоченного по делам религий и национальностей при Совете Министров Республики Беларусь: Папка «Лузгин».

*Андреевко Анастасия Андреевна*

*магистрант, БИП-Университет права и социально-информационных технологий*

## **Основные задачи современного образования**

Образование – один из наиболее древних социальных институтов, основная функция которого заключается в приведении потенциальных возможностей деятельности человека в слаженную систему. Понятие «образовании» является многозначным. Его можно толковать как лик, картину, отображение или представление чего- или кого-либо, исходя из его корневого слова «образ». Согласно христианскому определению, по образу и подобию своему Господь сотворил Человека, поэтому задача образования заключалась в образовании в человеке образа Божьего и в помощи ему стать подобным этому образу

Достаточно глубоко и четко это понятие дано в определении Г. Гегеля, как «обретение образа Человеческого». С его точки зрения смысл образования – возвышение к духу, к свободе, в приведении единичности человека к всеобщности. Именно этот подход используется в научном дискурсе сегодня [1, 67].

Если ранее образование имело ценность независимо от того, что оно приносило человеку материально, то в настоящее время оно все чаще рассматривается как услуга. Это приводит к снижению его качества и еще большему влиянию деструктивных факторов на молодежь (безразличие к прошлому, настоящему и будущему своей страны). Образование должно помочь человеку в осмыслении того, что он является душой, отличной от

тела, т.к. душа вечна, а тело рано или поздно умирает. Значительное количество учреждений образования внушают такую точку зрения, что люди являются телами. Кроме того, в образовательном процессе больший упор делается на развитие профессиональных навыков, нежели на формирование личностных качеств. Все это приводит к подмене духовных ценностей материальными. Довольно часто поставленные цели достигаются не за счет знаний и добросовестно выполненной работы, а за счет изворотливости и ухищрений. Поэтому необходимо, одновременно с развитием профессионально-ориентированных навыков, больше уделять внимания формированию духовно-нравственного облика человека, его воспитанию. Ведь даже частичная утрата традиционных ценностей может привести к появлению кризисных явлений в обществе.

Составляющие образования (обучение, воспитание, развитие) невозможно разделить, т.к. эта попытка приведет к нарушению полноты и гармонии личности. Среди существующих видов воспитания духовно-нравственное разработано в наименьшей степени. Одна из причин этого – неоднозначная трактовка таких терминов, как нравственность и духовность, которые широко применяются для раскрытия различных явлений, происходящих и в самом человеке, и в обществе.

Понятие духовность – многогранно. Общеизвестно, что оно происходит от слова дух и означает внутреннее состояние и нравственные силы человека, которые связаны с его сознанием, мышлением и способностями.

Нравственность – общественно необходимый способ регуляции действий человека во всех сферах жизни, включая труд, быт и отношение к окружающей среде. Воспитание нравственности сегодня сводится к обучению нормам поведения, а необходимо формировать личность целостно: воспитывать человека мыслящим, добродетельным, милосердным, совестливым, верящим в возможность совершенства мира, людей и себя [3, 9].

Таким образом, нравственность и духовность не возникают сами по себе, это результат целенаправленного воздействия на человека внешних (семья, студенческий коллектив и др.) и внутренних (темперамент, интересы и др.) факторов. Потому у каждого молодого человека могут быть различные приоритеты собственных жизненных ценностей.

Отмечают следующие проблемы, которые сдерживают достижение высоких результатов духовно-нравственного воспитания: снижение роли семьи; приоритет материальных ценностей; низкая социальная активность молодежи; неопределенность духовно-нравственных ориентиров из-за воздействия средств массовой информации, а также чрезмерного доступа в интернет.

Каждый человек, для ощущения своей уверенности в мире, должен осознать свое место в нем, ибо заблудившийся – обречен на бессмысленное существование. Не факт, что ему по жизни встретится тот, кто сможет направить на верный путь и поможет отыскать приоритеты для формирования собственной системы ценностей. Обычно в подростковом и юношеском



возрасте проявляется стремление осуществлять все самостоятельно, не имея соответствующих навыков. Поэтому процесс духовно-нравственного воспитания наиболее эффективно осуществлять именно в этот период, когда появляется все больше вопросов, касающихся формирования мировоззрения, осознания ценностей окружающего мира и др. Благодаря созданию равновесия между реальным и воображаемым, человек сможет оценить себя и найти свое место в жизни.

В успешности образовательного процесса заинтересованы все: сами молодые люди, желающие быть успешными и востребованными в обществе и в профессии; родители, которые хотят, чтобы их дети стали счастливыми людьми, образованными и воспитанными; организации, успешность которых во многом зависит от наличия высококвалифицированных и ответственных социалистов; государство, которое в молодом поколении хотело бы видеть надежную и прочную опору страны, способную на равных участвовать в формировании интеллектуальной, технологической, культурной повестки глобального развития [2, 86].

Звеном между прошлым и будущим, помогающим молодежи сохранить и приумножить богатое духовное и материальное наследие, является именно преподаватель. Однако, довольно часто осуществляемая им воспитательная работа уходит на второй план, превращаясь только в проведение культурно-массовых мероприятий и в формальное составление отчетов. В результате этого в духовной сфере принижается роль истории, культуры, традиций, как важнейших факторов духовности. Поэтому преподавателю необходимо осознать самому и донести до молодежи идею, что духовность и нравственность – это основа развития личности, семьи, государства и всего общества.

Главная задача образования – возведение личности на достойный духовно-нравственный уровень, а только затем – приобретение человеком знаний и умений. Таким образом, учреждения образования должны отвечать не только за обучение молодежи, но и за становление ее личности.

---

1. Грехнев, В. С. Образование как социальный феномен и объект исследования // В. С. Грехнев / Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. - № 6 - 2010 - С. 66-78.

2. Кузнецова Е.В. Актуальность проблемы реализации духовно-нравственного воспитания в высшей школе // Е.В. Кузнецова / Дискуссия. - № 9 (83) - 2017 - С. 85-89.

3. Пантелеева, Н.Г. Формирование духовно-нравственного мира детей старшего дошкольного возраста на основе ознакомления с искусством портретного жанра : электронная монография / Н.Г. Пантелеева ; М-во образования Московской обл., Московский гос. Обл. ун-т, фак. Психологии. – Казань : Бук, 2019. – 76 с.

*Артёмов Роман Юрьевич, иерей*

*магистр психологии, магистр философских наук, преподаватель МинДА*

## **Священник в реанимации: практика духовной помощи**

Священник неизбежно сталкивается с необходимостью присутствовать в реальности реанимационных отделений. Оказание духовной помощи в реанимации имеет ряд особенностей, которые накладывают особую ответственность на священнослужителя. В данной статье мы постараемся рассмотреть данные особенности, также рассмотрим некоторые практические моменты, которые будут полезны священнику.

### **Виды реанимационных отделений**

Отделение реанимации (интенсивной терапии) представляет собой стационарное отделение в большом медицинском учреждении, либо при медицинском университете (в РБ реже встречается). Оно предназначено для оказания неотложной помощи, реанимации или интенсивной терапии пациентов. Отделение может быть общим, либо иметь специализацию по лечению определенных заболеваний или для новорожденных. В таком случае реанимационные отделения находятся на базе определенных больниц, госпиталей, РНПЦ и т.д.

Зачастую отделение реанимации является наиболее затратным для учреждения здравоохранения, ввиду материальной базы, медикаментов, специалистов и т.д. В среднем на 4-6 больных приходится врач-реаниматолог и 1 или 2 человека среднего медицинского персонала.

Отдельного внимания заслуживают реанимационные отделения в инфекционных больницах, а также реанимационные отделения так называемых "Красных зон". В таких отделениях действуют особые правила, как пребывания священника, так и его действий.

### **Основные правила пребывания священника в реанимационном отделении.**

Существуют основные правила, которые актуальны для большинства реанимационных отделений.

- Необходимо иметь при себе и надеть средства индивидуальной защиты (СИЗ). Для большинства реанимационных отделений - это шапочка, халат, бахилы, маска. (Важно! Халат, в большинстве случаев, одевается вперед сплошной частью и сзади завязывается, а не наоборот).

- Во всех реанимациях запрещено использование открытого огня (уголь, свечи и т.д.). Этот запрет объясняется тем, что в отделении находится оборудование с кислородом, который легко воспламеняется.

- Очень важно при входе в реанимационный бокс обработать руки. Правила обработки рук, следующие: сначала священник моет их с помощью дезинфицирующего мыла, вытирает, затем обрабатывает антисептическим раствором. Зачастую в реанимациях они локтевые, т.е. нажимаются локтем.

После выполнения этих простых правил, священник может спокойно выполнять то, для чего его пригласили: крестить, причащать, соборовать, исповедовать и т.д.

В реанимационном отделении "Красной зоны" мы сталкиваемся с необходимостью надевать полный комплект СИЗ, включая комбинезон, дополнительные бахилы, очки, респиратор. Для посещения данных отделений необходимо иметь одноразовый набор для совершения Таинств. Также важно ознакомиться с особенностями и последовательностью надевания всех элементов СИЗ. Это подробно изложено в специальном документе, который разработан Синодальным отделом по церковной благотворительности и социальному служению при Патриархе (<http://www.patriarchia.ru/db/text/5618000.html>). Первое посещение "Красной зоны", конечно, может смутить пастыря и вызвать определённый страх или неопределенность, но это не страшно, уже после второго и последующих посещений к нему придет уверенность в своих действиях. Приобретение данного опыта невозможно в отвлеченных условиях. Самое главное, находясь в реанимации "Красной зоны" не спешить, если священник в чем-то неуверен, или что-то не получается. Уже само по себе нахождение в СИЗ первый раз вызывает некоторое неудобство и священнику необходимо привыкнуть.

Особенность посещения реанимационного отделения в инфекционной больнице связана с тем, что там всегда есть риск заболеть различным спектром заболеваний (гепатит, ВИЧ, и т.д.). Каким образом это может произойти, через непосредственный контакт с человеком, при Исповеди, Причащении, Соборовании. Также очень важно помнить, что перед тем, как взаимодействовать с человеком, желательно уточнить о его состоянии у родственников или медицинского персонала отделения. Также после посещения реанимационного бокса обязательно обработать дезинфицирующим средством сосуды и иные принадлежности, которые использовались священником, если они не были одноразовыми.

При частом посещении инфекционных отделений, а также при контакте с людьми, которые болеют гепатитом или ВИЧ, желательно священнику регулярно сдавать анализ крови на выявление возможности заразиться данными заболеваниями, особенно это важно при наличии семьи у священника. В данном случае это не проявление маловерия или недоверия Богу, но забота о своем здоровье и здоровье своих близких.

### **Окормление персонала реанимационных отделений**

Одним из направлений духовной помощи является окормление медицинского персонала. Реальность реанимационного отделения достаточно сложная и острая. Врачам, медсестрам приходится постоянно сталкиваться с тяжелыми состояниями пациентов, болью и волнением родственников, смертью пациентов. Все это очень угнетает медиков и порой мешает эффективно выполнять свои обязанности. Присутствие священника рядом с ними

может благотворно сказаться на общем микроклимате отделения, а также улучшить их духовной и душевное состояние.

Священник может быть рядом в ситуациях смерти пациента. У медиков зачастую в первые часы и дни потери пациента развивается чувство вины, самоукорение за то, что возможно, не все было сделано, возможно, допущена ошибка. На этом этапе задача пастыря обсудить с человеком его переживания, опасения. Поговорить о чувстве вины. Помолиться за усопшего, если есть желание у медика. Подобный подход в оказании духовной помощи позволяет оперативно оказать необходимую помощь человеку, от работы которого зависят жизни многих пациентов. Порой медику достаточно сложно дать возможность работать эмоциям, запустить этот процесс. На это оказывает достаточно сильное влияние их профессия. В таком случае задача священника помочь человеку выразить свои эмоции, вложить их в молитве к Богу. Такой способ очень эффективно действует, т.к. врачу или медсестре проще выразить свои чувства в обращении к Тому, кого он не видит, нежели человеку.

Сложность зачастую вызывает общение с родственниками пациентов, находящихся в реанимации. Они находятся в шоковом или просто в кризисном состоянии и их восприятие реальности искажено моральными и душевными переживаниями за близкого человека. В таких ситуациях священник может, при отсутствии протеста со стороны родных, присутствовать во время общения с медиками. В таких ситуациях, как показала практика, общение становится более эффективным и продуктивным, как для медицинского персонала, так и для родственников пациента. Во время общения, священник может быть связующим звеном между двумя сторонами.

**Отдельно следует рассмотреть общение с родственниками пациента в момент принятия диагноза или состояния пациента.**

Самым сложным чувством, с которым пастырю приходится сталкиваться при обсуждении диагноза, это бессилие. Родные пациента просто погружаются в это состояние. Они не могут повлиять на диагноз, на лечение, на состояние близкого человека. Все это делает для них принятие диагноза достаточно сложным. На этом этапе начинают появляться попытки найти источник этой несправедливости. Вопросы: за что и почему? Далее может следовать попытка "выторговать" изменение ситуации. Нередки обращения к гадалкам, целителям, экстрасенсам. На этом этапе также часто обращаются к священнику, рассматривая его на уровне шамана, который может сотворить чудо. В подобной ситуации священнику необходимо правильно и четко объяснить родным пациента свою роль и возможности.

Очень опасны различного рода манипуляции, которые в богословской среде принято называть младостарчеством, либо лжестарчеством. Конечно, люди в данной ситуации очень восприимчивы и задача священника не играть на этой готовности слушать все и беспрекословно принимать. Это также касается попыток воцерковления людей, используя их состояние. Как показывает практика, такого рода воцерковление заканчивается на этапе

ухудшения состояния пациента. Религиозное чувство начинает замещаться разочарованием в Боге, вере и во всем, что они делали до этого. Одним из самых правильных подходов в данной ситуации является активное присутствие в жизни людей, которое может выражаться в желании выслушать, разделить боль, переживания, опасения; в создании ощущения поддержки.

Эмпатичное присутствие в жизни людей, которые находятся в кризисной ситуации, зачастую является одной из самых действенных форм дальнейшего воцерковления людей, их погружения в духовную жизнь и жизнь в лоне Церкви.

### **Заключение**

Присутствие священника в реальности отделения интенсивной терапии (реанимации) является достаточно важным аспектом оказания духовной помощи пациентам и их родственникам. Востребованность данной помощи общество и медики особенно ощутили во время пандемии Covid-19. Священник в реанимациях грязных зон порой был очень востребован, чтобы успокоить пациентов, совершить необходимые Таинства, пообщаться с медиками, снять напряжение в общении персонала с родными пациента. Конечно, духовная помощь имеет определенные различия в зависимости от специфики отделения интенсивной терапии. Однако, есть общие принципы, которые необходимо знать священнослужителю переступая порог реанимации.

1. Архипова, О.В. Работа с терминальными больными в пансионатах общего типа и психологическое приготовление к смерти. Тяжелые потери и психологическое сопровождение в поздней жизни / О.В. Архипова. - М., 2006. – 64с.

2. Арьес, Ф. Человек перед лицом смерти / Ф. Арьес // Пер. с франц. - М.: «ПрогрессАкадемия», 1992. - 527 с.

3. Ахмедова, О.С. Качество жизни пациентов с хронической обструктивной болезнью легких / О.С. Ахмедова // Педагогика и психология, теория и методика обучения. СПб., 2012. – С. 266-271.

### ***Базылева Полина Александровна***

*аспирантка БГУКИ, преподаватель кафедры народно-песенного творчества и фольклора БГУКИ*

## **Музыкальное искусство и молитва в белорусской армии (к постановке проблемы)**

Культура современного белорусского общества стремительно осваивает традиции, которые в советское время были не востребованы. Несомненно, что развитие белорусского общества в третьем тысячелетии должно протекать в той системе координат, в которой оно функционировало в благоприятные для себя исторические периоды.

В мирное время для подготовки армейского состава применяют различные средства и формы обучения (тактической, спортивной и идеологической направленности). Важное значение имеет духовное и культурное воспитание военнослужащих. В выходные и праздничные дни личный со-

став посещает музеи, театры, концерты. Но главным все больше и больше становится посещение богослужений – в соответствии с вероисповедованием каждого военнослужащего. На территории крупных воинских частей располагаются часовни, храмы (преимущественно, православные), а также уголок духовного воспитания личного состава, куда может прийти любой служащий для молитвы. В военное время самым важным становится духовный компонент жизни военнослужащего. В таких обстоятельствах армия обеспечивается мобильными средствами обеспечения личного состава средствами для молитвы и совершения богослужения [1, 159].

Однако, очень важным для поддержания оптимизма, позитивного отношения к жизни и обязанностям является искусство, особенно музыкальное. Музыка присутствовала в армии всегда, воодушевляя воинов на подвиги, помогая расслабиться после выполнения боевых задач. Этот исторический факт зафиксирован в нарративных источниках, и наглядно отражен в кинематографе. Например, в фильмах «Гусарская баллада» (режиссер Э. А. Рязанов, песня «Давным, давно» музыка Т. Н. Хренникова, слова А. К. Гладкова), «На войне как на войне» (режиссер В. И. Трегубович, русская народная песня «На поле танки грохотали»), «Во имя Родины» (режиссеры Д. И. Васильев и В. И. Пудовкин, русская народная песня «Соловей, соловей, пташечка») и многие другие.

В каждом современном воинском подразделении существует оркестр, целью творчества которого является воодушевление и сплочение служащих. Военное музыкальное искусство берет свое начало, в период зарождения обрядовости. Духовые и ударные инструменты – дудки и свирели, рога и флейты, трубы и барабаны сопровождали военные походы, сражения и победные торжества [3, 5]. В русской армии в XVIII в. в штат каждого полка были введены небольшие духовые оркестры (хоры), состоявшие из малых флейт, гобоев, труб и малых (военных) барабанов.

В военных оркестрах исполняется музыка, написанная для движения войск, в основном, маршевая. Это музыка и анонимных авторов, а также произведения великих русских композиторов М. Глинки, А. Алябьева, П. Чайковского, Н. Римского-Корсакова и других. Большой вклад в процесс формирования современного военно-музыкального искусства внёс композитор и главный дирижер советской армии С. А. Чернецкий, написавший около 100 строевых маршей, патриотических песен, фантазий, вальсов [2, 5].

О внутреннем сходстве военной и духовной музыки говорил Главный военный дирижер России, композитор, начальник ансамбля и художественный руководитель Академического ансамбля песни и пляски Российской Армии имени А. Александрова В. Халилов, который погиб в 2016 г. вместе со всем личным составом, направляясь в Сирию для выступлений. В своем произведении для военного оркестра и хора «Генерал Милорадович» В. Халилов использовал молитву, по поводу чего дирижер говорил: «Такого аналога нет. И если послушать марш внимательно, можно вообразить ... молебен перед боем, и возвращение этих русских воинов» [1]. Композитор, бу-

дучи глубоко верующим человеком использовал для своего произведения слова Евангелия, посвященные «нашим воям» [там же].

Многие дирижеры полюбили это произведение, несмотря на достаточно сложный формат для исполнения (в исполнении участвует хор, который не входит в состав военного оркестра). Это произведение – марш В. Халилова «Генерал Милорадович» входит в репертуар Образцово-показательного оркестра пограничной службы Республики Беларусь под управлением главного военного дирижера С. Полчобота. Ежегодно оркестр выступает на территории многофункционального комплекса «Дом Милосердия», где исполняет это произведение. Образцово-показательный оркестр пограничной службы Республики Беларусь не единственный военный оркестр в Беларуси, который включает в свой репертуар произведения с молитвенным текстом. Например, Академический ансамбль песни и танца Вооруженных Сил Республики Беларусь под управлением главного дирижёра Д. Наумовича исполняет вокально-хоровое произведение Валерия Коропа «Велики и чудны дела Твои, Господи».

Искусство, религиозность, стремление к высоким духовным идеалам оказывают глубокое созидательное воздействие на развитие личности, являясь укрепляющим фактором нашего общества.

1. Густова-Рунцо, Л. А. Православная певческая практика Беларуси (типология и исполнительские стили): монография / Л.А. Густова-Рунцо ; М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств // Минск: БГУКИ, 2018. – 396 с.
2. Зисман, В. А. Путеводитель по оркестру и его задворкам / В. А. Зисман. – Москва : Издательство АСТ, 2018. – 410 с.
3. Пенчук, Б. М. Дирижеру духового оркестра / Б. М. Пенчук., 2-е изд., доп.: Учебное пособие. – Минск.: БГАМ, 2003. – 113 с.
4. Халилов, В.: «Не понимаю, как можно не любить Церковь» [Электронный ресурс] / В. Халилов. – Режим доступа: <https://www.pravmir.ru/valeriy-halilov-ne-ponimayu-kak-mozhno-ne-lyubit-tserkov/>. - Дата доступа: 02.12.2022.

***Безуглая Виктория Александровна***

*к.э.н., доцент, кафедра экономики и менеджмента, БИП -университет права и социально-информационных технологий*

## **Нейромаркетинг как инструмент управления потребностями в обществе потребления**

В современном обществе, которое характеризуют как «общество потребления», в процессе принятия решения о покупке того или иного товара и осуществлении потребительского выбора всё большее значение имеет не удовлетворение безграничных потребительских потребностей, а получение потребителем определённого набора чувств и эмоций, связанных с обладанием конкретным товаром или услугой.

Обществу потребления свойственны определённые особенности, лежащие в основе потребительского выбора, а именно:

- определяющее значение решений, принимаемых не самими потребителями, а авторитетными для них личностями к которым относятся «лидеры мнений», представители определённой «референтной группы», к которой потребитель относится или желает относиться;

- эффект «дофаминовой петли», характеризующей радость предвкушения, то есть, ситуация когда ожидание получения определённого товара или услуги, имеет большее значение, чем последующий факт обладания ими;

- завышение потребительской ценности брендов, что автоматически увеличивает значимость внутренних коммуникационных эффектов как краткосрочного, так и долгосрочного характера;

- «избалованность выбором», которая заключается в сложности осуществления выбора из-за чрезмерного предложения со стороны производителей и перегруженности информацией, что в конечном итоге приводит к внутреннему конфликту и как итог, отказу от товара или услуги вообще;

- «когнитивные искажения» такие как: искажение внимания под влияние доминирующих раздражителей, «эффект присоединения», то есть принятие точки зрения большинства независимо от собственного мнения, предпочтение информации, подкреплённой конкретными цифрами.

Исходя из вышеизложенного, проведение маркетинговых исследований потребителей и их поведения в условиях общества потребления традиционными способами является достаточно затруднительным и неэффективным. Потребитель не всегда сам может обоснованно и достоверно пояснить причину того или иного принятого потребительского решения, что свидетельствует о том, что выбор произошел на уровне его подсознания. В этих условиях актуализируется нейромаркетинг, как направление, изучающее влияние иррациональных факторов, то есть не связанных с конкретной потребительской выгодой, на конечный выбор.

Объектом изучения в нейромаркетинге является реакция мозга потребителя на различные маркетинговые раздражители и коммуникации. Концепция нейромаркетинга активно разрабатывалась на протяжении длительного периода психологами Гарвардского университета в 1990-х гг. Она базируется на утверждении, что за мыслительную деятельность человека и его эмоции на 90% отвечает подсознательная, т. е. неконтролируемая сознанием область мозга. Это дает возможность манипулировать данной областью в целях внедрения в сознание людей нужных реакций. Никто из потребителей не желает стать объектом манипуляций, но поскольку массовое сознание мыслит стереотипами, то любое отклонение от стереотипа вызывает у потребителя «эффект трения», поскольку мозг воспринимает новую информацию не сразу. [1].

Среди популярных инструментов, используемых в нейромаркетинге можно выделить 3 основные группы:



1. Психографические исследования, включающие анализ косвенных признаков за исключением мозга [2].

2. Изучение непосредственных мозговых реакций с помощью современных радиологических средств, таких как функциональная магнитно-резонансная томография, электроэнцефалография, магнитоэнцефалография и другие.

3. Триггеры, основанные на генетической памяти и использующие для воспроизведения информации зрение, обоняние, слух, вкус, осязание, привлекательность.

Современных инструментов в нейромаркетинге достаточно много, изучив более детально все особенности, преимущества и сложности их применения можно получить фундамент для повышения понимания различных эффектов, согласно которым люди принимают потребительские решения, что в перспективе позволит повысить эффективность результатов в маркетинге и бизнесе, делая эти решения максимально оптимальными для потребителя.

Многие учёные отрицают эффективность нейромаркетинга, считая, что данное научное исследование, направленно исключительно на манипулирование сознанием потребителя, а именно принуждение его к определённому выбору. Несмотря на это, опыт многолетних исследований позволяет утверждать, что в современном обществе нейромаркетинг уже занимает значимое место и игнорирование его значения может привести к некорректности и недостаточной добросовестности его использования. Основная задача маркетологов на современном этапе не манипулировать, а помочь потребителю сделать правильный выбор основываясь на внутренних чувствах и ощущениях, нивелируя отрицательные эффекты общества потребления.

В настоящее время нейромаркетинг является эволюционным направлением развития в сфере маркетинга. Нейромаркетинг позволяет глубоко изучить и понять реакцию потребителей еще задолго до момента совершения ими потребительского выбора, что делает маркетинг и работу маркетологов эффективнее.

---

1. Байбардина, Т.Н. Психология потребителя: учеб.пособие / Т.Н. Байбардина, Л. В. Мищенко, О. А. Бурцева. - Гомель: учреждение образования «Белорусский торговко-экономический университет потребительской кооперации», 2018. - 332 с.

2. S. Aishwarya and Dr.K. Malik Ali. Neuromarketing and neuroethics– an emerging trend on evaluation of emotional responses of consumers to marketing stimuli // International Journal of Innovative Research in Management Studies (IJIRMS). 2017. T.1, N12. P.27–30.

**Белюсов Константин Юрьевич**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и планирования социально-экономических процессов Санкт-Петербургского государственного университета*

## **Корпоративная социальная ответственность российских компаний: формирующиеся тренды в области устойчивого развития**

Современный российский бизнес активно включился в повестку корпоративной социальной ответственности (КСО) и устойчивого развития. Российская модель корпоративной социальной ответственности значительно отличается от других, поскольку отечественная экономика прошла через четыре волны трансформаций, макроэкономических и политических вызовов: мировой экономический кризис (2008), первый этап санкционного давления (2014), пандемию коронавируса COVID-19 (2020-2022) и второй этап санкционного давления (2022) со стороны стран коллективного Запада. Каждая новая трансформационная волна по-новому расставляла акценты и приоритеты в системе запросов и ожиданий заинтересованных сторон российского бизнеса, усиливая одни опасения и уводя на второй план другие.

Среди существующих трендов в области корпоративной социальной ответственности можно выделить следующие. Это постоянное расширение круга российских компаний, разделяющих принципы корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, и географии их присутствия. Следует также отметить рост разнообразия форм реализации КСО, превалирование системного, управленческого и стратегического подходов к социальной ответственности бизнеса. В последние десятилетие активно формировались тренды, связанные с расширением предмета КСО, ориентации компаний на Цели устойчивого развития ООН, а также интеграции принципов и целей устойчивого развития в деятельность компаний и их корпоративное управление. Происходило переосмысление ответственности бизнеса в связи с форсированной цифровизацией, особенно сильно ускорившейся в России в период ковидных ограничений. Актуальным вопросом, который продолжает обсуждаться, остается КСО как альтернатива государственному регулированию в области социальной политики и роль бизнеса в создании общественных благ.

Заметное влияние на КСО российских компаний и международных бизнес-организаций, продолжающих работу в России, оказывает повестка в области устойчивого развития. Так, например, бизнес стал активно руководствоваться ESG-принципами инвестирования, которые выступают как инструмент оценки инвесторами инвестиционных проектов и компаний с позиций триединого, интегрированного подхода- по трём группам параметров: экологическому, социальному, управленческому направлениям. Влияние ESG-принципов на корпоративную деятельность и стратегическое планирование происходит по следующим причинам:

- отмечается рост инвестиционной привлекательности компаний с высоким ESG-рейтингом;
- осуществляется учет ESG при выдаче кредитов «зелеными банками»;
- «зеленые облигации» выступают как новый инструмент привлечения инвестиций;
- на Московской бирже введены новые индексы, связанные с устойчивым развитием.

Инвесторы всё меньше поддерживают компании с низким ESG-рейтингом и начинают избегать компаний, деятельность которых связана с экологическими рисками и крупными денежными потерями [1]. Ряд исследований (например, французской инвестиционной компании Amundi) показывает, что отмечается позитивная связь между инвестированием в компании с высоким ESG-рейтингом и доходностью ценных бумаг. ETF-фонды или зеленые инвестиционные фонды все активнее отслеживают и инвестируют в ценные бумаги бизнес-организаций, соответствующих принципам ESG. Так например поступает фонд iShares MSCI Global Impact ETF (SDG), в портфеле которого более ста компаний, разделяющих принципы и цели устойчивого развития и реализующих зеленые проекты.

Банки учитывают ESG-рейтинг при выдаче кредитов. Ориентируясь на ESG-рейтинг, «зеленые банки» могут не выдать кредит организации или предложить его по повышенной ставке. «Зеленые банки» это финансовые учреждения, руководствующиеся в своей инвестиционно-кредитной и депозитной политике принципами ESG. ESG-рейтинги в свою очередь формируют такие независимые исследовательские агентства, как Bloomberg, S&P Dow Jones Indices, JUST Capital, MSCI, Refinitiv, Corporate Knights и многие другие.

Еще одним важным фактором, ускорившим интеграцию принципов и целей устойчивого развития в корпоративную деятельность и управление, стали «зеленые облигации» или «зеленые бонды». Это облигации, которые выпускаются для финансирования «зеленых» проектов. Международная ассоциация рынков капитала (International Capital Markets Association, ICMA) сформулировала основные принципы зеленых облигаций – Green Bond Principles (GBP), рекомендованные к соблюдению эмитентами ценных бумаг такого типа [2]. Принципы зеленых облигаций предусматривают несколько возможных направлений проектов, которые могли бы позволить им считаться «зелеными» – способствующими достижению целей устойчивого развития (таких как смягчение последствий изменения климата, сохранение природных ресурсов, сохранение биоразнообразия, а также предотвращение и контроль загрязнения).

21 сентября 2021 года Правительство Российской Федерации утвердило критерии зеленых проектов (проектов в области устойчивого). Выработанная система таксономии устойчивых проектов представлена двумя разделами: таксономия проектов, признаваемых зелеными в соответствии с мировой практикой и так называемая «таксономия адаптационных проек-

тов», в перечень которой входят «адаптационные проекты», не признаваемые зелеными в соответствии с мировой практикой, но направленные на адаптацию российской экономики к изменению климата и вносящие вклад в развитие страны. Так, согласно российскому законодательству зелёный проект может осуществляться в таких сферах, как обращение с отходами, энергетика, строительство, промышленность, транспорт, водоснабжение, сельское хозяйство, сохранение биоразнообразия и окружающей среды. По каждому направлению сформирован ряд качественных и количественных критериев соответствия. Так, например, атомная энергетика в России относится к категории адаптационных (полужеленых) проектов, что в странах Европейского союза практически невозможно.

Примеров зеленых проектов, осуществленных на территории Российской Федерации за счет размещения зеленых облигаций, немного. В Санкт-Петербурге к таким относится частный трамвай «Чижики», реализованный в формате концессионного соглашения, рассчитанного на тридцать лет. Источниками финансирования частной трамвайной системы в Красногвардейском районе города послужили 2,9 млрд рублей из бюджета города Санкт-Петербурга, а также 12,4 млрд рублей финансирования, полученного за счет размещения зеленых облигаций. Вторым примером являются «зеленые бонды Москвы». Столица России стала первым регионом России, выпустившим зелёные облигации в соответствии с принципами Международной Ассоциации рынков капитала (ICMA). Средства от размещения зелёных облигаций направляются на реализацию зеленых проектов – строительство четырех станций метро и покупку электробусов производства «Камаз» (которых, по состоянию на конец 2022 года, закуплено и эксплуатируется более тысячи).

В апреле 2019 Московская биржа ввела два индекса устойчивого развития – «Ответственность и открытость» (MRRT) [3], который в настоящее время включает 27 компаний, и индекс «Вектор устойчивого развития» (MRSV) [4], включающий 25 компаний. В индексы попадают компании, наиболее полно раскрывающие в отчетности информацию по вопросам устойчивого развития.

Подводя итог, необходимо отметить, что влияние повестки устойчивого развития на КСО российских компаний продолжает усиливаться. От того разделяет ли бизнес принципы устойчивого развития начинает зависеть его инвестиционная привлекательность, доступность заемных средств, способы привлечения инвестиций и, в конечном счете, деловая репутация. Бизнес вынужден ориентироваться на социально-значимые и углеродно-нейтральные проекты, добиваясь лидерства в своей отрасли. Трансформация корпоративной социальной ответственности продолжается, что, возможно, позволит бизнесу начать решать социальные, экологические и экономические проблемы общества быстрее и эффективнее, чем это делало бы государство, лишенное поддержки со стороны частных предпринимательских структур.

1. How will ESG performance shape your future? // Climate Change and Sustainability Services (CCaSS): Fifth global institutional investor survey (July 2020) URL: [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en\\_gl/topics/assurance-pdfs/ey-global-institutional-investor-survey-2020.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/assurance-pdfs/ey-global-institutional-investor-survey-2020.pdf) (дата обращения: 01.12.2022).
2. The Green Bond Principles 2021 (GBP with June 2022 Appendix 1) // International Capital Markets Association URL: [https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/Translations/Russian-GBP\\_2021-06v2-100222.pdf](https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/Translations/Russian-GBP_2021-06v2-100222.pdf) (дата обращения: 01.12.2022).
3. Индекс «Ответственность и открытость» (MRRT) // Московская биржа URL: <https://www.moex.com/ru/index/MRRT/constituents/> (дата обращения: 01.12.2022).
4. Индекс «Вектор устойчивого развития» (MRSV) // Московская биржа URL: <https://www.moex.com/ru/index/MRSV/constituents/> (дата обращения: 01.12.2022).

*Ван Мэнжун*

*аспирантка, Белорусский государственный университет культуры и искусств*

## **Генезис художественного текста европейской музыкальной культуры**

В основе создания и развития западноевропейской музыкальной культуры лежал средневековый григорианский хорал, или григорианское пение. Григорианское пение имеет огромное художественное значение в истории западной музыки, а его музыкальные элементы послужили не только источником многих композиций западных музыкантов, но и источником развития европейской и религиозной, и классической музыки [3, 18].

В IV в н.э., когда христианство перешло от скрытого к публичному провозглашению, его учение начало быстро распространяться по Европе. Появились новые элементы в христианской литургии, которая из первоначального беспорядочного состояния (случайный набор песнопений) превратилась в стандартизированное, унифицированное и усовершенствованное богослужение. Отметим, что церкви, развивавшиеся в разных частях света, разработали свои собственные местные формы поклонения и литургической музыки [1, 12].

В конце VI в н.э. Святой Престол (Ватикан, Рим) разработал новую музыку песнопений, основанную на религиозной литургии своего региона, включив в нее элементы народной музыки Древней Греции, Израиля и других регионов.

На заре развития музыки песнопений не существовало письменных партитур, и обучение велось из уст в уста. Поэтому в песнопениях, которые были принесены из Рима в Галлию в начале ее распространения, были только слова, но не было мелодии. Для того чтобы французы могли использовать и изучать этот римский напев, они стали привозить из Рима большое количество профессиональных певцов и создавать певческие школы для подготовки церковных профессионалов-певцов. В период правления Карла Великого активизировалось создание музыкальных школ для подготовки церковных музыкантов [4, 174]. Кроме того, для развития академического образования император Карл Великий пригласил знаменитого англо-

сакского ученого Алкуина (735–804 гг.) на должность главы Дворцовой школы (Палатинской академии) в Ахене. Кроме реформы образования Алкуин руководил литургической реформой, выполнив систематизацию литургических песнопений и нотировал их, чтобы обеспечить певцов единой мелодической трактовкой текстов [2, 23]. Таким образом, нотация вокальной музыки развилась в Галлии раньше, чем в Риме. Римская церковная песенная музыка была привнесена в Галлию через устную традицию, и по мере ее развития на новой почве элементы галльской литургической музыки неизбежно включались в римскую песенную музыку. Это привело к развитию нового вида церковной вокальной музыки – григорианского песнопения, который получил название григорианского хораля.

Основная функция григорианского хораля – озвучивание литургических текстов и подчинение литургической последовательности. Мелодика григорианского хораля – торжественная и сдержанная, исключая в максимально возможной степени мирские чувственные желания. Наиболее общими чертами григорианского хораля являются монофоническая форма без сопровождения вокального (мужского) пения, использование латинского языка, импровизационный стиль без явных метрических особенностей, а также тот факт, что оно основано на натуральном (диатоническом) звукоряде. Тексты григорианского песнопения взяты в основном из Библии, конкретно, из книги Псалмов, а музыка подчинена мелодии. Диапазон григорианских песнопений узкий, мелодическое движение – речитация (повторение одного тона для вокального произнесения текста) и поступенное, в объеме терции, изредка бывают скачки на кварту или квинту [8, 65].

Можно выделить четыре вида григорианского пения: сольное, хоровое унисонное, хоровое антифонное (когда хор разделяется на две части и перекликается друг с другом) и хоровое респонсорное (когда хор повторяет за солистом отдельные фразы) [5, 44]. Различные стили пения определяются жанрами песнопений, закрепленными за определенной частью службы.

Пение христианской литургии в целом состоит из двух видов вокализации. Первый – это музыкальная декламация, или псалмодирование – набожный, монотонный, полупевческий, полускандирующий вокальный стиль, в котором мелодичность не очень заметна. Второй – сакраментальный, с повышенной мелодичностью вокальный стиль, подчеркивающий торжественность песнопения [6, 86].

В зависимости от сочетания мелодии и текста, литургические песнопения можно разделить на три исполнительских стиля, используемых в различных контекстах богослужения.

1) Силлабический стиль – одному слогу текста соответствует один тон мелодии, как правило, с узким диапазоном.

2) Невматический стиль – одному слогу текста соответствует от двух до пяти или даже больше тонов мелодии. Невматический стиль мелодичнее силлабического вокального стиля. В православном богослужении в невматическом стиле распевается большая часть стихир знаменного распева.

3) Мелизматический стиль – одному слогу текста соответствует одна мелодическая фраза, содержащая, от десяти до пятидесяти или шестидесяти нот. Характеризуется витиеватым оформлением.

Григорианский хорал в процессе своего развития стал ассоциироваться с устоявшимися музыкальными жанрами, наиболее важными из которых являются псалом, антифон, гимн.

Псалом – это самая древняя форма песнопения, которая обычно исполняется на основе библейских псалмов. Псалом с течением времени приобрел следующую певческую формулу: он обычно начинается короткой мелодией, его основная часть строится на статичном тоне песнопения (музыкальная декламация), часто завершаясь каденцией, которая служит переходом к следующему напеву, который следует непосредственно за псалмом.

Гимны – очень древний жанр и стиль хорового пения, привнесенный из Византии святым Амвросием, архиепископом Медиоланским (Миланским), используемая только в ежедневной литургии. Гимны имели метрические особенности пропевания слогов текста.

Антифон – строфа, добавляемая перед и после пения определенного псалма, названная так из-за попеременного пения. Позже она была отделена от Псалтыри и превратилась в отдельный певческий отрывок, который используется на мессе и в ежедневных богослужениях [7, 110].

Часто используется такая форма исполнения как респонсорное пение. Это исполнение солистом и повторение хором какого-то небольшого песнопения, например, «Аллилуйя» после чтения Священного писания.

Таким образом, в западноевропейской средневековой литургической культуре получили основание и были развиты вокальные исполнительские стили, формы и жанры, которые в дальнейшем приобрели развитые профессиональные формы.

1. 王大炎.西方音乐评价.广州:暨南大学出版社,2012年共229页. = Ван Даян. Оценка западной музыки / Ван Даян. – Гуанчжоу: Китай, Издательство Цзинаньского университета, 2012. – 229 с.
2. 王家言.一朵永不凋零的花——格里高利圣咏[J].北方音乐,2018年第38期:第23-23页. = Ван Цзянь. Цветок, который никогда не увядает - григорианский песнопение / Ван Цзянь. // Музыка на Севере. - 2018. - № 38. - С. 23.
3. 丁牧主编.世界音乐的历史[M].北京:中国商务出版社,2018年共217页 = Дин Му. История мировой музыки. / Дин Му. – Пекин: Китай, Китайская деловая пресса, 2018. – 217с.
4. 邓欢欢.中世纪格列高利圣咏溯源[J].音乐创作,2018年第2期:第174-176页. = Дэн Хуанхуан. Проследить истоки средневекового григорианского пения / Дэн Хуанхуан // Музыкальная композиция. – 2018. – № 2. – С. 174–176.
5. 梁丽洁.中世纪西方教会礼仪音乐的发展研究[J].艺术评鉴,2021年第15期:第44-46页. = Лян Лицзе. Исследование о развитии литургической музыки в Западной церкви в Средние века / Лян Лицзе // Художественное обозрение. – 2021. – № 15. – С. 44-46.
6. 阮海云.格里高利圣咏的音乐创作与表现特性浅析[J].交响:西安音乐学院学报,2017年第1期:第85-88页. = Руан Хайюнь. Анализ музыкального состава и выразительных харак-

- теристик григорианского песнопения / Руан Хайтонь // Симфония: журнал Сианьской консерватории музыки. – 2017. – № 1. - С. 85-88.
7. 祁宜婷. 罗马礼仪中的格里高利圣咏:风格、体裁与功能[J]. 艺术学研究, 2020(6): 第99-112页. = Ци Итин. Григорианское пение в римской литургии: стиль, жанр и функция / Ци Итин // Художественные исследования. – 2020. – № 6. – С. 99–112.
  8. 陈帆. 浅析中世纪格里高利圣咏音乐[J]. 艺术评鉴, 2019年第14期: 第65-66页. = Чэнь Фань. Анализ музыки григорианского песнопения в Средние века / Чэнь Фань // Художественное обозрение. – 2019. – № 14. - С. 65-66.

*Гапличник Наталья Юрьевна*

*аспирантка, Белорусский государственный университет культуры и искусств*

## **Претворение традиций лицевого шитья и народной вышивки в современной вышитой иконе: творчество Г.П. Курносой**

Интерес к освоению техники древнерусского лицевого шитья, его исторических и духовных основ у большинства современных вышивальщиц возник в период возрождения церковной жизни на постсоветском пространстве в конце 90-х годов XX столетия. Мастерицы, искусно владеющие техникой вышивки гладью и бисером, обратили свое внимание на высокие образцы золотошвейного искусства, представленные во вновь открывающихся музейных экспозициях и изданных репродукциях в художественных альбомах и журналах.

Издrevле рукоделие считалось благочестивым занятием для женщин всех сословий. В Книге Притчей Соломоновых изложено описание качеств «добродетельной жены», в ряду которых указывается и на рукоделие: «Добывает шерсть и лен, и с охотою работает своими руками» (Притч. 31:13), «Она чувствует, что занятие ее хорошо, и – светильник ее не гаснет и ночью. Протягивает руки свои к прялке, и персты ее берутся за веретено» (Притч. 31:18,19) [2, с. 605].

На протяжении многих столетий на исторической территории современной Беларуси вышивка являлась одним из основных и развитых видов бытового искусства. Наиболее полно она сохранилась в тканях, элементах мужского и женского костюма, отдельных предметах декоративно-бытового назначения, орнаментированных традиционными рисунками и узорами. Характерными чертами техники традиционной вышивки можно назвать геометричность и строгость орнаментальных композиций, сдержанную монотонность растительных узоров, выполненных хлопчатобумажными и шелковыми нитками. Наиболее распространенными швами народной вышивки стали набор, строчка и счетная гладь, а несколько позднее самой употребляемой стала вышивка швом простого креста [3].

Золотное шитье пришло на территорию Древней Руси в X веке из Византии. Пройдя в своем развитии несколько периодов, в технике шитья сформировались свои историко-стилевые закономерности и особенности, предметы церковной утвари получили символическое значение, а их худо-



жественное воплощение стало частью декоративно-прикладного искусства. По характеру рисунка и технике его воплощения выделяют два типа древнерусского золотного шитья: лицевое и орнаментальное. Лицевое шитье характеризуется близостью изображения святых и событий священной истории «каноническим иконографическим требованиям» [4, с. 11]. Образы святых изначально прорисовывались «знаменосцами», а затем переносились золотощвеями разноцветными шелковыми нитями на ткань. Оно развивалось в стилистическом единстве с особенностями технического исполнения иконописи своего времени [1, с. 41]. Однако с XVI века начинает утрачиваться живописность лицевого шитья, постепенно усиливается его декоративность. К употребительным материалам добавляются золотые и серебряные нити, драгоценные камни и жемчуг. Так, к началу XIX века лицевое шитье заметно утратило свою элитарность и следование иконографическому канону, всецело уступив первенствующее место орнаментальному шитью.

В вышитых иконах гродненской мастерицы Галины Петровны Курносовой сочетаются элементы лицевого и орнаментального шитья, а также традиционной национальной вышивки. Более двухсот икон создано вышивальщицей с начала ее творческой деятельности в 1999 году. С 2004 года Г. Курносова – член объединения художников и ремесленников «Гараденскі каларыт». Ее работы выставлялись на персональных выставках в Национальном художественном музее Республики Беларусь, областных и районных городах Беларуси и Польши (Варшава, Супрасль, Белосток, Лодзь).

Проработав почти 30 лет мастером-технологом на кожевенном заводе родного города Гродно, из-за возникших проблем со здоровьем Г. Курносова была вынуждена уйти с производства – к этому времени относится творческое увлечение ручной вышивкой. Взяв за основу техники навыки традиционной вышивки гладью и крестом, полученные в детстве от матери, Галина Петровна начала самостоятельно постигать особенности лицевого шитья по специализированным книгам, энциклопедиям и художественным альбомам.

В храме в честь Собора Всех Белорусских Святых г. Гродно хранятся две иконы авторства Г. Курносовой. Икона Божьей Матери «Жиговицкая» (40×35 см) соответствует иконографическому типу «Умиление» по примеру римской фрески-копии с венком красочных цветов по краю нимба. Материал: шелковые цветные нити, золотые и серебряные нити, стразы, бусины. Лики, открытые части тела Младенца и Богородицы и элементы их облачения вышиты в технике лицевого шитья. Разноцветные цветы (розы, васильки, ромашки), обрамляющие нимбы и контур иконографического изображения – гладью.

Икона Божьей Матери «Казанская» иконографического типа «Одигитрия» (55×45 см), которая хранится в алтаре нижнего храма в честь мученика младенца Гавриила Белостокского, совмещает технические приемы лицевого шитья и вышивки бисером. Материал: шелковые нити, золотые

(разных оттенков) и серебряные нити, жемчуг, стразы, бисер, стеклярус. Лики Образов искусно выполнены в технике лицевого шитья атласным швом с применением материалов пастельных тонов, элементы облачения Богомладенца вышиты прикрепом шелковыми и золотыми нитями. Мафорий и туника Богородицы обильно расшита бисером и стеклярусом разного размера с вкраплением натурального жемчуга, что сообщает линиям растительного узора объемность, а изображению в целом – перспективу и подлинность.

Последние десятилетия возрождение лицевого и орнаментального шитья как вида декоративно-прикладного искусства происходит на разных уровнях: от образовательного процесса в специализированных учебных заведениях, до декорирования предметов обихода и храмового интерьера в крупных монастырских мастерских и в работах отдельных мастериц. В иконах гродненской вышивальщицы Г.П. Курносой авторски сочетаются и преломляются элементы лицевого шитья, бытовой вышивки и вышивки бисером, что способствует визуальному восприятию ее работ в рамках традиций древнерусского шитья и традиционной национальной вышивки.

1. Адамова, Т. В. Иконописный рисунок в церковном лицевом шитье: Учебно-методическое пособие / Т. В. Адамова, Е. Д. Шеко. – М.: Изд-во ПСТГУ, 2014. 81 с.: ил.
2. Библия. – М.: Российское Библейское общество, 2008. – 1347 с.
3. Химдиат, Н. А. Преemptственность традиций народного искусства в проектировании современной женской одежды / Дис. ... магистр. тех. наук: 50.01.02 / Н. А. Химдиат // ВГТУ. – М., 2019. – 188 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.himdiat.by/2020/09/vyshivka-hudozhestvennye-tradicii-belorusskoj-vyshivki.html> Дата доступа: 30.11.2022.
4. Хребина, Т. В. Церковное шитье: традиции и современность: дис. канд. искусств. / Т. В. Хребина. – СПб, 2007. – 380 с.

*Голубев Константин Иванович, иерей*  
д.э.н., канд. богословия, МинДА, БГЭУ

## **Христианское понимание труда в работах священномученика Владимира (Богоявленского)**

В качестве примера развития христианского учения о труде важно рассмотреть труды священномученика Владимира (Богоявленского), митрополита Киевского и Галицкого (1848-1918). Сщмч. Владимир подчеркивал, что вопросы труда и собственности были важными во все времена, но в начале XX в. эти проблемы стали чрезвычайно актуальными и в этой связи в обществе шли жаркие дискуссии. Он предостерегал, что превратное решение вопросов о труде и собственности может реально «поколебать весь мир в его основаниях» (как это случилось с Древним Римом), в свою очередь «на христианском учении все человеческое общество, как это видим мы из истории, стоит твердо и непоколебимо» [1, 6]. В настоящее время этот подход подчеркивается в «Основах социальной концепции Русской Православной Церкви» (2000), в которых среди разделов, излагающих базовые положения

учения Церкви по ряду современных общественно значимых проблем экономическим аспектам посвящены прежде всего два, как раз рассматривающих различные аспекты труда и собственности (VI. Труд и его плоды, VII. Собственность).

Библия однозначно утверждает, что работа является неотъемлемой частью человеческой жизни: «И взял Господь Бог человека, [которого создал,] и поселил его в саду Едемском, чтобы возделывать его и хранить его» (Быт 2, 15). Человек создан не только для пользования раем, но и для возделывания его. Это обетование не потеряло силу и после грехопадения, хотя изменился образ деятельности человека: «...в поте лица твоего будешь есть хлеб» (Быт 3, 19). Говоря об этом, сщмч. Владимир отмечает, что работа и после грехопадения осталась частью рая, средством усовершенствования, т.е. наказание по сути является воспитанием. Опираясь на слова Библии «...наполняйте землю, и обладайте ею» (Быт 3, 19), он делает два вывода: 1) человек назначен господствовать над природой, 2) исполнить это назначение он может исключительно посредством труда и работы [3, 10]. Об этом говорится и в Новом Завете. Так, Господь в притче о талантах ставит в пример тех, кто своим трудом увеличил то, что получил во временное пользование (Мф 25, 14-30).

Библия указывает на понимание труда, как нравственного долга, в исполнении которого предстоит дать Богу отчет. Как подчеркивал сщмч. Владимир [1, 11-12], силы, данные Богом человеку, силы души и тела не должны оставаться мертвым капиталом, но по воле Божий необходимо их использовать для истинного блага, для пользы ближних и во славу Божию. Это было заповедано уже первому человеку (Быт 2, 15). Пример показал Спаситель, про которого Евангелие от Марка говорит, что он был плотником (Мк 6, 3). Так и св. апостол Павел и при исполнении своих апостольских обязанностей кормился делами рук своих, создавая палатки, хотя уже тогда находились такие, что «поступают бесчинно, ничего не делают, а суетятся», которых он увещевал именем Господа Иисуса Христа, заповедуя правило «кто не хочет трудиться, тот не ешь» (2 Фес 3, 10-12).

По мнению сщмч. Владимира, труд вне христианского мировоззрения представляется долгом, но не высшим нравственным долгом, в исполнении которого каждому предстоит дать отчет, но долгом необходимости, которого нельзя избежать, т.е. бременем, от которого человек постарается избавиться, как только представится такая возможность. Труд не может быть источником удовольствия при таком мировоззрении, не признающем высшее назначение человека, когда нет ничего выше земного и чувственного, а земля представляется единственным местом, где можно рассчитывать на достижение счастья, когда будут удовлетворены честолюбие, корыстолюбие и страсть к удовольствиям. В свою очередь в современном мире, по его замечанию, большинство людей представляет собой бедняков, которые вынуждены с огромным трудом зарабатывать самое необходимое для своей семьи, чтобы не умереть с голоду. Кто-то же готов трудиться, чтобы иметь

возможности для удовлетворения корыстолюбия и страсти к удовольствиям. Соответственно, при такой модели поведения человека, при появлении советников, которые укажут путь для получения пропитания другими способами, человек уже готов оставить честный труд и взяться за самые «пошлые и гнусные занятия», обратиться к самым «безнравственным средствам» [1, 7-8].

При этом особая ответственность, по убеждению сщмч. Владимира, лежит на власть имущих за несправедливость, когда за самую лучшую и честную работу не платится надлежащее вознаграждение. Тогда как в Библии неоднократно подчеркивается, что «трудящийся достоин награды своей» (напр.: Мф 10, 10; Лк 10, 7; 1 Тим 5, 18).

При жизни свчм. Владимира его социально-экономические идеи не получили широкой поддержки и реализации. В 1915 г. он был переведен с Санкт-Петербургской кафедры на Киевскую и стал митрополитом Киевским и Галицким. Вскоре после прихода большевиков к власти 25 янв. (7 февр.) 1918 г. он был расстрелян в Киеве.

1. Владимир (Богоявленский), сщмч. (1912). О труде и собственности. Голос церкви. 1912. Декабрь. с. 5-18
2. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви (2000). URL: <http://www.patriarchia.ru/db/print/141422.html> (дата обращения: 01.11.2022)
3. Владимир (Богоявленский), сщмч (1912). Работа в свете материализма и христианства. Голос церкви. 1912. Сентябрь. с. 3-12.

*Голубев Константин Иванович, иерей*

*МинДА, Белорусский государственный экономический университет*

## **Высшее образование как общественное благо**

В связи с тем, что высшее учебное заведение по своему организационно-правовому статусу является некоммерческой организацией, сущность ее экономической деятельности должна соответствовать этому статусу. Особенности деятельности некоммерческой организации прежде всего закреплены в Гражданском Кодексе Республики Беларусь (статьи 46, 48, 50, 116-123). Среди этих особенностей необходимо отметить то, что высшее учебное заведение как некоммерческая организация не может иметь целью извлечение прибыли и распределять полученную прибыль между участниками. Продуктом некоммерческой организации является социальный продукт, который представлен определенным общественным благом.

Еще А. Смит обратил внимание на общественные блага, подчеркнув значение системы образования для общества в «Исследовании о природе и причинах богатства народов» [1, 88-119]. Он отмечал не только выгоду образования для индивидуума, но относил полученную во время обучения квалификацию к основному капиталу и рассматривал их как часть богатства всего общества [2, 10].

Большое значение при рассмотрении образования как общественного блага имеет проблема внешних эффектов. В этой связи прежде всего необходимо отметить А. Пигу, который подчеркивал важность сопоставления издержек и выгод государственного вмешательства в экономику, рассмотрев, в частности, роль государства в финансировании таких сфер как общественное здравоохранение, образование и др.[3].

Значительный вклад в теорию общественных благ внес П. Самуэльсон. Так, П. Самуэльсон предложил классифицировать общественные блага как чистые и смешанные. В качестве свойств чистых общественных благ он рассмотрел неконкурентность (несоперничество), неделимость и неисключаемость. При этом для смешанных общественных благ несоперничество и неисключаемость действуют ограниченно. Если же свойство неисключаемости в полной мере не действует, то такие блага могут стать платными. [4].

Особо следует отметить введение Р. Масгрейвом понятия «мериторные блага» (merit goods), т.е. блага, совокупный спрос на которые не совпадает с тем объемом благ, которое правительство решает предоставить [5, 76–79]. Соответственно, он приводит примеры государственного финансирования индивидуальных потребностей, основанных на общественной, а не на индивидуальной оценке таких потребностей (в т.ч. бесплатное предоставление образовательных услуг), оправдывая это тем, что индивидуальная оценка определенных услуг может быть не только ниже социальной, но и нулевой или отрицательной [6, 59-60]. Значительный вклад в понимание общественных благ принадлежит Р. Коузу, в частности, показавшему, что достаточно редко финансирование и производство общественных благ осуществляется исключительно государством [7].

Важность образования как общественного блага подтверждается, в частности, его присутствием среди девяти показателей в Индексе процветания Института Legatum (The Legatum Prosperity Index), отражающем достижения стран мира. Интересно, что по результатам 2020 года 1-е место в нем занимает Дания, 2-е – Норвегия, 3-е – Швейцария, 69-е – Беларусь, 76-е – Россия [8]. Деятельность системы высшего образования очевидно воздействует на институт идеологии, тогда как идеология, отражающая внутреннюю тенденцию определенной общности людей и адекватно сформулированная, оказывает положительное влияние на социально-экономическое развитие социума [9].

Следует обратить особое внимание то, что неэффективное использование кадров (работа не по специальности, деградация, отъезд за границу и т.д.) ведет к существенным потерям для общества. По мнению ряда исследователей [10], ежегодные прямые потери России от интеллектуальной эмиграции составляют не менее 3 млрд. долл., потери с учетом упущенной выгоды – около 60 млрд. долл., по некоторым оценкам, по этой причине, начиная с 1992 г. каждые 5-7 лет Россия теряла в среднем один годовой бюджет [11, 107].

1. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. - М.: Соцэкгиз, 1962. - 688 с.
2. Алимова, Н. К. Экономика образования: развитие взглядов / Н. К. Алимова, В. Н. Пугач // Экономика образования. - 2010. - № 1. - С. 4-30.
3. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. В 2-х т./Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1985. — Т. 1. 512 с
4. Самуэльсон П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус. М.: БИНОМ. Лаборатория базовых знаний, 1997. - 800 с.
5. Масгрейв Р. А. Государственные финансы: теория и практика / Р. А. Масгрейв, П. Б. Масгрейв. М.: Бизнес Атлас, 2009. - 716 с.
6. Славинская О. А. Теория общественных расходов и ее приложение к гуманитарному сектору экономики. / О. А. Славинская. Дис. на соискание ученой степени к.э.н. М. ИЭ РАН. 2020. - 145 с.
7. Коуз, Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. М.: Дело, 1993. - 192 с.
8. Гуманитарный портал. [Электрон. ресурс] // Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/legatum-prosperity-index>. Дата доступа: 27.09.2021
9. Голубев К.И. Некоторые вопросы позиционирования идей институциональной экономики в системе современного образования / К. И. Голубев // Проблемы современной экономики. - № 3. - 2016. - С. 267-268
10. Кириченко Э. От «утечки умов» к глобальному «круговороту умов» / Э. Кириченко // МЭ и МО. - 2008. - № 10. - С. 9.
11. Трофимова Т. И. Инновационная экономика и трансформация миграционных процессов / Т. И.Трофимова // Вестник ВСГУ. - 2013. - № 3 (42). -С. 105-108.

***Грдзелишвили Нодар Шалвович***

*доктор экономики, профессор Нового высшего учебного заведения.  
Грузинский технический университет. Центр изучения производительных сил и природных ресурсов Грузии имени И.Жордания - старший научный сотрудник*

**Демографические проблемы населения высокогорных регионов Грузии**

Горные поселения Грузии по своим природным, хозяйственным, сельскохозяйственным ресурсам, социальным условиям и этно-культурным характеристикам существенно отличаются от жилых районов равнин, а также друга от друга.

Статья 31 Конституции Грузии определяет заботу государства о равномерном социально-экономическом развитии всей территории страны и наличии льгот для обеспечения социально-экономического прогресса горных районов. Закон Грузии «О развитии высокогорных районов» определяет льготы для обеспечения благосостояния людей, проживающих в горных районах, повышения уровня жизни, содействия занятости и улучшения социально-экономического положения. Льготы получают физические лица,

постоянно проживающие в высокогорных населенных пунктах и предприятия высокогорных поселков.

Необходимость проведения специальной политики развития горных районов признается международными организациями. На Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию, состоявшейся в Рио-де-Жанейро в 2012 году, еще раз была подтверждена необходимость устойчивого развития в высокогорных регионах. Эта приверженность была закреплена принятием итоговой декларации. Правительство Грузии присоединилось к Декларации N66/288 от 2012 года «Рио +20» «Будущее, которого мы хотим» и, соответственно, взяло на себя обязательства по устойчивому развитию горных регионов на международном уровне.

По данным переписи 2014 года в населенных пунктах, имеющих статус горных населенных пунктов, проживает около 331,4 тыс. человек, что на 28% меньше данных переписи 2002 года. При этом доля населения горных населенных пунктов в населении страны практически не уменьшилась в период с 2002 по 2014 г. и составляет около 9% всего населения.

Около 32,3% (107 065) населения горных населенных пунктов Грузии проживает выше 1500 м над уровнем моря. 52,1% (172 540) населения горных населенных пунктов проживает в районе Малого Кавказа, 33,7% (111 827) - в районе Большого Кавказа, 14,2% (47 049) - в межгорной низменности. В горных историко-географических районах проживает 35,5% (117 795) жителей горных населенных пунктов, из них больше всего - 47,8% (56 219) - в высокогорной Аджарии.

В большинстве высокогорных населенных пунктов происходит старение населения, увеличивается демографическая нагрузка. По переписи 2014 года средний возраст в Грузии составляет 38,1 года, в 48,7% горных населенных пунктов он выше этого показателя. Самый высокий средний возраст в Рача-Лечхуми и Квемо-Сванети (48,2 года). Старение населения наиболее выражено в этом регионе: население около 53% старше 50 лет; в этом же регионе доля населения основного репродуктивного возраста (25-44 года) составляет менее 20 процентов населения.

Одной из основных причин структурного старения населения является миграция молодого и трудоспособного населения. Кроме того причинами миграции из высокогорных поселений являются увеличение частоты стихийных бедствий, проблема доступа населения к занятости и образованию. Наиболее острой проблемой для жителей высокогорных населенных пунктов являются низкие доходы и безработица. Только 22% населения занято на оплачиваемой работе. Для 51% домохозяйств основным источником дохода является пенсия и государственная помощь. Для 35% семей ежемесячный доход не превышает 250 лари. В большинстве высокогорных населенных пунктов основным источником деятельности населения, а, следовательно, и доходов, является сельское хозяйство.

В 2010-2019 годах число людей, живущих в сельской местности, уменьшилось в большинстве регионов. В наибольшей степени это явление

отмечено в Рача-Лечхуми и Квемо Сванети (-19,7%) и той же Самегрело-Земо Сванети (-12%). Следует отметить, что в регионе администрации Аджарии в 2010-2015 годах число жителей сельских поселений уменьшилось, в 2015-2019 годах – увеличилось на 1,2%.

Из-за демографической ситуации в высокогорных населенных пунктах спрос на детские сады меньше, чем у населения низменности Грузии. Горные поселки городской категории в основном обеспечены детскими садами. В половине горных населенных пунктов есть муниципальный детский сад (53%). Кроме того, необходимо повышать качество обучения и квалификацию учителей.

В высокогорных населенных пунктах низка доля людей с профессиональным и высшим образованием. Работающие там фермеры, частные предприниматели и руководители государственного сектора отмечают нехватку квалифицированных человеческих ресурсов и недостаточное соответствие существующих работников требованиям рынка. Вместе с трудным демографическим состоянием также низка экономическая активность.

Для коррекции демографической ситуации высокогорных населенных пунктов и ее развития необходимы различные комплексные подходы, в зависимости от плотности населения, уклона местности, дефицита сельскохозяйственных угодий, соотношения земельных и человеческих ресурсов, уязвимости перед стихийными бедствиями.

Богатое и разнообразное культурное наследие горных поселений Грузии представляет собой потенциал для развития и сохранения самобытности, однако многие из них находятся на грани разрушения и исчезновения и требуют восстановительных работ.

- 
1. Закон Грузии о развитии высокогорных районов.
  2. Ральф Хакерт. Динамика населения в Грузии. Обзор по результатам Всеобщей переписи населения 2014 г. - 2017 г.
  3. Основные результаты всеобщей переписи населения 2014 г., geostat.
  4. Грдзелишвили Нодар Шалвович. Региональная политика стран ЕС. Учебник. Издательство «Универсал». 2019. 432 стр. ISBN 978-9941-26-480-1.
  5. Грдзелишвили Нодар Шалвович. Регион-экономика, политика, менеджмент. Учебник. Издательство «Универсал». 2020. 382стр.. ISBN 978-9941-26-805-2



**Грдзелишвили Нодар Шалвович**

*доктор экономики, профессор Нового высшего учебного заведения.  
Грузинский технический университет. Центр изучения производительных сил и  
природных ресурсов Грузии имени И.Жордания - старший научный сотрудник*

**Кварацхелия Лаура Давидовна**

*доктор химии, Грузинский технический университет. Центр изучения произво-  
дительных сил и природных ресурсов Грузии имени И.Жордания -  
главный научный сотрудник*

## **Некоторые особенности ресурсной базы и оценки развития туризма в регионах Грузии**

Для реализации перехода экономики Грузии в стадию динамичного социально-экономического развития большое значение придается проблемам ресурсного обеспечения регионов. Темпы развития региональной экономики напрямую зависят от эффективности использования имеющихся ресурсов. Ресурсная база региона с экономической точки зрения бывает природной, трудовой, финансовой, производственной и др., представляющих совокупность производственных факторов, имеющих количественные и качественные параметры, определяющих возможность их включения в программы развития региона.

Все существующие ресурсы региона являются средством реализации проектов развития. Анализ ресурсной базы региона включает оценку природно-ресурсного, экономического, социального и научно-технического потенциала. Необходимо учитывать территориальные особенности размещения и развития ресурсов и производительных сил регионов. В процессе анализа эффективности использования ресурсов для регионального экономического развития важно определить недостатки ресурсной обеспеченности региональных программ развития, диспропорции, особенности участия региона в территориальном разделении труда. Полученная информация позволяет определить текущее состояние ресурсной базы региона, выявить «точки роста» экономики региона. Необходимо оценить возможности альтернативного использования части ресурсной базы региона, а в случае выявления ее неэффективного использования, сделать прогнозы темпов восстановления ресурсов.

Одним из основных направлений национальной экономической политики является эффективное использование экономического потенциала регионов, достижение устойчивого развития. «Программа регионального развития Грузии на 2018-2021 годы» утверждена Постановлением Правительства Грузии № 1292 от 11 июня 2018 года. Также разработана стратегия развития всех регионов Грузии на 2014-2021 годы – важный документ, регулирующий вопросы экономического развития регионов. Региональная политика должна быть направлена на создание условий, способствующих социально-экономическому развитию регионов. Это должно найти отражение в экономическом росте, в повышении условий жизни и благосостояния насе-

ления, в создании условий для конкурентоспособного развития регионов. Развитие региональной экономики и повышение эффективности использования имеющихся ресурсов помогут преодолеть затянувшийся экономический кризис и значительно увеличить ВВП. В целом, рыночная система региона представляет собой совокупность различных взаимосвязанных рынков, основной целью которых является обеспечение эффективного развития региональной экономики.

Природные ресурсы — это основные ресурсы, которые могут быть использованы для удовлетворения потребностей общества при наличии определенного уровня развития производительных сил. Классификация природных ресурсов включает земельные, почвенные, агроклиматические, минеральные, водные, лесные, рекреационные группы. Природные ресурсы делятся на следующие три группы по возможности восстановления и потребления:

- минеральное сырье является исчерпаемым невозобновляемым сырьем (запасы ресурсов, образовавшиеся в земной коре за многие миллионы лет, извлекаются и расходуются в производстве в течение десятилетий);

- исчерпаемые возобновляемые биологические ресурсы, например, лес, рыба (обладают способностью к самовосстановлению, могут увеличиваться с помощью человека, однако, в результате чрезмерной эксплуатации эти ресурсы могут полностью исчезнуть);

- неисчерпаемые, в том числе, вода, воздух, почва (в результате загрязнения они могут потерять свои естественные свойства и загрязняться).

Экономическая классификация природных ресурсов основана на их использовании в производственной сфере и отраслях экономики. Развитие туристической отрасли может создать необходимые «точки роста» для экономики страны. Для регионов, не имеющих традиционной туристической специализации, но обладающих значительным туристическим потенциалом, развитие туризма может стать средством диверсификации региональной экономики, что позволит значительно увеличить валовой региональный продукт. Туризм также может оказывать долгосрочное социальное воздействие, удовлетворяя потребности местного населения в здоровье и отдыхе.

Практически все регионы (части) Грузии обладают значительным туристическим потенциалом. Однако, разные природно-климатические условия, исторические предпосылки развития территорий и уровень их промышленного освоения, потенциал развития туризма и туристская специализация регионов различны. При этом ресурсы развития туризма отдельного региона распределяются неравномерно, очень часто размещение привлекательных туристских зон на территории региона носит характер обособленной очаговости. Туристско-рекреационная деятельность может представлять собой альтернативу промышленному производству, поскольку не требует непосредственного потребления природных ресурсов, напротив, направлена на воспроизводство и экономное использование ресурсного потенциала региона, а также позволяет получать отдачу от составных частей

ресурсного потенциала – таких, как инновационный, трудовой, инвестиционный и др.

На сегодняшний день туризм является одним из перспективных направлений развития региональной экономики страны. Это обуславливает эффективное использование природно-ресурсного потенциала регионов страны, способствует решению проблемы занятости населения и привлечение дополнительных средств в экономику. В то же время развитие регионального туризма позволяет организовать отдых местного населения, удовлетворяя его потребности в культурном отдыхе. Основные препятствия в развитии туризма – неразвитость туристического потенциала в большинстве регионов, недостаточная поддержка системы малого бизнеса. Определение места туризма в экономике региона начинается с оценки возможностей развития туризма в регионе, которая основывается на исследовании ресурсной базы развития туризма. Для оценки ресурсов развития туризма необходимо иметь теоретические знания о ресурсах туризма и о существующих методах оценки ресурсов развития туризма.

1. Грдзелишвили Н. Регион-экономика, политика, управление. Изд-ство „Универсал“, Тбилиси: 2020. с. 52-53.
2. Читанава Н. Региональная экономическая политика и управление: цели, направления, механизм, опыт. - «Направления экономического и социального развития регионов Грузии в переходный период». Батуми-Тбилиси: 2001. с. 8-9.
3. Nodar Grdzelishvili , Laura Kvaratskhelia. „COMPLEX ASSESSMENT OF TOURISM DEVELOPMENT RESOURCES THE MAIN DIRECTIONS OF USING THE METHODOLOGY. International Conference on Global Practice of Multidisciplinary Scientific Studies Dedicated to the 100th Anniversary of "Georgian Technical University - GTU". June 24-26, 2022 / Tbilisi, Georgia.
4. Grdzelishvili NODAR, Kvaratskhelia LAURA - „Opportunities for Sustainable Development of Tourism in the Mountainous Regions of Georgia. USBK 2022 Istanbul Gelisim University International Congress of Applied Social Sciences, March 10-11, 2022 Istanbul. / Gürcistan’ın Dağlık Bölgelerinde Sürdürülebilir Turizm Gelişimi için Fırsatlar., pp.104.
5. Грдзелишвили Нодар; Кваратцхелия Лаура - «Европейские подходы к классификации ресурсов развития туризма». Международная научная конференция - «Грузия и европейская интеграция», 28 - 29 июля 2022 г., ГГУ.

**Гриб Николай Дмитриевич**

*магистрант Минской духовной академии*

## **Японская Православная Церковь в годы русско-японской войны**

Наиболее тяжелые годы существования Японской Православной Церкви выпали на время русско-японской войны. Но несмотря на всю сложность и трагичность данного периода истории Японской Церкви, она выстояла и продолжила совершать дело спасения душ человеческих на Японской земле. Тем самым мы имеем уникальный пример жизни национальной Церкви в период войны со страной, от которой была воспринята сама вера. И во многом этот пример мы имеем благодаря мудрой, взвешенной позиции святите-

ля Николая (Касаткина), который возглавлял в тот период Японскую Церковь.

Начало противостояния в отношениях между Японией и Россией было положено в 1902 г. при заключении союза Великобритании с Японией. Стала неизбежной очевидность войны после разрыва дипломатических отношений в 1904 г. и выдачей предписания от Японского министра, чтобы все русские, желающие уехать, покинули страну. Должен был принять решение и владыка Николай, из-за чего он переживал борение в себе: «Как поступить? Себялюбие тянет в Россию – больше 23 лет не был там, и отдохнуть от однообразного долгого труда хочется; польза церковная велит остаться здесь. Я твердо и радостно решил остаться. Оставшись, я буду... заведывать церковными делами, переводить Богослужения. Но в совершении Общественного Богослужения, пока война не кончится, участвовать не буду» [3, 10]. Но, в свою очередь, священников владыка призывал: «Вы совершайте Богослужения одни и молитесь искренно за вашего Императора, его победы и прочее. Любовь к Отечеству естественна и священна. Сам Спаситель из любви к Своему земному отечеству плакал о несчастной участи Иерусалима. Я, по возможности, буду приходить в Церковь на всенощную и Литургию и стоять в алтаре, совершая мою частную молитву, какую подскажет мне мое сердце; первое место в этой молитве, как всегда, будет принадлежать Японской Церкви – ее благосостоянию и возрастанию» [3, 10].

В итоге владыка принял решение остаться в Японии и записал в своем дневнике: «Я здесь не служитель России, а служитель Христа. Все и должны видеть во мне последнего. А служителю Христа подобает быть всегда радостным, добрым, спокойным, потому что дело Христа – не как дело России – прямо, честно, крепко истинно, не к поношению, а к доброму концу приведет. Сам Христос ведь невидимо заведует им и направляет его. Так и я должен смотреть на себя и не допускать себе уныния и расслабления духа» [3, 74]. Всем же приходам Японской Православной Церкви было разослано «Окружное письмо», в котором владыка благословлял японских христиан исполнять свой гражданский долг по защите отечества, но при этом напоминал: «Кому придется идти в сражения, не щадя своей жизни, сражайтесь – не из ненависти к врагу, но из любви к вашим соотечичам... Любовь к отечеству есть святое чувство... Но кроме земного отечества у нас есть еще отечество небесное... Это отечество наше есть Церковь, которой мы одинаково члены и по которой дети Отца Небесного действительно составляют одну семью... И будем вместе исполнять наш долг относительно нашего небесного отечества, какой кому надлежит... И вместе с тем будем горячо молиться, чтобы Господь поскорее восстановил нарушенный мир...» [4, 55].

Война началась с внезапного вероломного нападения японцев у Порт-Артура и Цусимы. Русские терпели поражение за поражением на суше и особенно на море. Огромные душевные терзания переживал тогда епископ Николай: «А ты, мое бедное Отечество, знать, заслуживаешь того, что тебя бьют и поносят. Зачем же тебя так дурно управляют? Зачем у тебя такие

плохие начальники по всем частям? Зачем у тебя мало честности и благочестия? Зачем ты не привлекаешь на себя любовь и защиту Божию, а возбуждаешь ярость гнева Божия? Да вразумит тебя, по крайней мере, бедствие нынешнего поражения и посрамления. Да будет это исправляющим железом в руках Отца Небесного!» [3, 10]. Владыка весьма переживал поражение русских войск: «Не будучи на войне, живешь войной. Никак не можешь отделаться от мысли о ней ни в занятое, ни в свободное время; и ночью в сновидениях она мучает. Это, должно быть, и есть то, что называется патриотизмом. И еще мучительно то, что горишь внутренним, закрытым пламенем – не с кем поделиться мыслями, не с кем разделить горе – один среди японцев; а их вождение и интересы диаметрально противоположны. И еще хорошо, что все вокруг меня так деликатны: о войне никто ни слова, о Японских победах тем меньше» [3, 74].

Война испытывала веру, привитую владыкой Николаем: в одно время японского солдата–христианина однополчане уговаривали бросить веру, которая от России, на что последовал ответ: «Нет, она вселенская» в которой нет «ни иудея, ни эллина, ни раба» [2, 119]. Со стороны правительства Японии Миссии и епископу Николаю была оказана забота в виде постоянной охраны от проявления возможных актов экстремизма, нападений со стороны бунтарских масс народа. В Церкви обстановка среди христиан, священства была спокойной – все занимались трудом, молитвой, или помощью военнопленным, для которых создавались довольно приличные условия содержания. По причине запрета правительством Японии лично видеться с русскими солдатами и офицерами начальник Миссии использовал любую возможность оказать помощь нуждающимся: «послал им 50 ен на красные яйца в Пасху, несколько икон, 65 брошюр Житий Святых, 2 Новых Завета, 2 молитвенника, Часослов, Пасхальную Службу и письмо, в котором утешал их, что они пострадали за Отечество, советовал отправлять общую молитву с пением и чтением по Часослову; один Новый Завет и один молитвенник, и 2 иконки передать тому больному, которому сделана операция, прочее на всех» [2, 44].

На период войны приостановлена работа над переводом богослужебных книг: «Теперь я весь в распоряжении военнопленных, мое дело – почти исключительно служить им – совесть так требует» [3, 291]. Пастырский долг и расположение сердца побуждали «носить бремена других», что ежедневно совершал владыка: «Вертишься как белка в колесе: то туда пишешь, то сюда пишешь. А тут священники, служащие у пленных, с не перестающими запросами и требованиями: масла, вина, свечей, книг, иконописных материалов, крестиков и разного другого» [3, 241]. Из России часто приходила помощь, распределением которой к местам назначения занимались православные японские священнослужители: «Три телеги, запряженные лошадьми, привезли сегодня с почты, книги и прочее для военнопленных, пожертвованные из России: Новые Заветы с Псалтирью – 300 экземпляров, Евангелия, «Последние дни земной жизни Господа Иисуса Христа» Иннокентия,

«Училище благочестия», молитвенники...приятно такие книги и рассылать военнопленным, чем и займусь немедленно. Да еще рубашки, мыло, сало» [3, 241]. В свою очередь Миссия продолжала издательское дело: «Вышли из печати и готовы к рассылке издаваемые Миссией для военнопленных – неграмотных Азбуки, напечатанные нами в 15 тысячах экземпляров. В восемь мест уже разосланы» [3, 241]. Учитывая, что общее количество русских военнопленных составляло около 73 тысяч человек, содержащихся в 26 местах, можно представить объем, интенсивность труда для оказания помощи соотечественникам.

Начальник Миссии пытался облегчить участь каждого воина, подражая апостолу Павлу: «Носите бремена друг друга, и таким образом исполните закон Христов» (Гал.6:2). Проявляя прежде всего пастырское попечение о страждущих душах, находящихся в плену, епископ Николай организовал совершение богослужений японскими священниками в местах заключения, что приносило громадную пользу, воодушевляло и укрепляло людей. «Снабдил отца Павла свидетельством за печатью, что он православный священник, посланный для совершения богослужений и священнических треб у военнопленных в Маругаме и Химедзи, всеми священными предметами, необходимыми для богослужений, начиная от антиминса до церковного полотенца» [3, 122]. Было организовано «Общество духовного утешения военнопленных», посредством которого епископ Николай оказывал помощь на местах и знал все новости о воинах.

Примечательно, что различные программы поддержки находили действие у японских властей: «Интересно следующее: для удовлетворения религиозной потребности военнопленных в Хаматера, где их больше 20 тысяч, Городская Дума...положила построить около их казарм, заключенных в три ограды, три часовни, где священник совершал бы службы для них; часовни будут открываться, чтобы тысячи молящихся видели священнодействие, совершаемое священником; пол часовни будет на 2–3 ступени выше земли. Языческая душа делает такую услугу христианам! Спаси ее Господь!» [3, 204]. Возникавшие трудности в понимании богослужения на японском языке оперативно решались: «Отец Роман Циба уехал служить в Пасху в Тоёхаси; будет служить по–русски – произносит ектении и все прочее порядочно. А диакон Петр Уцида из Тоёхаси поедет помочь в пасхальной службе отцу Матфею Кагета в Сидзуока. Таким образом, в обоих местах для военнопленных Пасхальные заутреня и обедня совершатся по–русски» [3, 244].

Владыка предвидел миссионерскую будущность нынешних действий: «Усердное служение наших священников у военнопленных и хорошее обращение японцев с военнопленными вообще немало принесут пользы для Японской Православной Церкви и для сближения Японии с Россией вообще: больше тысячи пленных, вернувшись, разойдутся в тысячи мест России и везде молвят доброе слово о японцах и Японской Православной Церкви» [1, 21]. За период войны епископ Николай приложил максимальные усилия

для того, чтобы каждый воин, находящийся в плену, получил главное оружие – печатный экземпляр Евангелия. Ряд рекомендаций священникам о снабжении книгами и другим давались владыкой письменно. Владыка отмечает: «Кончена рассылка Евангелий военнопленным. Немалое дело было. Один переплет только 680 тысяч экземпляров наших трудов стоил! 80 человек 70 дней трудились над переплетом, и 150 женщин складывали листы» [3, 272].

Ежедневно получая письма от солдат и офицеров, Владыка каждому отвечал, стараясь утешить, ободрить, поддержать. Воины отвечали благодарностью в виде лепты на храм: «Военнопленные 5-го двора в Хаматера, порт-артурцы, прислали 110 ен пожертвования на Церковь. Бедные! Сколько жертвуют для Бога, забывая свои нужды! Даже стеснительно принимать, жаль их, но как же и отказать? Вознагради их Господь, душевным утешением!» [3, 318].

С окончанием войны пленные возвратились домой. Преосвященный Николай продолжил заботы о погибших, навечно прахом почивающих в Японской земле воинах. Так как основные могилы разбросаны более чем в 25 местах, было принято решение собрать останки в два кладбища: Мацуяма и Хаматера, и построить два храма. В связи с этим владыка Николай дает ряд распоряжений относительно постройки храма в Мацуяма и обустройства кладбища. По отъезде военнопленных образовались остатки книг, как напечатанных в Миссии, так и пожертвованных, которые святитель Николай направил в помощь для Русской и Американской Православных Церквей. Изменился взгляд на Миссию у простых японцев и Правительства. Если до и во время боевых действий Правительство поручило армии и полиции охранять Миссию от радикально настроенных масс, творивших погромы и устраивающих провокации, то после – произошли изменения к улучшению ситуации. «Нужно сказать, что до войны такого участливого отношения к Миссии людей, чуждых ей, совсем не было; не было бы и теперь, если бы война не отчистила атмосферу вокруг Миссии, и ее подозревали бы, как прежде, в связи с политикой: в том, что она готовит завоевание Японии Россией и прочее» [3, 496]. Здесь еще раз можно убедиться в действенности пастырского принципа святителя, который не допускал участия церкви в политике.

Труды, понесенные епископом Николаем во время войны, были отмечены в России: «Получен из Святейшего Синода указ, в котором говорится, что он, Святой Синод, «слушал Высочайше» утвержденный 24 марта доклад его о возведении меня в сан Архиепископа с присвоением наименования «Японский»» [3, 331]. Это означало, что из викариата Японская Православная Церковь становилась самостоятельной под управлением епископа с титулом «Японский», указом от 28 марта 1906 года.

Таким образом, рассмотрев данный период истории Японской Православной Церкви, можно с уверенностью сказать о той значимой роли святителя Николая (Касаткина) в становлении и развитии церковной жизни в

Японии. Стоит отметить, что не всегда это было просто, владыка Николай сталкивался с трудностями и искушениями. Однако, благодаря его взвешенной позиции по различным вопросам и мудрому управлению, ему удавалось преодолеть множество проблем, и он стал у истоков создания Японской Церкви.

1. Бесстремляная, Г.Е. Японская Православная Церковь / Г.Е. Бесстремляная. – М. : Свято-Троицкая Сергиева Лавра, 2006. – 320 с.
2. Дневники святого Николая Японского в 5 т. / сост. К. Накамура. – СПб : Гиперион, 2004. – 3 т. – 896 с.
3. Дневники святого Николая Японского в 5 т. / сост. К. Накамура. – СПб : Гиперион, 2004. – 5 т. – 960 с.
4. Чех, А. Николай–До / А. Чех. – СПИФ : Библиополис, 2001. – 220 с.

*Густова-Руццо Лариса Александровна*

*доктор искусствоведения, профессор, профессор кафедры теории и истории искусства Белорусского государственного университета культуры и искусства*

### **Художественная трактовка священных текстов в православном богослужении белорусской Церкви**

Художественная трактовка священных текстов на церковнославянском языке в православном богослужении белорусских храмов сформировалась в результате усвоения элементов византийского, южнославянского и западно-европейского искусства и их адаптации к различным национальным традициям (традиции произношения, орфоэпии, интонирования, музыкального и образного мышления).

Художественными компонентами православного богослужения являются каноничные средства выразительности пластических, динамических и театрального искусств, которые раскрывают духовную основу вероучения и способствуют гармоничности и целостности его восприятия. Музыкальный элемент богослужения способствует эмоциональной трактовке священных текстов (которые вокализируются или читаются нараспев), и переживанию соединения имманентного и трансцендентного начал бытия. В визуальных канонических образах раскрывается семантика священных текстов. Элементы театрализации культовых церемоний (своеобразная ритуальная светография, сценография и другие приемы) способствуют возникновению чувства эмпатии к образам и событиям, раскрывающимся в священных текстах. Заметим, что комплекс средств выразительности православного богослужения, раскрывая канонические образы, характеризуется региональными особенностями.

Художественные компоненты православного богослужения сформировались в монашеской среде и сохранили ритуальные особенности своего византийского прототипа. В белорусской культуре фактором усвоения литургической византийской традиции был государственный и конфессиональный патрициат, что выразилось в адаптации византийской литургиче-



ской практики в киевской редакции к древнебелорусским художественным традициям в X–XVI вв.; смене культурной ориентации православного населения в соответствии с эстетическими вкусами правящей элиты, что отразилось на модификации, контаминации и фольклоризации вербальных и визуальных средств выразительности литургической практики в XVII – XVIII вв.; унификации художественного компонента богослужения с его российским аналогом в XIX – начале XX веков.

Элементы художественного компонента православного богослужения, взаимодействуют между собой и воспринимаются исполнителями (священнослужители, церковнослужители) и реципиентами (молящимися) в синтезе. Культовые архитектурные формы раскрывают семантику вероучений. Православная культовая архитектура в Беларуси транслирует типы византийского и древнерусского зодчества.

Средства выразительности культовой архитектуры, изобразительного и декоративного искусств взаимодействуют в последовательной форме, которая отвечает особенностям восприятия культовых образов. В православных храмах наиболее распространенным видом изобразительного искусства является монументальная живопись и иконопись, изображающие объекты поклонения (образы Иисуса Христа, Божией Матери и святых), которые соответствуют региональной эстетической концепции изображения человека.

Приоритетное значение в богослужении имеет вокализация священных текстов. Синтетическая форма взаимодействия литературы (слово) и музыкального искусства (звук) основано на принципах вариативности (музыкальное оформление священных текстов) и стабильности (их содержание и последовательность). В современном православном богослужении канонические песнопения исполняются традиционно а cappella и, преимущественно, многоголосно.

Современная православная литургическая певческая практика сохраняет традиции: византийские (комплекс поэтических текстов и последовательность его исполнения, осмогласный принцип ладово-мелодической организации), древнерусские (церковнославянский язык исполнения музыкально-поэтического репертуара, использование знаменного распева и аскетичного исполнительского стиля древнеканонического вида) и российские синодальные (включение в репертуар композиций российских авторов XVII – начала XX вв., исполнение гласовых напевов в петербургской и московской редакциях с использованием репрезентативного исполнительского стиля), но имеет региональные интонационные особенности.

Средства художественной выразительности православного богослужения объединяются единым духовным и художественным содержанием, раскрывающим смысл вероучений (путь к вечной жизни), и помогающим верующим воспринимать трансцендентные образы, выраженные в целостной художественной форме.

Православное богослужение обладает гармоническим равновесием содержания и формы. Его художественные компоненты семантически интерпретируют священные тексты и сакральные образы посредством средств выразительности взаимодействующих друг с другом искусств, составляющих художественный синтез. Природа этого синтеза – синкретичная, его характерной чертой является нерасчлененность видов искусства в церемониале, а также их соединение с обрядовыми действиями, и подчинение единому образу (трансцендентного мира). Синтез искусств раскрывает внутреннюю связь элементов художественного целого, отражает образность имманентной и трансцендентной действительности, связанную с чувственным, ассоциативным ее восприятием, и способствует решению коммуникативной задачи – погружению верующих в молитвенное состояние.

*Данилов Андрей Владиленович*

*доктор философии, кандидат богословия, зав. кафедрой религиоведения  
Института теологии БГУ*

### **Религиозная коммуникация и религиозный рынок**

Сегодня среди религиоведов, исследующих современные межрелигиозные отношения и диалог, стал популярным подход, который в значительной степени опирается на теорию рационального выбора – модель религиозного рынка. Нередко этот теоретический подход даже называют «новой парадигмой» социологии религии, которая заменила доминировавшую до сих пор парадигму секуляризации. Американские и европейские религиоведы все больше обращаются к основным идеям модели религиозного рынка.

Актуальным является исследование того, в какой степени люди ведут себя и действуют религиозно, а также коммуницируют на межконфессиональном рынке различных культур. При этом в теории рационального выбора реальные действия людей приоритетней индивидуальных убеждений. Религиозные убеждения и конфессиональное мышление представляют собой только фон или мотивы действий, которые следует выявлять. Различение между субъективной религиозностью и церковностью, подразумеваемое тезисом индивидуализации религии, не существенно для модели религиозного рынка. Предполагается интенсивная связь между обоими показателями привязанности индивида к религии.

С одной стороны, предполагается, что антропологически каждый индивид в той или иной степени религиозен. Соответственно, всегда есть спрос на религиозное предложение. Из этой антропологической религиозной потребности, однако, никак нельзя вывести то, что эта потребность проявляется одинаково у каждого человека. Религиозное поведение следует тогда из оценки затрат и пользы, причем конкретная форма религиозной потребности обуславливает набор предпочтений, в соответствии с которыми более или менее рационально оцениваются различные религиозные предложения.

С другой стороны, конфессии и конфессиональные организации, делающие свои предложения на религиозном рынке, реагируют на ухудшение спроса в отношении их теологических предложений посредством модификации или изменения номенклатуры этих предложений. В противном случае теологи других конфессий занимают их место на религиозном рынке предложений. Итак, субъективная религиозность присутствует, но она становится активной религиозностью (жизненной позицией) только посредством активации со стороны теологов конфессий. Если эта активизация не происходит, то наблюдается феномен частичной утраты смысла религии в социуме.

Сторонники модели религиозного рынка рассматривают теологов конфессий как решающих акторов для адаптации конфессий в современном обществе. Теологи конфессий будут реагировать на снижение количества членов в конфессиях посредством расширения своего религиозного предложения, или на религиозном рынке появятся новые поставщики смысловых предложений (новые религиозные движения и оккультная среда), которые смогут успешнее обслуживать новые структуры религиозного спроса. Поскольку религиозный спрос присутствует, но часто относительно неопределенный и ориентированный на имеющиеся предложения, то модель религиозного рынка должна анализироваться со стороны теологов конфессий, что происходит именно в контексте межконфессионального диалога. Чем больше религиозных предложений в обществе, тем более живучей будет конфессия в этом обществе. Когда у конфессии наблюдается потеря религиозных смыслов, то это скорее связано с определенными неблагоприятными условиями, соответственно, с неспособностью теологов конфессии (многообразно) учитывать пожелания индивидов.

То, что религиозный плюрализм возникает, объясняется рыночными структурами культуры в целом. Они характеризуются конкуренцией и состязанием. И то и другое являются центральными движущими силами достижения религией жизнеспособного состояния в современной культуре. Для конструктивного состязания конфессий в рамках толерантного диалога не должно быть государственного вмешательства в него и регулирования светскими структурами. Регулирование закрывает рынок, препятствует плюрализации и в конечном счете приводит к снижению жизнеспособности конфессии, превращающейся в придаток государственного аппарата.

Под моделью религиозного рынка (термин «модель религиозного рынка» относится к исследованиям Роджера Финке и Лоуренса Яннаконе) можно обобщить различные религиозоведческие концепции, которыми исследуется современный межконфессиональный диалог. Родни Старк и Уильям Бейнбридж первыми предприняли попытку ввести значение индивидуальных процессов принятия решений в социологию религии и тем самым объяснить жизнеспособность конфессии внутри культуры. Основой для их детально разработанной теории является обращение к центральному постулату теории рационального выбора, которую они используют в качестве от-

правной точки для своей «теории религии». Люди оценивают затраты на действия и пользу от них и, взвесив их соотношение, принимают решение с наиболее выгодным для них балансом затрат и пользы. Это взвешивание, характерное для любого человеческого, является решающим также для отношения людей к религии и к существующим конфессиональным теологическим предложениям. Индивидом выбирается форма организации религии, наиболее близко соответствующая его (испытываемой) потребности в безопасности и надежности.

В соответствии с этими критериями происходит универсальное этаблирование религии, превращающее ее из феномена культуры в институт. Поэтому религия в основном обладает настолько значительной пользой, что человек считает ее нужной. За инвестиции, которые человек делает в этом мире, он получает – в соответствии с обещаниями конфессий – компенсацию в будущей жизни. Важнейшими компенсациями являются эсхатологическое спасение души, бессмертие души и доступ в рай. Эта перспектива представляет собой выгоду, которая может помочь людям преодолеть в настоящее время несправедливость и лишения. Кроме того, религиозные ответы являются единственным способом ответить на предельные вопросы существования или о смысле жизни. На рынке смысловых предложений нет сопоставимого с религией оферента, так что религия имеет квази-монополию. Поскольку ценность объяснений возрастает, когда нет конкурирующих объяснений, эксперты пытаются установить объяснительные монополии

В своем изложении «экономической теории религии» Яннаконе последовательно рассуждает о конкуренции: рационально мыслящие верующие ищут сегодня те предложения на конфессиональном рынке, которые обещают им «наибольшую личную пользу». Верующие со своей точки зрения «рационально выбирают лучшие предложения». Цель состоит в том, чтобы достичь лучшего результата для настоящей и будущей жизни. С одной стороны, для этого «аккумулируется религиозный капитал», который включает в себя социальные сети и контакты, а также религиозные знания и опыт. Затем индивид ищет возможность накопления относительно большего количества религиозного капитала и максимизации пользы для себя. С другой стороны, различные религиозные организации конкурируют друг с другом на религиозном рынке за верующих. «Если отдельные конфессии функционируют как религиозные фирмы, то они в совокупности составляют религиозный рынок». Конфессии – это «религиозные компании», которые конкурируют друг с другом в борьбе за улучшение своих позиций на рынке. Таким образом, конкурентная ситуация представляет собой центральный компонент теории религиозного рынка. Конкурентная ситуация может мирно разрешаться именно посредством толерантного межконфессионального диалога. Итак, межконфессиональный диалог способствует устойчивому развитию общества с плюралистической культурой. Будущее конфессий в

современном мире зависит от их успешного или неуспешного функционирования в условиях религиозного рынка.

1. Finke, R. / Stark, R. (1988). Religious Economies and Sacred Canopies // American Sociological Review. Vol. 53. No. 1. NY: American Sociological Association. P. 41-49.
2. Finke, R. / Stark, R. (1992). The Churching of America 1576-1990: Winners and Losers in our Religious Economy. New Brunswick: Rutgers University Press. 339 p.
3. Finke, R. / Stark, R. (2003). The Dynamics of Religious Economies // Handbook of the Sociology of Religion / Hrsg. M. Dillon. Cambridge: Cambridge Univ. Press. P. 96-109.
4. Finke, R. / Stark, R. (2006). The Churching of America 1776-2005. Winners and Losers of Our Religious Economy. New Brunswick: Rutgers University Press. 368 p.
5. Iannaccone, L. (1991). The Consequences of Religious Market Structure: Adam Smith and the Economics of Religion // Rationality and Society. Vol. 3. No. 2. London: Sage. P. 156-177.
6. Iannaccone, L. (1992). Religious Market and the Economics of Religion // Social Compass: international review of socio-religious studies. Vol. 39. No. 1. London: Sage. P. 123-131.
7. Iannaccone, L. (1998). Introduction to the Economics of Religion // Journal of Economic Literature. Vol. 36. No. 3. Nashville: American Economic Association. P. 1465-1496.
8. Stark, R. / Bainbridge, R. (1985). The Future of Religion: Secularization, Revival, and Cult Formation. Berkeley: University of California Press. 600 p.
9. Stark, R. / Bainbridge, R. (1987). A Theory of Religion. New Brunswick: Rutgers University Press. 390 p.
10. Stark, R. / Finke, R. (2000). Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion. Berkeley: University of California Press. 350 p.

*Дашкевич Мария Александровна*

*студентка, Белорусский государственный университет*

### **Свойства малобюджетных маркетинговых коммуникаций в рамках рекламных компаний**

Малобюджетный маркетинг как направление стремится расширить свои возможности и упростить процесс реализации продукции прибегая не только к известным инструментам, но и к оригинальным способам закрепления отношений с клиентами. Стоит отметить тот факт, что маркетинг такого типа базируется на способности компании устанавливать прочные связи с потребителями, с партнерами, государством, СМИ и другими участниками коммуникационного взаимодействия. Указанное обуславливает актуальность рассмотрения свойств малобюджетных маркетинговых коммуникаций в рамках рекламных кампаний. Каждая рекламная кампания имеет свои особенности, однако при определении стратегии в обязательном порядке стоит учитывать этапы и сроки выполнения; четкие и измеряемые задачи; конкретные и измеряемые результаты; план и график выполнения задач; количество ресурсов, необходимых для реализации кампании. Также важную роль играет маркетинговые цели, которые должны быть достигнуты брендом. Предварительная оценка рынка и конкурентной ситуации является необходимым шагом при планировании и реализации рекламной кампании. Рекламные кампании характеризуются рядом признаков, каждый из которых может быть положен в основу классификации этих кампаний. К таким

признакам относятся [1]: объект рекламы, продолжительность проведения рекламной кампании, масштаб рекламной кампании, целевая установка.

Стоит отметить, что объект рекламы меняется в зависимости от поставленных организацией целей. Можно выделить: рекламу товаров и услуг, рекламу предприятий [1]. Однако неизменной остается необходимость при формировании стратегии рекламной кампании учитывать последовательность и скорость реакций аудитории на рекламные сообщения. Уильям Дж. Мак Гвайр разработал теорию обязательных этапов коммуникации с потребителем прежде, чем будет достигнута цель рекламы. Он назвал это «Парадигма обработки информации». Достижение конечного результата зависит от того, как будут пройдены эти 6 поведенческих этапов [2, с. 32]:

- 1) предъявление – возможность у аудитории увидеть и услышать сообщение;
- 2) внимание – привлечение внимания к сообщению;
- 3) понимание – осознание содержания сообщения и формирование образов и реакций;
- 4) согласие – предоставленные аргументы удовлетворяют потребителя;
- 5) запоминание – смысл и посыл сообщения закрепляется в сознании реципиента;
- 6) поведение – потребитель совершает необходимое действие.

Одной из целей любого рекламного сообщения является формирование наиболее устойчивой реакции на бренд, название продукта или услуги. Последовательность реакций покупателя очень важна исходя из того, что базируется на первых трех этапах (предъявление, внимание, понимание), которые не могут существовать друг без друга. Скорость реакций также зависит от аудитории: этапы обработки информации могут сменять друг друга мгновенно, если сообщение попадает в сферу интересов или же предъявляется уже знакомым с продуктом или брендом реципиентам. Для больших компаний первый этап является ключевым, так как они имеют возможность обеспечить предъявление своего рекламного сообщения широкой аудитории, а также повысить шанс касаний реципиента с рекламной информацией, упуская из внимания последующий путь клиента. Исходя из этого формируется цель и задачи малобюджетных маркетинговых коммуникаций, а именно достигнуть последовательности реакций при восприятии сообщения, а также закрепить положительный опыт клиента на последнем этапе создав предпосылки для устойчивых отношений между потребителем и компанией.

Одним из основных инструментов малобюджетного маркетинга является двусторонняя продуктивная коммуникация, которая осуществляется на все целевые аудитории, включая СМИ, партнеров, конкурентов, акционеров и инвесторов, персонал, органы государственной власти, деловое окружение, местные сообщества и общественность [3]. С помощью личных связей реализуются партнерские сделки, выгодные для обеих сторон и не требующие вложений, упоминания в СМИ. Планируются малобюджетные мероприятия с целью взаимодействия с общественностью: выставки, ярмарки,

дегустации и т.д. Хорошая коммуникация с клиентами, стремление не просто реализовать продукт или услугу, а помочь, приводит к повышению такого показателя, как Customer Lifetime Value (CLV или пожизненная ценность клиента) [4], который учитывается при оценке эффективности рекламы и планировании затрат. Благодаря данному показателю также можно вычислить, сколько компания может вложить в клиента. Кроме того, существует неизмеримый способ продвижения, который основывается на положительных оценках компании потребителями при неформальном общении с людьми из своего окружения. Он получил название «сарафанное радио». В настоящий момент такой способ распространения информации о продукте или услугах компании может подкрепляться финансово со стороны организации, а также влечет за собой создание иных материальных и нематериальных способов мотивации. Компании с ограниченными бюджетами не имеют возможности осуществлять широкомасштабные имиджевые рекламные кампании. Исходя из этого именно установление прочных связей с клиентами обеспечивает стабильную прибыль и известность в узких кругах.

Стратегии и инструменты малобюджетного маркетинга были значительно расширены. В ходе анализа самых известных малобюджетных маркетинговых инструментов были выявлены наиболее характерные черты малобюджетных маркетинговых коммуникаций: креативность; узконаправленность; низкобюджетность; высокая времязатратность; клиентоориентированность; высокая роль межличностных коммуникаций; эффективность; скрытность.

Малобюджетные маркетинговые коммуникации имеют свои преимущества и недостатки. Во-первых, ими можно пользоваться в условиях малого бюджета, что говорит о высокой трудоемкости маркетингового процесса. Во-вторых, открываются возможности для личного творчества, но это приводит к затратам на мотивацию персонала. В-третьих, получение быстрого результата затрудняется сложностью прогнозирования эффекта.

Дальнейшее изучение первичных результатов, оценка рисков при реализации долгосрочной рекламной кампании является характерным признаком малобюджетного маркетинга и отличает его от привычных методов своей гибкостью, контролем достижения нужного количества чистой прибыли. При низких бюджетах возможность тестирования гипотез снижается, необходимо достигать цели сразу и окупать вложенные средства. Фиксация основных показателей эффективности при реализации рекламной кампании (таких как коэффициент возврата инвестиций (ROI), суммарный рейтинг рекламной кампании (GRP) и т.д.) происходит в несколько раз чаще при малых бюджетах, так как требует моментального реагирования на происходящие изменения внешних условий, а также результатов рекламной кампании. Подводя итоги, отметим, что малобюджетные маркетинговые коммуникации и необходимость их применения появились из потребности в продвижении, эффективной реализации продуктов услуг малых и средних бизнесов, многие из которых находятся в состоянии капитализации и имеют

ограниченный бюджет. Вместе с тем, на данный момент, из-за мирового кризиса, актуальность возросла и для больших бизнесов. Повышается значение стратегического планирования рекламных кампаний, так как выбор маркетинговой стратегии и используемых тактик является ключевым этапом в ходе составления и реализации любого маркетингового плана.

1. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studbooks.net/811491/marketing/klassifikatsii\\_reklamnyh\\_kampaniy](https://studbooks.net/811491/marketing/klassifikatsii_reklamnyh_kampaniy). – Дата доступа: 22.11.2022
2. Перси, Л. Стратегическое планирование рекламных компаний: [перевод с английского] / Ларри Перси, Ричард Эллиот. - Москва : Издательский дом Гребенникова, 2008. - 414 с.
3. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/384997/marketing/ponyatiya\\_tselevooy\\_klyuchevooy\\_auditoriy\\_lidery\\_obsche\\_stvennogo\\_mneniya\\_gruppy\\_obschestvennosti](https://studme.org/384997/marketing/ponyatiya_tselevooy_klyuchevooy_auditoriy_lidery_obsche_stvennogo_mneniya_gruppy_obschestvennosti). – Дата доступа: 20.11.2022
4. Мигачев, И.Б. Пути совершенствования методов и инструментов оценки клиентского капитала / И.Б. Мигачев // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/puti-sovershenstvovaniya-metodov-i-instrumentov-otsenki-klientskogo-kapitala/viewer>. – Дата доступа: 20.11.2022

*Дудкин Вадим Леонидович, иерей*

*аспирант Минской духовной академии, преподаватель кафедры международной политической экономики БГУ*

## **Корпоративная социальная ответственность: особенности трактовки в Европе и США**

В отличие от США, где понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) имеет более длительную историю и уходит корнями в религиозные и этические предписания, КСО в Европе часто соотносится с концепцией устойчивого развития (sustainable development), с которой ее иногда и путают. Можно подумать, что европейские страны с их христианскими традициями тоже могли бы оставить католический или протестантский «отпечаток» на своих трактовках КСО. На самом деле наблюдается обратное, поскольку процесс распространения этой концепции прошел через своего рода секуляризацию понятия, что в итоге ознаменовалось появлением более «светской» концепции КСО.

Так, в европейских странах существует давняя традиция, согласно которой у компаний есть обязательство перед обществом, выходящее за рамки создания стоимости для акционеров. После промышленной революции это проявлялось через корпоративный патернализм, направленный на укрепление отношений компании с определенными группами, в том числе с рабочими. Предприятия уделяли внимание, например, требованиям охраны труда и техники безопасности в отношении наемных работников и реализации концепции справедливой оплаты труда. В отличие от США с их моралистическим уклоном, в Европе КСО является, таким образом, частью традиции социал-капитализма.



Хотя концепция устойчивого развития оказывает особое влияние на КСО в том виде, в каком последняя практикуется в Европе, она не является чуждой и для американской интерпретации этого понятия: так или иначе компании обоих континентов добровольно или вынужденно стремятся к соответствию своей практики целям устойчивого развития. При этом, однако, сохраняются различия между англосаксонским подходом, который направлен в большей степени на исправление последствий экономической деятельности, и европейским подходом, который в целом более чувствителен к прогнозированию и предотвращению рисков.

Важно отметить также, что в центре американской концепции КСО находится человек. Вспомним, что основополагающая работа Говарда Боуэна, в которой, как считается, и был впервые предложен современный термин «корпоративная социальная ответственность», называется «Социальные обязанности бизнесмена» [1], изначально подразумевая, таким образом, чувство долга и личностную мораль деловых людей, но не компаний [2, 270]. Здесь можно предположить культурное объяснение, поскольку индивидуальная логика актуальнее все же в США, чем в европейских странах. В этом контексте отношения между компанией и ее заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) обусловлены управленческой этикой и волей действующих лиц, а регулирование осуществляется без участия государственных органов, вмешательство которых воспринимается как ограничение индивидуальных свобод. Представить себе навязывание ответственного поведения компаниям посредством законов или каких-либо нормативных актов в такой логике довольно трудно.

С другой стороны, в Европе КСО гораздо более открыта для влияния органов государственной власти. Наиболее яркой иллюстрацией этого является разработанная Генеральным директоратом Европейской комиссии по занятости и социальным вопросам т. н. Зеленая книга (green paper (англ.) — публикация, в которой излагаются предложения для всеобщего обсуждения) Европейского союза «Создание европейской системы КСО» [3], которая, как предполагается, должна стать инструментом, побуждающим компании придерживаться принципов КСО и определяющим их подходы. Европейскими авторами часто используется определение КСО, данное именно в этом документе: «концепция, в соответствии с которой компании интегрируют социальные мероприятия и мероприятия по защите окружающей среды в деловую практику и свои взаимодействия с акционерами на добровольной основе» [3, 8], признавая при этом, что ответственное поведение способствует успеху в бизнесе.

Что касается различий между американской и европейской практикой КСО, к наиболее существенным из них можно отнести следующие.

1. В США распространение КСО начиналось со значительного социального давления, в ответ на которое компании стали разрабатывать политику в области КСО; европейские компании, напротив, характеризуются тем, что они с большей вероятностью воспринимают социальную ответ-

ственность как возможное конкурентное преимущество, их роль в распространении концепции является значительной при большей степени добровольности со стороны бизнеса.

2. Нормативно-правовая база в США предусматривает относительно большую свободу для компаний, в то время как в Европе регламентация существенно ограничивает пространство для маневра.

3. При относительно однородной интерпретации концепции КСО в США, для Европы характерны существенные межстрановые различия.

Подводя итог, можно сказать, что на Западе распространены два подхода к КСО: «ортодоксальное» англосаксонское течение и более «социальное» европейское. Американская концепция КСО, имеющая религиозные и этические корни, отличается от европейской главным образом тем, что последняя благодаря своей отсылке к устойчивому развитию приобретает более политически ориентированный характер и, следовательно, в большей степени институционализована.

- 
1. Bowen, H. R. Social Responsibilities of the Businessman / H. R. Bowen. – N. Y.: Harper & Row, 1953. – 276 p.
  2. Carroll, A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct / A. B. Carroll // Business & Society. – 1999. – Vol. 38, № 3. – P. 268–295.
  3. GREEN PAPER: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility // Commission of the European Communities, 2001 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/doc\\_01\\_9/DOC\\_01\\_9\\_EN.pdf](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/doc_01_9/DOC_01_9_EN.pdf) (дата обращения: 22.09.2022).

*Еловая Елена Михайловна*

*м.э.н., старший преподаватель, Белорусский государственный университет*

## **Инструментарий и особенности применения геобрендинга как коммуникационной технологии**

Позиционирование территории должно использовать широкий спектр форм представления геобренда широкому кругу общественности, т. н. комплексную идентификацию себя, которая включает: коммуникационную (название, лого, слоган, тексты, прямая речь авторитетных людей о территории); визуальную (айдентика); сонорную (звуковую) сокоммуникации [1, 145].

В настоящее время делается много попыток систематизировать многочисленные и разнообразные коммуникационные инструменты, используемые в геобрендинге. Российский ученый О. Е. Кобякина в основу классификации кладет разграничение традиционных и электронных способов передачи информации, выделяя онлайн- и офлайн-инструменты. Согласно классификации, предложенной О. Е. Кобякиной, к онлайн-инструментам относятся: сайты территории; официальные аккаунты в социальных сетях; разработку компьютерных игр, связанных с территорией; систему QR-кодов;

онлайн-гиды; мобильные версии сайтов медиа. К оффлайн-инструментам относятся: события; сотрудничество со СМИ; редакционно-издательскую продукцию [2, 20–22]. Также ученые говорят о разработке и осуществлении коммуникационной PR-программы города как мероприятий, которые направлены на переосмысление и популяризацию городской символики (официальные символы города – герб, флаг, гимн; архитектурно-мемориальные) символы; словесные символы тому подобное). Сюда же относят и удачное использование внешних коммуникаций, указывая, что такая работа должна выполняться постоянно [3, 20].

Ф. Котлер выделяет три составляющие PR: работу со СМИ, организацию мероприятий и лоббирование [4, 121]. Ученые, рассматривая рекламу и PR как разные типы прагматических коммуникаций, называют такую их общую характеристику, как нацеленность на результат [5, 26]. Другие авторы признают целесообразность использования этих инструментов на разных этапах брендинга, считая PR лучшим способом создать бренд, а рекламу – лучшим способом его поддержать [6, 15].

Сейчас реклама остается одним с ключевых коммуникационных маркетинговых инструментов (социальная реклама, внешняя коммерческая реклама), а, значит, и инструментов геобрендинга. Реклама, как важная составляющая брендинга, в современных условиях видоизменяется, приобретает разные формы. Так, в контексте геобрендинговых задач меняются функциональные акценты рекламы – информационная функция замещается коммуникационной, предусматривающей диалог, обратная связь. Функция стимулирования спроса все заметнее выявляет признаки функции его регулятора.

В современных условиях важно постоянное обновление форматов упомянутых инструментов геобрендинга, что означает соответствие меняющимся требованиям и предпочтениям целевой аудитории, а также будет отображать современные тенденции развития общественных коммуникаций.

Оставив в качестве основы классификации разграничение О. Е. Кобякиной онлайн- и оффлайн-инструментов коммуникаций, считаем возможным изменить перечни разновидностей данных инструментов, а также добавить третью группу – так называемые «гибридные» (смешанные) геобрендинговые инструменты коммуникаций (которые могут иметь как онлайн-, так и оффлайн-формат), возникшие в результате повсеместной цифровизации и «размытию границ» между онлайн- и оффлайн-средой применения, к которым можно отнести PR, видеорекламу, геймификацию и тому подобное. «Гибридные» коммуникации возникли также в связи с распространенностью в последнее время системы омниканальности в каналах коммуникации.

Также стоит отметить, что учеными в области маркетинговых коммуникаций Ф. Котлером и Г. Армстронгом были разработаны две модели проведения рекламных кампаний. Модель непрерывной активности предпола-

гает реализацию мероприятий по продвижению рекламного продукта на протяжении всего года с активизацией усилий в периоды пиков. Пульсирующая модель предполагает проведение отдельных рекламных кампаний в течение года с перерывами на несколько недель или даже месяцев [7].

На наш взгляд, онлайн-инструменты и технологии коммуникаций требуют непрерывной активности для достижения целей рекламной кампании, офлайн-инструменты – чаще пульсирующие, но и есть непрерывные. Гибридные же инструменты и технологии коммуникаций являются в большинстве случаев применения непрерывными.

На основании классификаций инструментов коммуникации, предложенных О. Е. Кобякиной и Ф. Котлером и Г. Армстронгом, нами была разработана классификация, состоящая из 3-х групп каналов и инструментов коммуникаций для различных заинтересованных сторон территории, а именно:

офлайн-группа: печатная реклама; реклама в прессе; участие в конкурсах, рейтингах дестинаций; реклама в туристических информационных центрах; прямая почтовая реклама; транзитная реклама; наружная реклама; внутригородское брендинг, брендинг упаковки, сувениры и продукция;

онлайн-группа: веб-сайт; электронная пресса; подкасты; блогосфера, работа с инфлюенсерами; видеореклама, вирусные ролики; QR-коды, VR/AI-технологии, чат-боты, ГИС-технологии, Big Data-технологии; ORM-технологии; партнерские программы; таргетированная, медийная баннерная реклама (тизеры, баннеры, блоки и т. п.), контекстная реклама, SEO; реклама на интернет-площадках, каталогах, формулах, «word-of-mouth»-технологии (отзывы, рекомендации на сайтах), Wiki-ресурсы; email-, SMS-, RSS-рассылка, push-уведомления; вебинары, онлайн-семинары; социальные сети, мессенджеры (WtatsUp, Viber, Telegram), сервисы обмена видеофайлами (YouTube, RuTube, Vimeo); туристические сайты-поисковики и агрегаторы мнений (TripAdvisor, vetliva.ru и т. п.), системы онлайн-бронирования;

гибридная группа: СМИ (одновременно в онлайн- и офлайн форматах); продакт-плейсмент; нетрадиционные методы («партизанская реклама», «сарафанное радио», «эмбиент»-реклама, амбассадоры бренда и т. п.); квесты, геймификация (акции и конкурсы для потребителей); участие в выставках, ярмарках; размещение рекламы на партнерских ресурсах, каналах; краудсорсинг, краудфандинг; мобильное приложение, мобильная реклама; PR (пресс-туры, пресс-конференции и т. п.), ивенты и события.

Выбор инструментов продвижения организации в Интернете требует проведения глубокого анализа и оценки туристического потенциала территории, целей продвижения, целевой аудитории и прочих аспектов.

1. Нагорняк, Т. Л. Брендинг території як державна та регіональна політика : текст : монографія / Т. Л. Нагорняк. – Донецьк, Ноулідж, 2013. – 367 с.
2. Кобякина, О. Коммуникационные стратегии территориального брендинга : автореф. дис. ... канд. филол. наук. : спец. : 10.01.10 «Журналистика» / О. Кобякина. – Москва, 2016. – 24 с.
3. Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України [Електронний ресурс] / за заг. ред. О. Соскіна. – Київ : Вид-во «Ін-т трансформації суспільства», 2011. – 80 с. – URL: <https://book4you.org/book/3250242/79f8c5?signAll=1&ts=0018> (дата обращения: 10.08.2022).
4. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб., «Стокгольмская школа экономики», 2005. – 382 с.
5. Гундарин, М. Книга руководителя отдела PR. Санкт-Петербург, Питер, 2006. – 368 с.
6. Райс Э. Расцвет пиара и упадок рекламы [Електронний ресурс] / Э. Райс, Л. Райс. – Москва, АСТ, 2004. – 320 с. – URL: <https://book4you.org/book/3592530/5fa5ce?signAll=1&ts=0002> (дата обращения: 10.08.2022).
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга : профессиональное изд. / Ф. Котлер, Г. Армстронг ; пер. с англ. О. Л. Пелявского и А. В. Назаренко. – 12-е изд. – Москва, Вильямс, 2009. – 1067с.

*Ещенко Сергей Анатольевич*

*кандидат экономических наук, доцент, заведующий лабораторией проблем учетной политики и финансов, ОАО «НИИ Стройэкономика»*

## **Практические проблемы регулирования механизма исчисления прибыли застройщика в долевым строительстве**

Существующий механизм формирования цены объекта строительства предусматривает наличие такого элемента, как «прибыль застройщика». Вместе с тем, в рассматриваемом случае дефиниция этого понятия существенно отличается от общепринятого раскрытия этого термина не только, как планируемого финансового результата, но и как статуса участника строительной деятельности.

Несмотря на то, что органами государственного управления регламентированы взаимоотношения сторон практически во всех стадиях процесса строительства – между заказчиком в строительстве и подрядчиком посредством специальных правил [1], между заказчиком в строительстве и проектировщиком[2], а также между заказчиком в строительстве и инженерной организацией посредством других [3] правил, важным участником реализации государственных программ, финансирование которых осуществляется за счет средств бюджета являются специализированные организации – управления капитального строительства (далее – УКС), выполняющие функции заказчика в интересах органов государственного управления, являющихся распорядителями бюджетных средств, которые по окончании строительства приобретают права собственности на результаты деятельности УКСов.

Особенность положения этих субъектов хозяйствования в настоящий момент состоит в совмещении роли заказчика в строительной деятельности и инженерной организации, так как свою деятельность УКСы осуществляют на возмездной основе обладая при этом статусом заказчик в строительной деятельности, а как участник договора создания объекта долевого строительства, как застройщик в долевом строительстве.

В следствие этого образовалась острая необходимость в проведении работы, результаты которой обеспечат не только необходимое научное обоснование изменения существующего механизма и правовых условий функционирования УКСов, как субъектов хозяйствования, но и:

- создание экономически обоснованного алгоритма формирования стоимости услуг и ее составляющих - затрат, обеспечивающих возможность реализации функций заказчика и прибыли застройщика;

- адаптацию существующих актов законодательства [4] в целях установления взаимосвязи функций заказчика в строительстве, задач по управлению строительством и видов инженерных услуг в строительстве.

Вследствие этого УКС, как наиболее активный участник строительной деятельности должен приобрести для себя ту роль участника гражданско-правовых отношений, которой он лишен вследствие административного механизма наделения его правами и обязанностями, а не гражданско-правового. Это обстоятельство создаст необходимые экономико-правовые условия для придания соответствующим процессам того экономического содержания, которое будет в полной мере соответствовать их фактической роли в экономике строительства.

1. Правила заключения и исполнения договоров строительного подряда, утв. пост. СМ РБ от 15.09.1998 №1450/ КонсультантПлюс. – Дата доступа: 28.11.2022;
2. Правила заключения и исполнения договоров подряда на выполнение проектных и изыскательских работ и (или) ведение авторского надзора за строительством, утв. пост. СМ РБ от 01.04.2014 №297/ КонсультантПлюс. – Дата доступа: 28.11.2022;
3. Инструкция о порядке оказания инженерных услуг в строительстве, утв. пост. МАиС от 10.05.2011 №18/ КонсультантПлюс. – Дата доступа: 28.11.2022;
4. Постановление Минстройархитектуры от 04.02.2014 № 4 «Об установлении перечня функций заказчика, застройщика, руководителя (управляющего) проекта по возведению, реконструкции, капитальному ремонту, реставрации и благоустройству объекта строительства и утверждении Инструкции о порядке осуществления деятельности заказчика, застройщика, руководителя (управляющего) проекта» / КонсультантПлюс. – Дата доступа: 28.11.2022.

*Кирко Артемий Сергеевич, иерей*

*магистр богословия, аспирант МинДА,*

*зав. отделением заочного обучения Минской духовной семинарии*

## **Учение о браке митрополита Михаила (Десницкого) (1761-1821)**

Митрополит Михаил (Десницкий) (1761–1821) является одним из крупнейших российских богословов начала XIX ст. Он руководил столич-

ной Санкт-Петербургской кафедрой, был Первоприсутствующим членом Святейшего Синода, принимал активное участие в реформировании духовного образования, будучи в «Комиссии духовных училищ», работал главным цензором при переводе Священного Писания на русский язык в «Библейском обществе». Несмотря на крупное богословское наследие и важную роль в истории Русской Православной Церкви, жизнь, литературные труды и мировоззренческие аспекты митрополита Михаила до сих пор не освещались в отдельной монографии, или в систематическом исследовании. В тоже время существует много публикаций, всесторонне рассматривающих современников митрополита Михаила: святителей Филарета (Дроздова), архимандрита Фотия (Спасского) и др. В связи с этим можно утверждать, что фигура митрополита Михаила является забытой в современной церковно-исторической науке. В настоящей статье будет изложено учение о браке, которое митрополит Михаил описал в своем «Катехизисе».

Митрополит Михаил был талантливым оратором и плодовитым писателем. Труды владыки насчитывают несколько десятков томов, которые издавались как при его жизни, так и после смерти. «Катехизис» митрополита Михаила состоит из трех частей и включает в себя 50 бесед или отделений [1, с. 215]. Первая часть «Катехизиса» открывается «Вступлением». Она состоит из 19 глав, или как они подписаны в самом произведении отделений [2, с. XXV-XXVI]. Вторая часть «Катехизиса» состоит из 15 глав, в которых дается обзор событий начиная от Рождества Христова и до основания Христианской Церкви, заканчивается вторая часть главами о благодати Божией и учением о семи Таинствах Церкви. Именно в этой части «Катехизиса» находится подробное учение о браке митрополита Михаила, глава называется «О семи Таинствах Нового Завета, а именно, о крещении, миропомазании покаянии, причащении, священстве, браке и елеосвящении» [3, с. I-III]. Третья часть «Катехизиса» состоит из 16 глав и находится в девятом томе «Беседы в разных местах и в разные времена говоренные» [4, с. I-III].

В самом начале рассуждения о браке митрополит Михаил дает определение Таинства брака, он пишет, что «брак есть священнодействие, в котором служитель церковный обручает два сочетающихся лица и просит им от Бога благословение». Далее автор продолжает и пишет о том, что «брак есть такое Таинство, через которое два отдельных существа становятся едиными, единой плотью», в конце подтверждает сказанное словами из послания апостола Павла (Еф. 5, 31). И добавляет в конце, что «в браке люди получают благословение от Бога быть орудиями продолжающегося сотворения Божия, рождают подобных себе» [3, с. 557]. Далее владыка пишет о браке и девстве, сравнивает эти два пути и делает вывод о том, что девство более сложный и высший путь. Митрополит Михаил осуждает «безбрачное с женою житие», осуждает совместную жизнь мужа и жены без благословения Божия, без благословения супружеской пары в Таинстве брака. Владыка Михаил пишет о том, что брак установлен Богом еще в раю, одобрен и подтвержден Господом Иисусом Христом при посещении Им брака в Кане Гали-

лилейской. В брак должны вступать не больше двух человек. Те люди, которые вступают в брак второй или третий раз, на них налагается епитимья перед вступлением в брак снова [3, с. 557-564].

Митрополит Михаил повторяет слова Господа о том, что единственной причиной разрыва брака может быть только прелюбодеяние. Интересно владыка добавляет, что тот, кто совершил прелюбодеяние, до своей смерти должен нести епитимью и не может второй раз выйти замуж или жениться. Часто автор подчеркивает, что брак должен заключаться не для услаждения плоти, но для деторождения [3, с. 566]. Далее митрополит Михаил пишет о том, что в брачном союзе не должно быть кровосмешения. Брак не должен заключаться между отцом и дочерью, сыном и матерью, между братьями и сестрами и другими близкими родственниками [3, с. 569].

Вступающим в брак владыка советует следующее, что «два совершеннолетних лица, с здравым разумом, должны вступать не по принуждению, а по добровольному согласию, должны вступать не по слепой страсти, не по плотской порочной любви, ни по корыстолюбию, не по честолюбию, но по одному благоразумию, узнав хорошо друг друга, увидев богатство душевных дарований, полюбив внутреннее благородие». Митрополит Михаил советует перед вступлением в брак не пренебрегать советом родителей, родственником и близких друзей, а также чистосердечно молиться Богу и просить Его помощи [3, с. 572-73]. Владыка Михаил выделяет три главных обязанности, которые должны соблюдать вступившие в брак, во-первых, «не отлучаться друг от друга», т.е. не должны разводиться друг с другом не по какой причине, даже неверие во Христа не может быть причиной развода. Исключение может быть только прелюбодеяние одного из супругов, но разведенный уже должен пребывать в безбрачии [3, с. 574-76]. Во-вторых, жена должна во всем повиноваться мужу, повиноваться в простоте сердца, но повиноваться не из рабского страха, а по любви, по уважению к мужу [3, с. 577-580]. В-третьих, главная обязанность в браке, говорит митрополит Михаил, мужьям любить своих жен, любить так, как Господь возлюбил Церковь, относиться к ним благосклонно и с любовью [3, с. 581-584].

Делая вывод всему сказанному, владыка Михаил пишет о том, что любовь в браке друг ко другу, не должна превосходить любви к Богу. Вступающим в брак необходимо стараться исполнять вышеуказанные обязанности и тогда неразрушимым будет брак, тогда на браке будет благословение Божие, тогда рождение и воспитание детей будет успешно и добропорядочно [3, с. 585].

1. Доброгаев, М. Михаил (Десницкий), митрополит Санкт-Петербургский и Новгородский, бывший архиепископ Черниговский (Окончание) / М. Доброгаев // Черниговские епархиальные ведомости (неофициальная часть). – 1894. – №5. – С. 203-216.
2. Михаил (Десницкий), митрополит. Беседы в разных местах и в разное время говоренные / митрополит Михаил (Десницкий). –Т. VII, Ч. 1. – Санкт-Петербург : В типографии Иос. Иоаннесова, 1823. – 502 с.



3. Михаил (Десницкий), митрополит. Беседы в разных местах и в разное время говоренные / митрополит Михаил (Десницкий). Т. VIII, Ч. 2. — Санкт-Петербург : В типографии Иос. Иоаннесова, 1824. — 594 с.
4. Михаил (Десницкий), митрополит. Беседы в разных местах и в разное время говоренные / митрополит Михаил (Десницкий). Т. IX, Ч. 3. — Санкт-Петербург : В типографии Иос. Иоаннесова, 1824. — 446 с.

*Коляда Андрей Иванович, иерей  
магистрант, Минская духовная академия*

## **Особенности православной миссии в информационном интернет-пространстве**

В разное время представители Русской Православной Церкви высказывали противоположные взгляды на роль и место сети Интернет в жизни современного общества. Сегодня нет сомнений, что информационное интернет-пространство является перспективным средством и благотворной средой для христианского благовестия. В своем докладе на Архиерейском Соборе 2013г. Святейший Патриарх Кирилл особо подчеркнул необходимость развития миссионерской деятельности в Сети: «Миссия Церкви может и должна быть широко распространена в интернет-пространстве. Блоги, социальные сети — все это дает новые возможности для христианского свидетельства. Не присутствовать там — значит расписаться в собственной беспомощности и нерадении о спасении братьев» [2].

Рассмотрим особенности миссии в сети Интернет, которые напрямую связаны с характерными свойствами коммуникации в виртуальном пространстве, а именно:

1. Общедоступность как основной принцип Интернета. Каждая православная страница является миссионерской, в большей или меньшей степени, вне зависимости от того, официальная ли это страница прихода или епархии.

2. Независимость от расстояний и времени. Пользователь, находясь в определенной точке пространства, имеет возможность просматривать любые страницы или общаться одновременно с представителями различных культур, которых может быть неограниченное множество в определенную единицу времени, активно или пассивно участвующих в коммуникативном процессе.

3. Быстрота распространения информации и быстрая степень обратной связи. Каждое слово, произнесенное в Сети, получает (или не получает) мгновенные отклики, которые можно проанализировать и понять, как именно относятся люди к твоему информационному послылу.

4. Относительно небольшие финансовые вложения без ограничения в выборе наполнения ресурса (творческая свобода) с предоставлением неограниченного времени на подбор материалов.

5. Возможность широко использовать внушительный мультимедийный потенциал современных интерактивных сервисов.

6. Возможность не только вести живой диалог с нецерковными людьми, но общаться и духовно возрастать со своими единоверцами.

Проповедь в интернете безусловно, сталкивается и с определенными трудностями. Среди них можно выделить следующие:

1) интернет-сообщество, как правило, имеет свой язык, которым приходится если не пользоваться, то, по крайней мере, владеть [3].

2) для пользователей интернета требуется владение определенными техническими средствами — компьютером, смартфоном и (при создании сайта) соответствующим программным обеспечением.

3) не всегда есть возможность наладить обратную связь с адресатом проповеди и понимать его конкретные потребности, а также наблюдать за процессом воцерковления.

Обозреватель журнала «Фома» Алексей Соколов отметил необходимость выстраивания системы коммуникаций, позволяющей сохранить реальное взаимодействие между людьми. По мнению А. Соколова, интернет из альтернативы живому общению людей может превратиться в инструмент по укреплению общинной жизни [1].

Проповедь в Интернете является сложной работой, и, вместе с тем, тема религии в интернет-пространстве очень востребована. Большое количество молодежи не знает или находится в поисках Бога. Одна из задач Церкви — своим присутствием в Интернете дать возможность молодому человеку посредством современных информационных технологий подробнее узнать о православной вере, задуматься о смысле жизни, а также посредством социальных сетей обратиться к священнику или миссионеру с вопросом, что не всегда доступно в режиме оффлайн.

Что примечательно, информационные отделы РПЦ с течением времени, как мы видим, развивают способы коммуникации с клириками и мирянами, совершенствуя и дорабатывая собственные средства массовой информации, которые становятся более презентабельными, интуитивно понятными и удобными для богоспасаемой паствы.

За прошедшие десять лет имеется убеждение в том, что многие былые страхи относительно сетевых технологий оказались действительно оправданны. Для части наших сограждан Интернет стал способом бегства от реальной жизни в иллюзорный мир и пространством для совершения высоко-технологичных преступлений.

При всем этом, конечно, никакие даже самые изощренные виртуальные технологии никогда не смогут подменить собою ни Церковь, ни ее литургическую и молитвенную жизнь.

Вместе с тем, есть убеждение и в том, что в умелых и ответственных руках Интернет может быть уникальным инструментом донесения до человека церковной проповеди, посредником в живом общении с ближним, находящимся вдали, проводником к богослужебной жизни Церкви.

1. В рамках Рождественских чтений в МГИМО (У) прошла секция «Церковь в информационном пространстве» // Портал «Патриархия.ру» [Электронный ресурс] — 2010. — Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1050609.html>. — Дата доступа: 29.11.2022.
2. Иеромонах Тихон (Васильев) особенности православной миссии в информационном пространстве. / Иеромонах Тихон (Васильев) [Электронный ресурс]. — 2017. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-pravoslavnoy-missii-v-informatsionnom-prostranstve/viewer>. — Дата доступа: 29.11.2022.
3. Судариков В. Православная миссия в глобальной компьютерной сети интернет: возможности, проблемы, перспективы // Портал «Библиотека православного христианина» [Электронный ресурс] — 1999. — Режим доступа: <http://www.wco.ru/biblio/books/sudar1/main.htm>. — Дата доступа: 29.11.2022.

*Кудаш Денис Сергеевич*

*аспирант Минской духовной академии, магистрант кафедры психологии  
Витебского государственного университета им. П.М. Машерова*

### **Совладающее поведение студентов духовной семинарии**

Понятие «совладающее поведение» является переводом английского «to cope» (совладать, справляться, преодолевать). Понятие «coping» было введено в научный оборот американским детским психологом Лоис Барклай Мерфи (Lois Barclay Murphy) в 1962 году при исследовании способов преодоления детьми требований, выдвигаемых кризисами возрастного развития.

Современные отечественные психологи Т.Л. Крюкова и Е.В. Куфтяк дают определение совладающему поведению как: «целенаправленному социальному поведению, позволяющему субъекту справиться со стрессом способами, актуальными личностным особенностям и ситуации через осознанные стратегии действий»[2,4]. Эти стратегии называются копинг-стратегиями, перечислим их: «конфронтация», «дистанцирование», «самоконтроль», «поиск социальной поддержки», «принятие ответственности», «бегство-избегание», «планирование решения проблемы», «положительная переоценка». Частота использования той или иной копинг-стратегии будет рассмотрена в данной статье.

Исследование проводилось на базе религиозной организации «Витебская духовная семинария». Выборку составили 30 студентов мужского пола, учащиеся второго - пятого курсов дневной формы получения образования в возрасте от восемнадцати до двадцати шести лет (средний возраст – двадцать один год).

С целью выявления частоты использования студентами духовной семинарии той или иной копинг-стратегии была применена «Методика психологической диагностики способов совладания со стрессовыми и проблемными для личности ситуациями», авторы: Л.И. Вассерман, Б.В. Иовлев, Е.Р. Исаева и др.[1]

Результаты исследования показали, что наиболее используемыми копинг-стратегиями среди респондентов являются: «дистанцирование», «бегство-избегание», «конфронтация».

Для копинг-стратегии «дистанцирование» характерно использование человеком интеллектуальных приемов внутреннего совершенствования, отношения к сложившейся ситуации через призму юмора, отстранения от проблем путем переключения внимания на другой аспект жизни.

Стратегия «бегство-избегание» направлена на преодоление негативных переживаний за счет уклонения от трудностей, например: отвлечением на что-либо, отрицанием существующей проблемы или же игнорированием ее, пассивностью, уклонением от ответственности. При высоком уровне использования данной стратегии, вышеперечисленные примеры уклонения от трудностей могут использоваться для нормализации эмоционального перенапряжения.

Высокий показатель по копинг-стратегии «конфронтация» говорит о выраженной импульсивности в поведении, враждебности, трудности в планировании действий, прогнозировании их результата, неоправданном упорстве. Поведение человека при этом направлено на снятие эмоционального напряжения. При умеренном же использовании рассматриваемой стратегии, отмечается способность индивида к сопротивлению трудностям, умение отстаивать собственные интересы и взгляды [1,10].

Далее по частоте использования учащимися духовной семинарии находится следующая группа копинг-стратегий: «планирование решения проблемы», «положительная переоценка», «поиск социальной поддержки», «принятие ответственности».

В основе стратегии «планирование решения проблемы» лежит анализ сложившейся ситуации и продумывание оптимальных вариантов поведения для выхода из нее. Активное использование данной стратегии позволяет выстроить стройную модель поведения, способствующую планомерному выходу из сложившейся негативной ситуации.

Полученный показатель по стратегии «положительная переоценка» свидетельствует об активно предпринимающихся попытках переосмысления негативных переживаний путем их положительного переосмысления. Для использующих данную копинг-стратегию людей наиболее характерна ориентированность на философско-надличностное осмысление проблемной ситуации, что в свою очередь служит стимулом для дальнейшего саморазвития [1,14].

Стратегия «поиск социальной поддержки» заключается в разрешении стрессовых ситуаций путем использования социальных ресурсов и эмоциональной поддержки. Для умеренно использующего данную стратегию человека характерно социально ориентированное поведение с целью получить совет, внимание, понимание, быть выслушанным. Такие люди часто становятся зависимы от чужого мнения и легко разочаровываются в человеке, если сталкиваются с недопониманием с его стороны.

Стратегия «принятие ответственности» предполагает признание индивидом своих действий, которые привели к возникновению проблемы и принятие ответственности за ее решение. При умеренном использовании данная стратегия отражает стремление личности к пониманию зависимости между собственными действиями и их последствиями, готовность анализировать свое поведение, искать причины трудностей в личных недостатках и ошибках [1,12].

Наименее используемой копинг-стратегией у студентов духовной семинарии является «самоконтроль». Стратегия самоконтроля включает в себя способность личности к преодолению негативных жизненных ситуаций за счет сдерживания эмоций и самообладания. Учитывая, что стратегия самоконтроля и набрала меньший показатель среди всех копинг-стратегий, но он достаточно высок, что говорит о склонности к сокрытию своих переживаний на фоне возникшей проблемной ситуации. Также полученный показатель говорит о способности индивида избегать мотивированных эмоциями поступков, преобладании рационального подхода к сложившимся негативным обстоятельствам.

Таким образом, наиболее используемыми студентами духовной семинарии копинг-стратегиями для преодоления стрессовых и проблемных ситуаций являются: «дистанцирование», «бегство-избегание», «конфронтация». Наименее часто студенты духовной семинарии используют копинг-стратегию «самоконтроль».

1. Вассерман, Л.И. Методика психологической диагностики способов совладания со стрессовыми и проблемными для личности ситуациями: пособие для врачей и мед. Психологов / Л.И. Вассерман, Б.В. Иовлев, Е.Р. Исаева, Е.А. Трифонова, О.Ю. Щелкова, М.Ю. Новожилова, А.Я. Вукс. – СПб.: НИПНИ имени В.М. Бехтерева, 2009. – 40 с.
2. Куфтяк, Е.В. Психология семейного совладания : автореферат дис. доктора психологических наук :19.00.13 / Куфтяк Елена Владимировна; [Место защиты: Ин-т психологии РАН].- Москва, 2011. – 45 с.

*Куделич Галина Петровна*

*старший преподаватель кафедры романских языков факультета международных отношений Белорусского государственного университета*

### **Идентичностный бриколаж, религии и новый тип социальных связей**

Среди сообщества французских ученых, занятых изучением социальной реальности, фигурирует выражение католическая матрица (Э. Тодд, Ле Бра, М. Гоше, Ж. Фурке). Оно не является строгим термином с четкой дефиницией, тем не менее достаточно емко иллюстрирует конституирующую роль христианства не только для французского, но и всего западного общества. Признавая ключевую роль католицизма в истории, тем не менее, исследователи отмечают потерю его влияния на современном этапе.

Резкое снижение уровня религиозности, зафиксированное социологическими штудиями, поначалу считалось доказательством в пользу теорий

секуляризации. Однако на сегодняшний день ученые убеждены в обратном – это обозначает не утрату религиозности, но качественную ее трансформацию: религиозные убеждения в современном западном обществе являются атрибутом сугубо личной, интимной сферы человека.

Именно это смещение роли религии от тотальности к индивидуальности, считает М. Гоше, стало тем вектором развития (именуемый «выходом из религиозного» [1, 9]), завершением которого является крайняя индивидуализация в социуме и автономия субъекта по отношению ко внеположенным системам смысла. Движущей силой этого процесса выступило становление государственности, постепенно избавившей правителей от верховенства религиозных ценностей, полагая дела земные компетенцией светской власти. Лишь духовное окормление в перспективе личного спасения осталось прерогативой института священства, чье посредничество на протяжении последнего столетия ставится под сомнение в силу дискредитации самой иерархической модели построения отношений. Культивирование рациональности уступило место пиетету перед субъективным восприятием. Все это привело к гибридизации, эклектичному конструированию индивидуальных смысловых систем, в том числе новоделов под маской возрождения аутентичных верований. Такой способ конструирования религиозности французские ученые называют бриколажем, используя термин К. Леви-Стросса.

При этом, будучи существом социальным, человек ищет валидации своей системы смыслов в глазах другого, того, с кем можно разделить эти ценности. Так формируется потребность в принадлежности к некой общности. Этот импульс обнажает главную потребность человека – быть частью чего-то большего, стать единым вопреки индивидуальным различиям.

Именно религия предлагает человеку такой опыт – единения, связи через принятие общих ценностей, встраивание себя в историческую перспективу народа божьего. Но исторически, особенно во французском обществе, проникшемся идеями светскости, религиозные институции были дискредитированы в глазах населения. Для выражения своих убеждений люди избрали поле, в котором можно реализоваться здесь и сейчас – гражданская позиция. Этим объясняется крайняя политизированность французов – они творят историю во имя лучшего будущего.

Но политическая борьба также не смогла надолго в единодушном порыве объединить нацию. Эта сфера стала живущим по своим законам миром в себе, на который обычный обыватель имеет мало влияния. Тем не менее, у человека сохранилась потребность презентовать себя миру, в котором со времен господства христианства все построено по принципу представительства, репрезентации. Так эра политической борьбы, сходящая во мнении многие исследователи, становится эрой идентичностей (М. Гоше, И. Берберис). В культуре, в которой удельный вес визуальных символов постоянно увеличивается, зрительная манифестация оснований идентичности становится императивом. А поскольку именно укорененная в религиозности

идентичность обретает для себя экзистенциальную легитимность, в общественном поле наблюдается возвращение манифестации религиозной принадлежности. К таким знакам можно отнести как традиционное облачение мусульман, так и украшения, стилизованные под скандинавские амулеты, татуировки и др. Безусловно, символическая и ценностная нагрузка этих знаков в каждом индивидуальном случае будет отличаться. Но, в любом случае, это является коммуникативным посылом во вне, потенциально структурирующем социальный контакт. В обществах, сформированных монотеистическими религиями, частью системы которых является механизм репрезентации, артикуляция своих индивидуальных ценностных предпочтений – это краеугольный камень всякой коммуникации. Искусствовед И. Барберис в своих наблюдениях за символическими формами в искусстве, театре и кино, приходит к констатации смены эпох, современную ситуацию она называет «эпохой идентитаризма», пришедшей на смену идеологической борьбе в политической плоскости [2, 10].

Но инаковость сопряжена с настороженным отношением к Другому, побуждающим в том числе осмыслить свои собственные основания. В условиях конкуренции мировоззренческих концепций, а также их причудливых композиций по принципу пэчворка, естественным стремлением является поиск коллективной сплоченности, принадлежности к группе. Это также стимул для участия в различных активностях социального толка. Так возникает новый тип межличностной связи, общим знаменателем которой становится переменная категория – этнос, религия, искусство, музыкальные пристрастия.

Параллельно со стремлением солидаризоваться возможен и другой сценарий коммуникации – противопоставление идентичностей, создание социального напряжения и конфронтации. Именно так складывается на данный момент ситуация с мусульманским населением Франции, выражающим свою приверженность в их понимании традициям ислама. Внешняя атрибутика религиозности порождает в секулярном обществе недовольство, поскольку воспринимается как нарушение республиканского принципа светскости. Общественно-политическая повестка во Франции на данный момент складывается под знаком раскола и противостояния, в то время как власти безуспешно пытаются найти основание для единения своих граждан.

События последних десятилетий показывают, как проблематика идентичности способна оживить старые химеры, такие как ксенофобия, национализм, расизм и др. Но, одновременно с этим, будучи глубинно связана с внутренней потребностью в смысле, наделяющем ценностью человеческое существование, эта тема дает импульс переосмыслению принципов человеческого общежития, способного обеспечить единство в инаковости.

1. Gauchet, M. La religion dans la démocratie / M. Gauchet. – Editions Gallimard, 1998. – 191 p.
2. Barberis, I. Panique identitaire / I. Barberis. – Presses Universitaires de France: Humensis, 2022. – 84 p.

*Лемещенко Петр Сергеевич*

*доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой международной политической экономики Белорусского государственного университета*

## **К столетию образования СССР:**

### **краткий теоретико-экономический дискурс**

29 декабря 1922 года на конференции делегаций от съездов Советов РСФСР, УССР, БССР и ЗСФСР был подписан Договор об образовании уникального союза – СССР. Этот документ был утверждён на следующий день 30 декабря 1922 года I-м Всесоюзным съездом Советов и подписан главами делегаций. Формально прекращение деятельности или распад Союза ССР завершился подписанием Беловежских соглашений и Алма-Атинской декларации 8 и 21 декабря 1991 года соответственно, которые учредили конфедеративный союз большинства бывших советских республик Содружество Независимых Государств. 25 декабря 1991 года Президент СССР М. Горбачёв сложил свои полномочия, а на следующий день, 26 декабря 1991 года, Совет Республик Верховного Совета СССР принял уже декларацию о прекращении существования СССР. Прошло, таким образом, сто лет со дня образования СССР и тридцать лет со дня прекращения его существования. Обсуждение и оценки этого исторического феномена не прекращаются до сих пор, а в связи с юбилеем даже возросли.

Я не рискую настаивать на правоте своих оценок и однозначности выдвигаемых аргументов в ту или иную сторону. Правда, отметим, что диапазон оценок здесь находится от полного отрицания жизненности идей марксистско-ленинской теории и жесткой критики опыта СССР до весьма положительных и где-то даже чрезмерно положительных оценок и марксизма, и советской хозяйственной практики, социокультурных нововведений в этот период. Кстати заметим, чем дальше мы от СССР, тем больше можно слышать положительного о политэкономическом советском опыте. Мне думается, это не ностальгия. Это, скорее всего, сравнительные оценки настоящего и будущего.

Известный специалист в области истории экономической науки М. Блауг пишет: «В своей ипостаси экономиста Маркс продолжает жить и еще актуален как ни один из авторов... Маркс подвергался переоценке, переосмысливался, опровергался, его хоронили тысячекратно, но он сопротивлялся всякий раз, когда его пытаются отослать в интеллектуальное прошлое. Хорошо это или плохо, но его идеи стали составной частью того мира представлений, в рамках которого мы все еще мыслим» [1, с. 207]. И такие дискуссии не закончились до настоящего времени, что показали юбилейные мероприятия по поводу 200-летия со дня рождения К. Маркса.

Открытия, сделанные Марксом, затрагивают не только политэкономию, но и философию, историю, политологию, социальную сферу. При этом они имеют под собой природно-технологическую основу. Подчеркнем, не только затрагивают, но и вносят в эти сферы глубокий и существенный по-



знавательный эффект, обусловленным, как сегодня бы назвали, синергетическим эффектом. Ну а когда нарушается сложившийся веками «порядок» в головах (иначе – науках), то, конечно, это находит отражение и в обществе. Посягательство на капитал и частную собственность, другие идейно-теоретические постулаты имеющими вековое идейное вскармливание, должны были бы как-то получить свой резонанс, что и продолжается по сей день.

Конечно, теоретические марксистские постулаты в той или иной мере использовались руководителями, определяющими становление и развитие СССР на протяжении всего периода существования. Широта идей классиков и обилие их работ позволяли советским политикам по-своему (!) интерпретировать и уже на практике проводить те или иные мероприятия. Пожалуй, можно сказать, что в марксистской политэкономии завершился классический период этой научной дисциплины с очень существенными гносеологическими преимуществами. Во-первых, именно в исследовании системы объективных экономических законов и отношений человеческого общения (производства, распределения, обмена и потребления) оформился предмет экономики как науки в ее классический интерпретации, предложив практике ее адекватный хозяйственно-политический образ, практическую и перспективную модель эволюции. Во-вторых, политэкономия позволила (и она в этом плане незаменима) определить противоречивую стратегию и динамику политэкономического и социокультурного развития на базе капитала. В-третьих, предметная определенность, методология, категориальный аппарат позволили зафиксировать потенциал, движущие силы складывающегося нового способа производства, эпохи с указанием ограниченности и перспективности одних экономических форм по сравнению с другими. В-четвертых, определить «несущую конструкцию» или основу общественно-экономического устройства как органическую составляющую определенно-технологического способа производства, общественного уклада, экономической и морально-этической нормы поведения, политико-правового механизма координации и защиты интересов индивидов, их собственности. В-пятых, на основе складывающихся тенденций в траектории институциональных изменений наметить прогноз возможных противоречий развития с выявлением соответствующих форм их разрешения. Наконец, политэкономия дает методологическую и инструментальную основу для анализа другим более конкретным экономическим дисциплинам. По всем этим пунктам были и могут быть острые дебаты. Но надо понимать специфику применения политико-экономических доктрин в реальном и практическом преломлении.

И хотя существует точка зрения, что «Капитал» Маркса был настольной книгой пролетариата, представляется, марксизм все же стал более полезным для капитала, чем для пролетариата. Представители капитала и его идейные сподвижники увидели, куда идет эволюция капитала, какова его сила и ограничения, и что надо делать для регулирования этих отношений. Но и пролетариат, другие слои населения увидели то, что называется пол-

ную картину мира хотя и в абстрактном, но в реальном отображении. Для любого времени, и наше вовсе не является исключением, проблема более или менее адекватного отражения современной действительности является также очень актуальной проблемой. Речь идет о том, что любая реформа по своим задумкам и результатам всегда отличаются.

Таким образом, в XIX в. получившие образование и на Западе, и в России, ищущие смыслы деятели рассмотрели в Европе новое интеллектуальное движение, которое развивалось как синтез философии, политики, культуры, экономики и даже техники, природы. Особая ветвь этого движения оформилась в структуру соратников и познавательную систему. Во главе последователей и близких сообществ и был Карл Маркс, великий мыслитель, исследователь и писатель. Как бы ни странно это ни звучало, Маркс сыграл огромную роль в консолидации российского общества вокруг проблемы прошлого, настоящего и «образа будущего».

Все это было очень важно для России. С. Н. Булгаков, глубокий мыслитель, писал в конце XIX века: «После томительного удушья 80-х годов марксизм явился источником бодрости и деятельного оптимизма... Он усвоил и с настойчивой энергией пропагандировал определенный, освещенный вековым опытом Запада практический способ действия, а вместе с тем он оживил упавшую было в русском обществе веру в близость национального возрождения, указывая в экономической европеизации России верный путь к этому возрождению. ...Если при оценке общественного значения различных социальных групп марксизмом и была действительно проявлена известная прямолинейность и чрезмерная исключительность, то все-таки не нужно забывать, что именно успехами практического марксизма определяется начало поворота в общественном настроении» [2, с. VII].

Как писал тот же богослов Г. Флоровский, что Маркс задал своими работами рациональную «повестку дня», а потому марксизм был и воспринят в России конца XIX века как деятельное мировоззрение. Это была первая стройная картина реального мира, иначе говоря мировоззренческая система, в которой на современном уровне достижения науки ставились основные проблемы мышления, бытия, свободы и необходимости. Но марксизм в России тоже воспринимался по-разному. Н. Бердяев, например, отмечал в «Вехах», что марксизм потребовал определенной и непривычной для российской интеллигенции интеллектуальной дисциплины, последовательности, системности и строгости логического мышления. Это подводило от дискуссий к теории, а от теории к практике.

К тому же марксизм в России выступил некой объединительной основой для многих взглядов: им восхищались, критиковали, просто отвергали и пробовали принять для объяснения практики. Все-таки, как нам кажется, Европа для России в целом была ориентиром не только в моде, языке и пр., но в социальном устройстве. Поэтому почти ни одна теория или концепция, которая была на российском пространстве, не могла с марксизмом, по суще-

ству, конкурировать. Этому способствовал рост вширь и вглубь индустриального капитализма со всеми вытекающими последствиями.

Русскому революционному движению марксизм сослужил большую службу тем, что он, создав яркий образ капитализма, вопреки своей универсалистской программе обосновал и национальные черты. Этим для русской революции была задана практическая цель, которая придала этой революции большую уверенность и дополнительную силу. Более того, сложные и полемические пророчества Маркса притягивали трудящихся, а посему он стал своеобразной институциональной иконой. Однако в то же время надо было понять его постулаты и прогнозы рационально и трезво. Это уже зависело от степени теоретической подготовки самих «революционеров».

Марксизм в России немислим без В.И. Ленина, Г. В. Плеханова, Н.И. Бухарина, А. А. Богданова, И.В. Сталина и других деятелей. Вот здесь и начинается то, что можно назвать развитием марксизма или вольной его трактовкой с учетом исторических обстоятельств. В 1899 г. Ленин написал: «Мы вовсе не смотрим на теорию Маркса как на нечто законченное и неприкосновенное; мы убеждены, напротив, что она положила только краеугольные камни той науки, которую социалисты должны двигать дальше во всех направлениях, если они не хотят отстать от жизни. Мы думаем, что для русских социалистов особенно необходима самостоятельная разработка теории Маркса, ибо эта теория дает лишь общие руководящие положения, которые применяются в частности, к Англии иначе, чем к Франции, к Франции иначе, чем к Германии, к Германии иначе, чем к России» [3, с. 184]. Это утверждение было фундаментальным, хотя он считал себя марксистом. Главное: для русских социалистов особенно необходима самостоятельная разработка применительно к реальным условиям. В этом было начало раскола – вплоть до Гражданской войны и даже позже.

Известно, что именно в России прежде всех был издан перевод «Капитала» Маркса в 1872 г. под ред. Ник. Даниэльсона, потом в 1899 г. под ред. П. Струве, а в 1906-1909 гг. перевод Ив. Степанова-Скворцова. Интеллигенция погрузилась в изучение марксизма, но понять политэкономия – и классическую, и марксистскую (тоже английскую) – было очень сложно. Молодой Ленин, заканчивая первый большой труд «Развитие капитализма в России» (1898 г.), надолго углубился в это учение и заметил, что профессора «нередко весьма плохо понимают политическую экономию». Мы подтвердим это и для профессоров в настоящем времени. Это противоречие обусловлено способностью изучаемых абстрактные категории и философии, и политэкономии переводить на язык практических действий, на этот уровень с учетом времени и всех изменений. Поэтому предварительный вывод таков: марксистское учение для своего периода развития было вполне обоснованным и жизнеспособным для использования данного учения. Вопрос мог быть в степени понимания теории, практического применения в социальных системах!

К тому же в России не было западного капитализма. Здесь с конца XIX века был «периферийный капитализм» - это совсем другое чем на Западе хозяйство с его государственным устройством, ментальностью государей и населения разного сословия и пр. А к 1917 г. в России после февральской буржуазно-демократической революции сложилось не просто двоевластие, а полный политический вакуум, «разруха в умах» и в экономике. Учили одно, готовились с учетом этого к некоторым действиям, хотя российская действительность всегда отличалась своеобразием, а оказались в результате войны в совершенно иных условиях, когда объективные предпосылки социальных изменений устремились к нулю. Это феномен российской революции! Правда, особенности российского «крепостнического капитализма» лаконично еще ранее выразил К. Маркс во втором наброске ответа на письмо В. И. Засулич, что в России возник известный род капитализма, вскормленный за счет крестьян при посредстве государства [4, с. 415].

В ходе русской революции ни одно из объективных условий, сформулированных Марксом как необходимых для социализма, в России не выполнялись, и оформился образ крестьянского мелкобуржуазного коммунизма и социализма – в обход капитализма индустриального с его сознательным и организованным пролетариатом. В.И. Ленин говорил, что строить социализм надо с тем населением, которое есть, его обучая, воспитывая и т.д. Но объективность этого социализма заключалась в том, что он был необходим для физического выживания и сохранения целостности страны, ее ядра. Были бы большевики безответственными и похитрее, они могли бы и не взять на себя эту ответственность за восстановление разрушенного хозяйства. И СССР (30 декабря 1922 г.) оказался верной стратегией, выгодной и необходимой для всех участников этого формирования. Без этого невозможно было бы и создать боевую РККА, чтобы защитить Отечество в опасности.

Мир, земля тем, кто ее обрабатывает, заводы, фабрики – рабочим, ликвидации безграмотности, участие трудящихся в управлении и пр. – эти принципы оказались мотивом, который предопределил и ускоренную индустриализацию на всей территории СССР, и электрификацию, и развитие науки, высшего образования. И это в окружении полной изоляции.

СССР показал своим примером, что есть другая возможная система социальных и экономических отношений. Конечно, мы понимаем какой упрек можно сделать при этом. Но фактом является то, что мир все-таки изменился в сторону обращения к человеку и его проблемам. Развал же СССР дает возможность капитализму отыграться за прошлые годы, что он и делает.

Трудно преувеличить план ГОЭЛРО, который позволил в начале отечественной 1941-1945 гг. войны в далекой Сибири на востоке эвакуированным заводам пользоваться электроэнергией, чтобы быстро наладить выпуск техники и боеприпасов. Все-таки при всех тех проблемах и острых вопросах, которые задавались и задаются по СССР, нельзя не зафиксировать, что это образование со своим народом и с очень трудной историей стало второй страной мира, которая предопределяла мировую историю после второй ми-

ровой войны. И при этом держала такую армию, которая, как потом оказывалось, была нужна для своего национально-политического существования.

У студентов, которым 20-21 год, я спросил недавно, а что вы бы назвали положительного из опыта СССР? Ответы были ожидаемые: отсутствие безработицы, большая уверенность в будущем, твердая валюта, бесплатное образование, медицина, квартиры, большее уважение к людям труда, коллективизм и сопереживание, ответы коррупции. Может, эти на фоне стали возможными на фоне текущих волнующих событий.

Обобщая, можно сказать следующее.

1. СССР – это исторический факт. 70 лет уже даже с текущего периода времени несколько меняет оценку той хозяйственной и политической практики.

2. СССР показал, что производственные, социальные, отношения общения могут быть другими. Уже можно разбирать плюсы и минусы этого явления.

3. Большевики, может, ошиблись в том, что природу человека можно изменить быстро и втянуть буквально из царства необходимости в царство свободы... Ментальность – это то, явление, с которым надо считаться [5].

4. Национальный вопрос – также не такой простой вопрос, который можно игнорировать в ходе социальных преобразований.

5. Сознание, эмоции, мотивы и пр. – это тоже объект управления. Не хлебом единым жив человек. Но страсти человеческие, зависть и пр. надо учитывать. Россия – единственная империя, где окраины жили лучше метрополии и тем не менее русофобия – тоже исторический факт.

6. Перефразируя известный тезис, отметим, что если ранее философы и экономисты только и делали, что преобразовывали мир, то сегодня речь идет о том, чтобы понять его. Знание марксизма – это не вопрос образования, это вопрос Профессионализма. Нельзя познать «рынок», всю эту социально-экономическую систему без знания капитала как центрального феномена системы отношений, но который постулируется всего лишь как стоимость или цена материально-денежного ресурса. К тому же в образовании тоже так сложилось, что богатые учат бедных оставаться бедными, о чем свидетельствует статистика. И сегодня требуется новый целостный взгляд на современное мироустройство (!), его эволюцию хозяйственных отношений, их форм, подобный тому, который был зафиксирован классической политэкономией. Совершенно напрасно выбросили из поля зрения то, что называли ранее «политэкономия социализма», которая просуществовала порядка трех десятилетий всего лишь. В этом пласте идей и концепций, кстати, очень много того, что сегодня предлагают представители социально-институциональной экономики. Например, идея гарантированного дохода тесно смыкается с теорией общественных фондов потребления, а идея трансакционных издержек с идеей «социальной эффективности», процессом планирования и многое другое. А почитайте теории «социалистического

управления» и сравните с «западными». Первые окажутся более ранними и даже более значимыми.

7. Да, социализм проиграл на этом участке времени, но лишь на пространстве СССР. Кроме известных стран, где социализм выступает общественной идеологией, почти все страны в той или иной степени реализуют некоторые социалистические идеи, за которые ранее садили в острог. Иначе говоря, капитализм не победил в долгосрочном периоде! И с нашей точки зрения, не может победить, не меняя своей основы. А эти изменения идут в направлении социализации многих отношений, форм хозяйства. Кстати, даже «сжатие ресурсов» подталкивает к более справедливой жизни, о чем писал нобелевский лауреат А. Дитон. И тот острый конфликт, который разворачивается на наших глазах, это попытка ряда капиталов по-прежнему реализовывать свою колониальную стратегию. Но это, по сути, цивилизационный конфликт, в котором «старый» и «новый» виды капиталов пытаются приспособиться к новым технологическим изменениям, но за счет других, как это было всегда.

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело Лтд, 1994. – 684 с.
2. Булгаков С. Н. От марксизма к идеализму. Сборник статей (1896-1903). СПб.: Общественная польза. – 367 с.
3. Ленин В.И. Наша программа // Полное собрание сочинений. М.: Изд. Гос. политлитературы, 5-е изд. Т. 4. – С. VII - XVIII.
4. Маркс К. наброски ответа на письмо В.И. Засулич. Второй набросок. // Маркс К., Энгельс Ф., соч., 2-е изд. Т. 19.
5. Лемешенко П.С., Сидорова А.М. Неформальные институты и рыночная реформа в Беларуси: эволюция, противоречия, стратегия. – Мн.: Мисанта, 2013. – 103 с.

*Ленин Сергей Леонидович, протоиерей*

*доцент Минской духовной академии, кандидат богословия, доктор теологии*

### **Фарисейская традиция рукоположений и иерархическое священство Нового Завета**

Институту священства важное место в своей доктрине и практике отводят все исторические церкви: доэфесские, дохалкидонские, католическая, православная, а также англиканские, лютеранские и старокатолические. Важным правилом осмысления законности и правильности совершения посвящения во священство считается рукоположение (или руковозложение, греч. *χειροτονία* – хиротония), совершенное по принципу Апостольского преемства. Апостольское преемство, помимо преемства учения, предполагает непрерывность цепочки рукоположений (хиротоний), восходящую к самим апостолам. Человек, который не имеет этого рукоположения, не является священником.

Нам не известно возлагал ли Христос руки на апостолов, передавая им право «вязать и решить» (см.: Мф. 18:18), но сами апостолы это право пере-

давали своим ученикам именно посредством возложения рук (см.: Деян. 6:6, Деян. 13:3, 1Тим. 4:14, 2Тим. 1:6, 1Тим. 5:22). С самых древних времен именно через рукоположение осуществляется апостольское преемство иерархии, передающееся от одного епископа другому, из поколения в поколение вплоть до наших дней, и от времени сегодняшнего – ко времени наших потомков. И именно наличие апостольского преемства рукоположений становится основным критерием для распознавания истинности Церкви. Наличие такой иерархии с таким преемством является в нашем общем понимании тем «минимумом», который должно продемонстрировать всякое сообщество верующих, чтобы получить право претендовать называться Истинной Церковью – той самой, которая одна, поскольку Христос один, а она есть Его Тело (1Кор.12:27). Истинной Церкви не может быть без истинного священства. Для истинного священства мало иметь апостольское преемство, но без этого преемства истинному священству не бывать. Как пишет о священнослужителях блаженный Иероним, «Будучи преемниками апостольскими, они священными устами совершают Тело Христово: благодаря им мы – христиане» [6].

Новозаветное священство в этом моменте радикально отличается от ветхозаветного. Так, например, в Ветхом Завете левитами могли стать только потомки Левия, а священниками – тоже потомки Левия, но еще и обязательно из рода Аарона. «Бог... избирает из среды Израиля Аарона и его род к священству и все остальное потомство к левитству... Избранным сообщается благодать Божия в акте посвящения, как свидетельство истинности, действительности и силы новых посредников между Богом и Его народом» [7, 13]. Приводимое в Исх. 32:29 обращение Моисея к колену Левия «посвятите сегодня руки ваши Яхве» толкуется исследователями как формула посвящения в служители культа (ср. Исх. 28:41; 29:9, 33; Чис. 3:3) [2]. То есть священство было наследственным, а «истинность» принадлежности ко священству тогда устанавливалась по факту принадлежности к определённой роду через соответствующее посвящение, суть которого связана с семантической образами рук. При посвящении во священники руки возлагались только на жертвенное животное, а руки поставляемых окроплялись жертвенной кровью (Лев.8:24), но этот ритуал становился преемственным: непосвященные принимали посвящение от посвященных: всё священство в своей генезе восходило к Аврааму. Рукоположение как образ благословения так же упоминается в Ветхом Завете, и тоже в связи с историей Авраама: «Но Израиль простер правую руку свою и положил на голову Ефрему, хотя сей был меньший, а левую на голову Манассии. С намерением положил он так руки свои, хотя Манассия был первенец. И благословил...» (Быт. 48:14-15).

Христос не происходил из священнического рода, поэтому Он не мог передать Своим учениками священство Аарона, пусть даже самыми «нетрадиционными» способами передачи, так как Сам им не обладал. В своем послании к Евреям апостол Павел учит, что Христос – первосвященник не по чину Аарона, а по чину Мелхиседека, царя Салимского, священника Бога

Всевышнего, который встретил Авраама и благословил его как старший младшего (см.: Быт.14:18). То есть новозаветное священство исторически (только исторически!) – это священство еще более древнее, чем ветхозаветное, и не связанное генетически с ветхозаветным. Стоит заметить, что первые попытки отождествить Мелхиседека с явлением Божественного Логоса были предприняты уже Филоном Александрийским [8]. Но стоит иметь в виду, что согласно Павлу (Евр. 5:4-6), и Аарон был прообразом Иисуса Христа, Первосвященника Нового Израиля.

Перемена священства ожидаемо принесла и перемену культа как такового. Впрочем, уже сам новозаветный культ во всем его многообразии так или иначе сохранил свою формальную связь с культом Закона Моисея по принципу отношений несовершенного прообраза и совершенного идеала. Несводимость и внеположность апостольского преемства к плотскому генетическому факту виделась некоторым церковным писателям именно тем моментом, в котором священство Мелхиседека превосходит священство Аарона – поскольку ветхозаветное священство устроено, как учит св. Ефрем Сирий, по «по закону заповеди плотской», а священство Нового Завета «по подобию Мелхиседека», т.е., «по силе жизни, которая не уничтожается смертью» [5, 47].

Однако учение о посвящении как о преемстве, которое определяет ценность именно рукоположения, а не право по рождению, практически в готовом формальном виде было создано фарисеями и к тому времени, когда уже проповедовал Господь наш Иисус Христос.

Священство Аароново во времена Иисуса в наибольшей и наивлиятельнейшей своей части было представлено саддукеями. Саддукеи, пребывая в непрерывной коллаборации с римскими оккупантами, не без римского протекционизма захватили религиозную власть в стране и узурпировали Храмовое богослужение. Фарисеи пребывали в жёсткой конфронтации с саддукеями и породили собственную систему авторитетов: институт «старцев», старейшин (греч. Преобрύτερος) – неформальных духовных лидеров, влияние которых не зависело от родословной, но всецело (якобы) обеспечивалось их личными качествами и... рукоположением (ἱερωσύνη, «смиха»), свидетельствовавшей о наличии этих качеств и следующих из них прав.

Согласно фарисеям, первую хиротонию, и притом вне священства как такового, совершил сам пророк Моисей, посвятив Иисуса Навина возложением рук на голову (Чис. 27:22–23; Втор. 34:9), отчего тот «исполнился духа премудрости», которым обладал Моисей (Втор. 34:9). Моисей также посвятил 70 старейшин (то есть старцев, пресвитеров), которые помогали ему в управлении народом (Чис. 11:16–17, 24–25); эти старейшины посвятили своих последователей – и так непрерывная преемственность смихи от Моисея продолжалась по одним оценкам до времени Второго храма, по другим – до IV-V века по Р.Х., по третьим – вплоть до времени Маймонида (XII в.). Смиха была градуированной и подразумевала посвящение на разные должности, как минимум некоторые из которых были иерархическими: напри-



мер, рукоположение в члены синедриона мог получить только тот, кто уже имел более простое посвящение. С разрушением Храма и исчезновением валидного священства, «старцы» фарисеев остались единственными авторитетами, а за последователями фарисейского иудаизма единственно закрепилось звание евреев.

«Во времена Иехуды ха-Наси (II-III вв.) было принято постановление, согласно которому любые религиозно-законодательные решения, в том числе и относящиеся к чисто церемониальным законам, могут выносить лишь те, кто получил специальную смиху (Санх. 4:2). Полная формула смихи звучала следующим образом: Йоре? Йоре. Ядин? Ядин. Яттир? Яттир («Может ли он решать? Он может решать. Может ли он судить? Он может судить. Может ли он дозволять? Он может дозволять»») [3]. Получившие рукоположение наделялись и «ставленнической грамотой» – Хатгарат хораа (буквально «дозволение выносить решения») – документ, удостоверяющий соответствующую квалификацию его владельца и наделяющий его правом исполнять должность раввина, включая судебные («взыательно-решительные») функции в рамках своей общины.

Посвящение происходило в присутствии трех старейшин (пресвитеров или старцев); первоначально смиху давал посвященный учитель своим ученикам (Санх. 1:3; Санх. 1:3, 19а), и, вероятно, рукоположение апостолов Иисусом Христом «внешне» могло выглядеть как заурядное явление в иудейской религиозной жизни. Впоследствии с увеличением влияния вавилонского эксиларха (глава еврейской общины в Вавилоне) каждую смиху утверждал он, эксиларх. Смихи, произведенные вне его «канонического» поля, не признавались.

На территориях, относящихся к самому Израилю, рукоположение производилось с предварительного согласия наси (местного этнарха), уже обязательно происходившего из рода Гиллея, который сначала мог давать смиху по собственному усмотрению, но затем – лишь совместно с Синедрионом. Смиха могла быть дана только учеными (евангельскими «книжниками») на территории Израиля ученым, которые во время посвящения находились в Израиле; поэтому вавилонские книжники зависели в этом отношении от своих коллег из Израиля и, если не имели правильной смихи, носили титул рав, а не рабби. Институт наси исчез после смерти Гамлиэля VI (ок. 426 г.) – что сделало, с точки зрения некоторых, невозможным смиху в дальнейшем [4]. Необходимость смихи и возможность ее восстановления дискутируется в раввинистических кругах. Есть мнение, что это восстановление произойдет уже в «эру избавления» - после пришествия Мошиаха, а значит вместе со священством Аарона [1].

Мы видим, что фарисейские представления о смихе, пусть и формально, но во многом соответствуют нашим представлениям о хиротонии: у иудеев имелись аналогичные учения о рукоположении как способе связи и передачи полномочий, о ценности непрерывности рукоположений и вос(нис)хождения их к определенному лицу; в талмудической литературе

были сформулированы галахические «канонические» требования к поставляемому, заявлена необратимость и неизгладимость смихи, и даже говорилось об особой одежде рукоположенных...

Как и по каким каналам фарисейская традиция повлияла на христианскую – это требует дополнительных исследований. Однако уже сейчас несомненно, что:

а) Сам Господь, заметно не соглашаясь с саддукеями, больше критиковал не учение фарисеев, а самих фарисеев – прежде всего за их лицемерие: «На Моисеевом седалище сели книжники и фарисеи; и так все, что они велют вам соблюдать, соблюдайте и делайте; по делам же их не поступайте, ибо они говорят, и не делают» (Мф.23:2-4).

Б) Апостол Павел был фарисеем, о чем и засвидетельствовал о себе на суде (см.: Деян.23:6). Влияние же сего апостола на формирование христианского учения, в том числе и в вопросах рукоположения, невозможно переоценить.

Со всей определенностью мы должны сказать, что священство Нового Завета, установленное Господом нашим Иисусом Христом, не только заменяет собой наследственное священство Закона Моисеева, но и так называемое старчество с его традицией рукоположений.

- 
1. Dan, Joseph. Polemics and polemical literature – Encyclopaedia Judaica / Fred Skolnik, editor-in-chief; Michael Berenbaum, executive editor. – 2nd ed. – 2007 – Vol.16. P. 330
  2. Еврейская энциклопедия. Свод знаний о еврействе и его культуре в прошлом и настоящем. Кохен. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eleven.co.il/judaism/cult/12147/>. – Дата доступа: 9.11.2022.
  3. Еврейская энциклопедия. Свод знаний о еврействе и его культуре в прошлом и настоящем. Смиха. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eleven.co.il/judaism/religious-law/13860/>. – Дата доступа: 23.11.2022.
  4. Еврейская энциклопедия. Свод знаний о еврействе и его культуре в прошлом и настоящем. Аарон. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.encyclopedia.com/>. – Дата доступа: 23.11.2022.
  5. Ефрем Сирийский, преподобный. Творения в 8 томах – М.: Русский издательский центр имени св. Василия Великого, 2014. / Т. 7. Толковательные писания. – 344 с. / Толкование на послания божественного Павла : к Римлянам. 10–58 с.
  6. Иероним Стридонский, блаженный. Письма. Письмо к монаху Илиодору. Ред.-сост Анна Войнова. М. : Изд-во: Московское подворье Свято-Троицкой Сергиевой Лавры, 2020. – 528 с.
  7. Полемика по вопросу о ветхозаветном священстве и сущности священнического служения вообще / Прил. к диссертации... свящ. Георгия Титова. – С.-Петербург : тип. Глазунова, 1882. – 205 с.
  8. Тантлевский И. Р. Мелхиседек и Метатрон в иудейской мистико-апокалиптической традиции. СПб., 2007. – 328 с..

*Лермонтова Мария, монахиня (Лермонтова Татьяна Николаевна)  
аспирантка Минской духовной академии*

## **Проблема равенства человеческих личностей мужчины и женщины в свете проблемы троичного догмата**

Человек причастен Божеству по самому акту творения и потому кардинальным образом отличается от всех прочих живых существ: он не просто занимает высшее положение в иерархии животных, но является «полубогом» для животного мира. Будучи «перстным», земным, человек получает некое Божественное начало, залог своей приобщенности к Божественному бытию». Создавая человека по образу и подобию Своему, Бог творит существо, призванное стать богом [4, 78]. Святые Отцы называли человека «посредником» между видимым и невидимым мирами, микрокосмосом или малым миром, объединяющим в себе всю совокупность тварного бытия, другом Божьим, имеющим в себе Дух Божий. Желая подчеркнуть величие человека, святитель Григорий Богослов назвал его «созданным богом» [2, 21].

Созданию человека предшествуют слова Бога: «Сотворим человека по образу Нашему и по подобию Нашему». (Быт. 1:26-27). В Библии не имеется конкретных указаний, как понимать, что именно есть образ Божий. Отцы Церкви имели различные мнения по этому вопросу. Одни из них упоминали владычество человека над низшим творением, другие – его разум, свободу, нравственность, мораль, способность творить, справедливость [6, 48]. Из идеи сообразности Бога выводится концепция личности. Концепция личности – это всегда нечто связанное с образом и подобием Божиим в человеке. И вне концепции образа и подобия невозможно постулировать уникальность человеческой природы, а также неприкосновенность, святость человеческой жизни.

Христианская концепция личности человека является в определенном смысле продолжением Триадологии, но непосредственно терминологически в Библии она не представлена. Во втором послании апостола Павла Коринфянам мы находим: «На личность ли смотрите?» (2 Кор. 10, 7) (синодальный перевод). Под словом «личность» здесь имеется в виду внешний вид. В послании 1 Иоанна стих 5, 7 «Ибо три свидетельствуют на небе: Отец, слово и Святой Дух; и Сии три суть едино» считается более поздней вставкой.

Определение концепции личности в Священном Писании мы не найдем. Категория личности, как и троичности, возникает позже. Причем категория личности является элементом учения о троичности и элементом учения о Иисусе Христе – о двух Его природах, которые соединены, по определению IV вселенского собора, «неслитно, неизменно, нераздельно, неразлучно» («...поучаем исповедовать одного и того же Сына, Господа нашего Иисуса Христа, совершенного в Божестве и совершенного в человечестве... в двух естествах, неслитно и неизменно, нераздельно и неразлучно познаваемого – так что соединением нисколько не нарушается различие

двух естеств, но тем более сохраняются свойства каждого естества и соединяются в одно лицо и в одну ипостась». – Определение, принятое на пятом заседании Халкидонского собора. Греческий текст у Mansi. Concil. coil. 7, 116. Рус. пер. Деяния Вселенских Соборов. Казань, 1867. 4, С. – 52.) в Его личности. В единой личности – две природы, две ипостаси. А также – един Бог и три личности, три лица. Таким образом, концепция личности является производной от концепции Христологии и Триадологии, но не предшествует Триадологии и Христологии. По мнению профессора В. Н. Лосского, богословие образа заключается в христианской личности, то есть именно личность человека являет Бога. Также Лосский утверждает, что человеческая личность не могла бы быть образом Божиим и не могла бы являть в себе Бога, если бы у нее не было способности уподобления Богу по благодати Божией [5, 48–49].

Глобальная роль в развитии концепции личности отводится каппадокийским отцам: святителям Василию Великому, Григорию Богослову и Григорию Нисскому. Благодаря им на Востоке были решены вопросы «усии», «физиса», «несводимости сущности к природе» и другие, в то время как на Западе между «физисом» и «усией» разницу очень долго не могли уловить. Согласно святителю Григорию Нисскому, «человек – существо личностное, так как только личность, которая не должна определяться своей природой, сама может определять природу, уподобляя ее своему Божественному Первообразу» [6, 48]. Поэтому личность – одна из черт образа. Человек является личностью в том же смысле, в котором Бог является личностью. Хотя личность человека и личность Бога не сводимы друг к другу. Личность мужчины и личность женщины – это две ипостаси в единой человеческой природе.

В тринитарном богословии слова «лицо», «личность» (или «ипостась») приобретают знак абсолютного различия в абсолютном единстве, что именуются тождественностью природы Отца, Сына и Святого Духа [1, 85]. Каппадокийские отцы слово «личность» не применяли к человеку в том смысле, какой это слово приобретает в тринитарном богословии. Тем не менее, их концепция образа Божия в человеке очень близка к идее человеческой личности, исходящей из христианской идеи о троичности, которая представляет собой отражение понятия *πους* («ум» – греч.) – «присущей человеку способности трансцендировать, стать причастным Богу» [3, 156].

Таким образом, свобода человека, о которой говорят христианские авторы, определяя, в чем состоит подобность человека Богу, делает человека существом, превосходящим все понятия, в которые его пытаются заключить. В то же время полнота общения Лиц Пресвятой Троицы являет собой архетип воссозданного человеческого единения. А Церковь является началом сообщества, в котором каждая личность призвана к самореализации и к участию в божественной жизни. Эту самореализацию человек может осуществить в своей единственности и уникальности, но в общении с другими людьми – с другими личностями. Сотворение обоих (мужчины и женщины) по образу Божию не предполагает доминирования одного над другим. Более

того, только сотворение другого лица – Евы, и брак с ней Адама – делает возможным вышечеловеческое единство по образу Троицы Божьей.

1. Бер-Сижель, Элизабет. Служение женщины в церкви: [Пер. с фр.] / Элизабет Бер-Сижель; Предисл. митрополита Сураж. Антония. – Москва: Библ.-богосл. ин-т св. апостола Андрея, 2002. – С. 85.
2. Григорий Богослов, святитель. Песнопения таинственные / Святитель Григорий Богослов. Святоотеческое наследие. Слово 9, о человеческой добродетели. – Москва: Правила веры, 2004. – С. 15–94.
3. Григорий Нисский, святитель. Об устройении человека. // Творения (в 8-ми частях). Издательство: Московская Духовная Академия, – Т. 1 – О шестодневе. Об устройении человека. – Гл. XI. – С. 156.
4. Иларион (Алфеев), митрополит. Таинство веры. Введение в православное богословие / Митрополит Иларион (Алфеев). – Изд. 8-е. – Москва: Эксмо: Изд-во Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 2012. – С. 78.
5. Лосский, В. Н., профессор. По образу и подобию. / Владимир Лосский; пер. с фр. В. А. Решиковой. – Москва: Издание Свято-Владимирского Братства, 1995. – Глава 7. Богословие образа. – С. 48–49.
6. Серафим Роуз, иеромонах. Православное понимание книги Бытия / Серафим Роуз – Москва: Российское отделение Валаамского общества Америки, 1998. – Гл. 4. Сотворение человека. – С. 48.
7. Серафим Роуз, иеромонах. Серафим Роуз, иеромонах. Православное понимание книги Бытия / Серафим Роуз – Москва: Российское отделение Валаамского общества Америки, 1998. – Гл. 4. Сотворение человека. – С. 98.

*Литвиненко Даниил Викторович*

*экономист ОАО “МТЗ”, магистрант ФТУГ БНТУ*

## **Современные подходы к мотивации персонала**

Функционирование производства всегда связано с людьми, которые работают на предприятии. Правильные принципы организации производства играют, безусловно, важную роль, но производственный успех зависит от конкретных людей, их знаний, компетентности, квалификации, дисциплины, мотивации [1, 12].

На сегодняшний день имеется большое количество способов воздействия на мотивацию конкретного человека, причем диапазон их постоянно растет. Однако при всей широте методов, с помощью которых можно мотивировать работников, руководство компании должно выбирать, каким образом стимулировать каждого работника для выполнения его задачи [2]. Знание того, что движет человеком, что побуждает его к работе, какие мотивы лежат в основе его действий, используется для разработки эффективной системы мотивации персонала. На выбор и формирование инструментов мотивации оказывают влияние такие вопросы как кадровая политика, финансовые возможности, стратегические цели и планы развития организации [3].

Одним из важных мотивов персонала является заработная плата. На современных предприятиях используются различные системы оплаты труда и материального стимулирования в зависимости от особенностей производ-

ственного процесса и построения системы мотивации. С развитием экономических отношений и ростом социальных процессов в обществе понимание мотивации как комплекса мероприятий, направленного на внутренние ценности и потребности работников, стимулирующего не только к работе в целом, но и прежде всего к усердию, инициативности и желанию трудиться, стало глубже. Современная система мотивации персонала состоит из двух компонентов: компенсационной составляющей, включающей в себя оплату труда, выплаты при нетрудоспособности и страхование работника и некомпенсационной, включающей широкий набор инструментов нематериального характера: не требующих затрат – внимание, комплименты, благодарность и т. д. и требующих затрат и распределяемые адресно: льгот и привилегий.

Особенность компенсаций в современном мире в том, что они определяются Трудовым кодексом и прописаны в трудовых договорах с каждым сотрудником. Если же говорить о льготах, то они определяются в рамках индивидуального подхода и даются сотрудникам в разных наборах. К ним относятся: страхование, парковка, оплачиваемые обеды, фитнес, корпоративное обучение, оплата участия в профессиональных конференциях, корпоративные мероприятия, подарки и многое другое. Эти льготы – дополнение к зарплате в форме приятных «бонусов», которые, не всегда имеют денежное выражение для конкретного человека.

В современном мире нематериальные формы мотивации – добрая воля работодателя, не закрепленная в трудовом договоре. Нужно понимать, что в Беларуси расходы компании по линии компенсаций и льгот идут по разным направлениям с точки зрения налогообложения. В первом варианте к сумме нужно прибавлять платежи в фонд социального страхования, а во втором нет.

На перечень льгот и привилегий влияет прежде всего текущая конъюнктура на отраслевых рынках труда. Сегодня крупные компании конкурируют друг с другом именно по этим позициям. Соперничать по зарплате сложнее (сформировалась тенденция одинакового уровня зарплаты для определенных компетенций) и не всегда фонд оплаты труда позволяет делать максимальные предложения по зарплате потенциальным кандидатам. В этой связи на помощь приходит система льгот. Менеджеры по персоналу оценивают, насколько сформированный набор льгот соответствует рынку и стремятся создать оптимальное предложение. Например, в некоторых ИТ-компаниях Беларуси сотрудникам помогают с устройством детей в детские сады.

Таким образом, современное построение системы мотивации превращается в такой конструктор, где постоянно нужно искать оптимальное соотношение потребностей персонала и возможностей работодателя. Это необходимо, чтобы сотрудники были счастливы работать именно в этой команде и сейчас, в некоторых компаниях, даже есть такая должность – менеджер по счастью. Его задача создавать максимально комфортную рабо-

чую атмосферу для всех. Это необходимо для того, чтобы система мотивации максимально стимулировала персонал и снижала текучесть кадров.

Причем важно понимать, что мотивация и лояльность – это разные категории. Мотивация – это то, что позволяет работать достигая все больших и больших результатов, лояльность – то, что удерживает работника в той или иной компании. Системы льгот и привилегий создают лояльность, зарплата влияет на мотивацию, при этом необходимо отметить, что одно без другого особо не работает. Когда работнику повышают зарплату, это повышает его мотивацию, он чувствует, что его оценили. Однако увеличение оклада, как инструмент повышения мотивации, работает недолго. Что касается льгот и привилегий, то они еще в меньшей степени отвечают за мотивацию. Они нужны в первую очередь для того, чтобы удержать человека в компании. В случае, если сотрудник начнет искать работу и ценовые предложения будут сопоставимы, человек будет смотреть на нематериальные стимулы, которые предлагает компания, то есть на предлагаемые льготы.

Во многих прогрессивных компаниях сотрудникам предлагается право выбора тех льгот, которые больше отвечают их потребностям и интересам. Система работает достаточно просто – существующие льготы и привилегии ранжируются по баллам. Сотруднику выдается определенный объем баллов, на которые он может подобрать для себя индивидуальный набор корпоративных благ и это формирует значительную лояльность персонала.

При формировании системы льгот и привилегий важно оценивать не только возможности компании, но и регулярно проводить опросы среди сотрудников для понимания целесообразности той или иной инициативы. В странах с низким уровнем экономического развития часто приходится слышать мнение о том, что любые формы нематериальной мотивации хуже финансовых выплат, и работники обменяли бы участие в том или ином корпоративном мероприятии на эквивалент в денежном выражении. И если это подавляющее мнение в рамках конкретной организации, необходимо прислушаться и скорректировать систему мотивации.

Подводя итог всему вышесказанному, стоит еще раз отметить, что система компенсаций, как правило, эффективно работает в тесной связке с нематериальной мотивацией. Сегодня крайне мало успешных компаний, работающих без системы льготы и привилегии, так как именно системность и учет современных тенденций позволяет повышать эффективность работы персонала и увеличивает конкурентоспособность организации в целом.

1. Мерманн, Э. Мотивация персонала / Э. Мерманн. – 2015. – 174 с.
2. Современные подходы к мотивации персонала. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/sovremennye-podkhody-k-motivatsii-personala>. – Дата доступа: 22.11.2022.
3. Нукербеков Б. Х., Рамазанова А.О. Современные принципы системы мотивации персонала. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-printsipy-sistemy-motivatsii-personala/viewer/>. – Дата доступа: 22.11.2022.

*Лукин Сергей Владимирович*

*д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики и менеджмента, БИП – университет права и социально-информационных технологий*

## **Библейские идеи о разнородности денег и имущества**

Содержанием многих афоризмов XXVI псалма является духовный взгляд на материальные ценности, духовная оценка материального богатства. В этом аспекте, по мысли царя Давида, принципиальное значение имеет не количество благ, имущества, которым располагает тот или иной человек, а состояние его души. Иными словами не по богатству оценивается человек, а наоборот, материальные блага оцениваются по их владельцу. Согласно ветхозаветным взглядам, деньги или иное имущество при внешнем сходстве и однородности может быть качественно различным в зависимости от способа его приобретения владельцем, и от внутреннего состояния самого владельца. Серебро, принесенное в жертву за грех, не использовалось для храмовых нужд. Оно передавалась в собственность священников (4 Цар 12:16). По пророчеству Исаяи, золотые и серебряные оклады идолов иудей будут считать нечистотой, не годящейся даже в переплавку (Ис 30:22). Первосвященники не сочли возможным положить брошенные Иудой сребреники в сокровищницу церковную, поскольку это была цена крови. Они купили на них небольшой участок дешевой земли для устройства там кладбища для странников (Мф 27:6-7). Для самого Иуды Искарюта эти тридцать сребреников приобрели явно отрицательную ценность. Его сильным желанием стало избавиться от них как можно быстрее. Это очень яркий пример того, как внешне одно и то же материальное благо, в данном случае 30 сребреников могут, в зависимости от внутреннего состояния владельца в один момент времени иметь значительную положительную, а в другой момент – нулевую или даже отрицательную ценность.

Современные исследователи социальных функций денег также обращают внимание на качественную разнородность для их владельцев внешне однородных материальных благ, в зависимости от их происхождения. Вивиана Зелизер приводит выводы исследователей, изучавших рынки проституции в Осло в 1980 – х годах. Они установили, что многие женщины, вовлеченные в этот рынок ведут “divided economy”. Социальные пособия, другие виды законных доходов занимали в бюджете особое место и тратились на “честную жизнь”, оплату по счетам и за жилье. Деньги, полученные от занятий проституцией, быстро уходили на наркотики, алкоголь и одежду. Эти исследователи отмечали, что “как женщины ни старались, высчитывая и распределяя деньги, полученные законным путем, они не могли свести концы с концами, тогда как в то же самое время тысячи крон легко “уходили сторону” (Зелизер, 2004: С.32-33). Она также приводит данные исследователя неблагополучных семей в Филадельфии Карла Найтингейла. “Когда социальный работник, занимавшийся семьей Марти, молодого бандита 1950-х, спросил, почему он жертвовал церкви двадцать пять центов, которые давала



ему мать, а не те деньги, которые он получал от грабежей, тот прямо ответил: "Ну уж нет, это плохие деньги, нечестные деньги". Награбленные деньги были грязными, а деньги, которые его мать зарабатывала тяжелым трудом, - "честными", и "он мог пожертвовать их Богу" (Зелизер, 2004: С.33). Та же Вивиана Зелизер отмечает, что и во вполне благополучных домохозяйствах зачастую проводится различие между доходами жены и мужа, не говоря уже о доходах, связанных с ребенком (Зелизер, 2004: С.33).

Новозаветные авторы в еще большей степени ставят качество материального богатства в зависимость от состояния души владельца его. Неправедно нажитое и неправедно используемое богатство апостол Иаков называет ржавым золотом и серебром (Иак 5:3). Удалить эту ржавчину можно только путем раздачи такого имущества бедным и благотворительности. Именно так поступил евангельский Закхей, получив одобрение от Спасителя уже за само намерение так поступить. Примечательны размышления св. Никодима Святогорца, высказанные им в комментариях на Иак 5:3, о том, что делает богатство злом: «Может богатство есть зло, и богатые достойны плача? Если бы это было так, то виновником зла был бы Бог, подающий богатство. Отвечая на это, брат Божий говорит: не думайте, о, богатые, что я злом называю богатство, и что богатство само по себе ходатайствует мучения, для имеющих его. Нет! Но злое употребление богатства, вот что, делает богатство злом. Потому что, о, богатый, не дал тебе Бог разные одежды, чтобы ты оставлял их в сундуках и чтобы их поела моль, но чтобы ты одевал ими нагих братьев твоих, и не дал тебе Бог золото и серебро, чтобы их поела ржавчина от многих лет и превращала всё это в ничто, но Он дал тебе, чтобы ты разделял для бедных и имеющих нужду» (Св. Никодим Святогорец, Толкования на Иак 5:3).

1. Зелизер, Вивиана. Социальное значение денег: деньги на булавки, чеки, пособия по бедности и другие денежные единицы. – М.: ВШЭ, 2004 // Zelizer, Viviana A. The Social Meaning of Money. New Jersey: Princeton University Press, 1997
2. Никодим Святогорец, св. Толкования на Иак 5:3. Толкования Священного Писания. Введенский мужской ставропигиальный монастырь Оптиная Пустынь. 2010-2022. URL: <https://bible.optina.ru/new:iak:05:02> 10.09.2022.

*Лю Цзин*

*аспирант, Белорусский государственный университет культуры и искусств*

## **Создание ландшафтного пространства в традиционных китайских садах в рамках концепции пяти элементов и концепции инь-ян**

Традиционные китайские сады сформировались благодаря использованию многообразных идей китайской философии. Основой для формирования и развития садово-паркового искусства в Китае стала одна из категорий китайской философии у-син (五行) – пятичленная структура, определяющая

основу Вселенной. Эту структуру представляют пять субстанций или элементов – огонь, вода, дерево, металл и земля.

С глубокой древности китайцы поняли, что существует ряд элементов, которые являются самыми необходимыми для жизни. К этим элементам относятся перечисленные первоэлементы, созданные природой. Лу Гуйфан подчеркнул, что в пятичленной структуре Вселенной все пять субстанций одновременно противостоят друг другу и взаимозависимы, постоянно трансформируются, поддерживая тем самым динамическое равновесие вещей [4, 37].

Понимание равновесия пятичленного строения мира, в котором живет человек, было раскрыто посредством обустройства садов и парков, которые стали традиционными в китайской культуре. Китайские сады и парки напоминают сказочную страну. Посередине любого парка в Китае, на высоком месте, расположено здание, которое называется Тай (台). На крыше Тай можно наблюдать за изменениями в небе и любоваться пейзажем.

Стремление создать сказочную страну на основе концепции у-син (пятичленная структура мира) повлияло на концепцию ландшафтной архитектуры в традиционных садах. Планировка сада или парка постоянно подчеркивала взаимосвязь между землей (почва, холм, гора) и водой, что создавало неповторимое настроение в динамических изменениях ландшафта и придавало более богатое содержание элементам садоводства [2, 59]. Например, в саду Хуалинь в Лояне (провинция Хэнань, основан в 220-280 годах) по искусственной насыпи земли текут потоки воды. По насыпи уложены камни для направления потоков воды, которая стекает в пруды. Так формируется ландшафтный узор, который повторяет Тайцзиту – символическое обозначение философской концепции инь и ян (рис. 2). На плане сада показаны три холма и пруды на северной стороне. Общая пространственная планировка ландшафта демонстрирует полное взаимодействие между холмами и водой [3, 166].

Элемент «земля» имеет внешний, открытый характер и представляет ян; в то время как элемент «вода», тонкая и скрытая представляет инь. Отношения между землей и водой выражаются при помощи древнекитайской философской категории инь и ян. С древних времен в китайском понимании, в макросреде, Вселенная делится на инь и ян. Для выражения коннотаций инь и ян могут быть использованы следующие аналогии: небо - земля, день - ночь, рассвет - вечер, молодость - старость. Абстрактные представления инь и ян классифицируются следующим образом: то, что несет позитив и положительное начало классифицируется как ян. Его противоположное значение – негативное и отрицательное относится к инь. Эти два понятия противоположны друг другу, но не могут существовать друг без друга [1, 15]. Тайцзиту использует черный и белый цвета для представления противоположных сторон света; инь и ян имеют взаимозависимое состояние и не могут существовать независимо друг от друга.

Концепция инь и ян оказала глубокое влияние на развитие образности традиционных садов [5, 18]. Идеальная ландшафтная планировка соответствует Тайцзиту как наиболее интуитивное выражение единства противоположностей инь и ян. Например, образ острова-сада, где, по преданию, живут бессмертные души. Примером является форма сада "один пруд, три горы", которая является моделью острова бессмертных.

Таким образом, традиционные садовые формы, имитирующие природные ландшафты, разработаны в древнем Китае на основе уникальных философских концепций восприятия природы – концепции пяти элементов, а также концепции инь и ян.

В традиционных китайских садах самым важным эффектом, которого хотели добиться садовники, было то, что хотя сады были искусственно созданными художественными декорациями, они представляли собой довольно реалистичный пейзаж - как если бы они были продуктом природы. Поэтому целью традиционного садоводства является, во-первых, стремление к "природе", а во-вторых – выражение пейзажных образов. Выражение "природы" в садах не ограничивается только имитацией реальных пейзажей, но более важно показать вечность и изменчивость природы во Вселенной.

Сокращение следов искусственного вмешательства, требование лишь минимально возможной переработки природных ландшафтов, рациональная планировка и формирование неповторимого настроения были основными целями создания образов традиционных садов и парков.

1. Ван Фукун. Традиционная философская основа теории фэн-шуй//Фукун, Ван//[М]. Исследования в области теории фэн-шуй. Тяньцзинь: Издательство Тяньцзиньского университета. 2005, №08. --С. 12-18 =王复昆.风水理论的传统哲学框架[M].风水理论研究.天津:天津大学出版社.2005年,第08期.第12-18页.
2. Ван, Лу. Применение традиционной китайской эстетики в садах и парках - превращения как посредника в живой ритм природы / Лу Ван // Студенческая газета Аньянского технологического института. - 2015. - N2 6. - С. 58-60.= 王璐《中国传统美学在园林中的运用——以“水”为中介转化自然之灵动的神的》安阳工学院学报, 2015年第6期第58至60页.
3. Гун, Сяомэй. Культурное толкование водных пейзажей в китайских садах и парках / Сяомэй Гун // Трибуна Цзян Хуай. - 2012. - N9 1. - С. 165-168. =贡小妹《中国园林水景的文化阐释》江淮论坛,2012年第1期第165至168页.
4. Лу Гуйфан. Диалектический анализ значения древнекитайского учения об инь и ян и пяти элементах// Гуйфан Лу// [J]. Журнал колледжа Шаньси. 2011, 24(04):--С.36-38=吕桂芳.中国古代阴阳五行学说价值的辩证分析[J].山西学院学报, 2011, 24(04):36-38页.
5. Цай, Чан. Исследования отношений между архитектурой и водой в китайских традиционных садах и парках / Чан Цай //Пекинский технологический институт, 2016 г. -- С.13-22.=蔡畅《中国传统园林中建筑与水的关系研究》北京理工大学, 2016年第13-22页.

*Малова Маргарита Олеговна*  
*студент, Институт теологии БГУ*

## **Философия и искусство в кашмирском шиваизме: современный взгляд**

Философия кашмирского шиваизма во многом опережала западную философию и западный взгляд на мир в целом. То, что в западном мировоззрении возникает только в последние десятилетия, в кашмирском шиваизме ещё тысячу лет назад развивал философ и эстетик Абхинавагупта (950-1016 гг.), а также многие другие мыслители [1, 27].

В искусстве XXI века художник позиционируется как бог-творец. Это хорошо отображает популярное сейчас творчество: так, например, на Венецианской Биеннале 2019 года победил павильон, где решающим оказалось не его содержание, а позиция, с которой смотрят художник и зритель — позиция сверху вниз. Посетители могли видеть разворачивающееся действие только с высоко расположенных балконов. По словам российского теоретика искусства Дмитрия Гутова, это создавало ощущение, подобное ощущению созерцания Богом своего творения, и именно это подарило павильону победу [2].

Главной иллюстрацией современного восприятия художника как Бога является перформанс художника Алика Меламида, который предстал перед зрителями буквально в образе Бога: он был окружён кипельно-белыми предметами интерьера, его руки были раскинуты, а одет он был в некое подобие тоги. Такое мировоззрение было недопустимо для сознания западного человека многие века, никто не мог поставить себя на место Бога. Например, одно из главнейших творений Микеланджело, роспись потолка Сикстинской капеллы, можно увидеть только смотря высоко вверх, то есть только с позиции маленького творения. Один из величайших мастеров западноевропейского искусства Альбрехт Дюрер создавал свои произведения с так называемой «лягушачьей перспективы» — такой точки зрения, когда глаз наблюдателя как будто находится у самой земли, то есть с позиции даже не человека, а с позиции насекомого или пресмыкающегося [4, 94].

В эпоху Средневековья люди, создававшие произведения искусства не только не позиционировались, как боги, не старались увековечить имя, но и скрывали своё авторство, ставя на первое место духовную пользу, которую они могут принести людям посредством своего творения.

В кашмирском шиваизме же идеи равновеличия художника и зрителя, восприятие Бога в первую очередь как художника и узнавание себя высшим Господом посредством искусства, то есть творения, развивались ещё тысячелетие назад. Согласно учению вышеупомянутого мыслителя Абхинавагупты, когда сокрытый косвенный смысл речения становится понятен, когда он доходит до слушателя, рождается наслаждение (*bhoga*) [8, 74]. Это наслаждение также называется дрожью изумления и радости (*camatkāra*). Именно такая дрожь, согласно кашмирскому шиваизму, возникает при осо-

знании себя как Высшего Брахмана. Поэтому кашмирцы сравнивают эстетическое наслаждение со спасением, с целью жизни каждого адепта — с узнаванием себя Шивой. Такое наслаждение тождественно сущности Шакти, разрывающей внутренний покой сознания. Поэт и слушатель в этот момент равновелики, между ними образовывается связь, делающая их *sahrdaya* («тот, чье сердце подобно моему», «со-сердечный друг») [3, 151].

Кашмирский шиваизм выделяется среди прочих вероисповеданий исключительно положительным взглядом на мироздание, в основе которого йогини видят Божественную Красоту Абсолютного, вечно созидающего Сознания, Творца, которым каждый человек должен осознать себя. Важнейшие вопросы современной философии, касающиеся сознания и того, кто им обладает, мыслители кашмирского шиваизма также поднимали гораздо раньше западных философов. Так, индийские философы (например, Гаудапада, живший в VI веке) постулировали реальность одного лишь Сознания и, более того, что реальность и есть Сознание. Реальность мира для них определяется лишь реальностью Брахмана, являясь его грандиозным сновидением, а человек должен осознать себя этим самым Брахманом, чтобы обрести спасение. Спасение в узнавании себя как Господа объяснено в ещё «Гантралоке» Абхинавагупты [7, 54].

В западном мире идея того, что существовать должен только я, а существование чего-нибудь ещё сомнительно, развилась лишь в XVII веке у Рене Декарта в аргументе «Мыслю, следовательно существую» [5, 90]. Это называется гносеологическим солипсизмом. Гносеологические солипсисты утверждают, что реализм задаётся вопросом: если предположить, что существует вселенная, не зависящая от сознания субъекта, субъект может что-то узнать о вселенной только через органы чувств; как можно научно доказать существование независимой вселенной? Философский вопрос современной физики «Можно ли считать наш мир произведением искусства?», выдвинутый Фрэнком Вильчеком в книге «Красота физики» [1, 7] также задаётся кашмирскими мыслителями Абхинавагуптой и Кшемараджей [8, 34].

Помимо философии и художественного искусства, кашмирский шиваизм перекликается и с современными театральными опытами. Современный французский драматург Антонен Арто изобрел «театр жестокости» («*theatre de cruauté*»). Он писал: «Необходимо прежде всего разрушить привычную зависимость театра от сюжетных текстов и восстановить представление о первичном языке, стоящем на полпути от жеста к мысли» [6, 78]. Арто желал любой ценой вырвать театр из его «психологического и гуманитарного прозябания» и требовал «алхимической возгонки» самой материи театра, самой природы человека, когда та оказывается задействованной в рискованном драматическом процессе: «Недостаточно обращают внимание на то, насколько символизм материи, призванный обозначить этот таинственный труд, по самому своему духу отвечает некоему параллельному символизму, тому воплощению идей и видимостей, посредством которого всё театральное в театре определяется и может быть философски разграничено» [6, 101].

Все это очевидным образом перекликается с представлением шиваитов об огненной энергии Шакти, которая преобразует адепта на его пути к освобождению. Наталья Исаева писала об этом так: «Недаром в своих теоретических работах Арто пытается уйти от излишне рассудочного, излишне банализованно-сентиментального западного театра к иным образцам (в их числе был и балийский театр, и народные представления Мексики – короче, туда, где сама человеческая природа как бы "методом тыка", наощупь, ищет себе метафизические пути)» [3, 180]. Таким образом Арто надеется выйти к новому театральному языку. Язык этот заключается не только в новых средствах выражения. По его словам, «сам этот язык, развертывающий все физические и поэтические следствия во всех планах сознания и во всех смыслах, необходимо вынуждает мышление выбирать те глубинные отношения, которые только и можно назвать метафизикой в действии» [3, 183].

Изучение особенностей философии и эстетики кашмирского шиваизма может позволить современному человеку взглянуть на все вышеупомянутые идеи и проблемы с новой стороны, потому как мыслители Кашмира уже рассмотрели их многие столетия назад. Взгляд глазами человека Востока поможет западному человеку раскрасить свою философскую мысль, свое искусство новыми, более яркими красками.

1. Вильчек Ф. Красота физики. Постигая устройство природы / Ф. Вильчек. - Москва : Альпина Нон-Фикшн, 2022. - 604 с.
2. Галерея Jart [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://jartgallery.art/gutov\\_lecture](https://jartgallery.art/gutov_lecture). - Дата доступа: 07.12.2022.
3. Исаева Н.В. Искусство как проводник. Кашмирский шиваизм: Абхинавагупта и Кшемараджа (в сравнении с некоторыми паратеатральными опытами современности) / Н. В. Исаева. - 1 изд. - СПб : РХГА, 2014. - 301 с.
4. Кого изучают искусствоведы: художников или людей? Художник как человек и человек как художник : сб. науч. ст. / РАХ, МГАХИ им. Сурикова ; редкол.: А. К. Якимович (гл. ред.). - Москва : РАХ, 2007 - 174 с.
5. Фрейд З. Художник и фантазирование / З. Фрейд. - 1 изд. - Москва : Республика, 1995. - 400 с.
6. Artaud A. The Theater and It's Double / A. Artaud. - : New York : Grove Press, 1994. – 159 p.
7. Padoux A. Tantrism / A. Padou. - 2 ed. - New York : Macmillan, 1986. - 273 p.
8. Pandey, C. Abhinavagupta: An Historical and Philosophical Study / C. Pandey. - New York : Macmillan, 2006. – 478 p.

*Маляренко Александр Владимирович*

*магистр экономических наук, зам. заведующего лаборатории экономических проблем, ОАО «НИИ Стройэкономика»*

## **Инфляционные ожидания как фактор институционального доверия и трансформации макрэкономической политики**

В условиях высокой степени турбулентности социально-политических и экономических процессов всё большую значимость приобретают факторы институционального доверия, поскольку они являются основой восстанов-

ления стабильности и прогнозируемости. Многие исследования, как теоретические, так и эмпирически, доказывают чрезвычайную важность данного фактора. Доверие в них рассматривается с одной стороны как основа преодоления рисков современного общества, с другой стороны как основа социального капитала [1]. В первом случае высокий уровень доверия связан со снижением трансакционных издержек, во втором - с реализацией функций общественных институтов в экономической и смежных с ней сферах. Оба аспекта фактора доверия влияют на благосостояние общества и связаны с характеристиками устойчивости национальной экономики, что особенно важно в периоды высокой турбулентности и неопределенности.

Вопросы институционального доверия связаны с теорией поведенческой экономики, но имеют и прикладной характер. Именно в позиции практической реализации Национальный банк Республики Беларусь проводит мониторинг экономических настроений в обществе, где одним из ключевых показателей стал мониторинг инфляционных ожиданий населения [2]. Подобного рода мониторинг чрезвычайно важен в связи с вызовом, стоящим перед белорусской экономикой в целом и Нацбанка в частности: поддержание темпов экономического роста или сохранение приемлемых темпов инфляции. Подстегивание, особенно искусственное, темпов роста экономики приводит к росту цен, а сдерживание цен или их директивное регулирование противоречит работе стимулов к росту национальной экономики, искажает рыночную конъюнктуру. Мониторинг инфляционных ожиданий населения позволяет определить меру возможностей Нацбанка по использованию тех или иных инструментов, стимулов и ограничений.

Национальный банк Беларуси изучает инфляционные ожидания с ноября 2017 года. Анализ данных демонстрирует определенные успехи регулятора до 2020 года, связанные со снижением уровня ощущаемой и ожидаемой инфляции в стране при сохранении на относительно низком уровне темпов роста потребительских цен. После 2020 года на фоне введенных ограничительных мер к белорусской экономике инфляция ускорируется, а инфляционные ожидания населения снова существенно корректировались в сторону увеличения. В сложившихся условиях финансовый регулятор предпринимает усилия по снижению инфляционного давления, что приводит к замедлению темпов экономического роста. Тем не менее выбор между темпами экономического роста и приемлемым уровнем инфляции следует искать не столько в экономической плоскости, сколько в социально-политической. Поскольку инфляция является “налогом на бедных” - имеет существенно большее влияние на наименее обеспеченные слои населения - она болезненнее ощущается теми слоями общества, которые в настоящий момент являются базой поддержки политического режима. Следовательно, выбор в пользу сохранения ценовой стабильности становится важной частью поддержания стабильности социально-политической. Кроме того, выбор в пользу экономического роста затруднен из-за санкционного давления, которое в условиях малой открытой экономики наиболее болезненно ощу-

щается во внешнеэкономической деятельности. Мониторинг инфляционных ожиданий в этой связи выполняет роль барометра настроений в обществе, выступая заменой социологическим опросам. В этой связи мониторинг ценовых ожиданий населения усиливает свою значимость.

1. Стиглиц, Дж. Ревущие девяностые. Семена развала = The roaring nineties: a new history of the world's most prosperous decade. / [Пер. с англ. Г. Г. Пирогова]. — М. : Современ. экономика и право, 2005. — 421, [1] с.
2. Борнукова, К. Доверие в экономике: что это, как работает и для чего нужно? / К. Борнукова, Н. Годес, Е. Щерба // Банковский вестник №3 (680), 2020. — №3. — С.95-99.

**Мартиневич Владимир Александрович**

*доктор теологии, кандидат социологический наук,  
заведующий кафедрой апологетики Минской духовной академии*

## **К вопросу о количестве новых религиозных движений**

Генеральная совокупность религиозных организаций любой страны, образует уникальную конфигурацию религиозного многообразия означенной местности, не имеющую аналогов в других странах и регионах мира. Существует ряд методологических проблем, не позволяющих дать точную информацию по совокупности разных новых религиозных движений (далее - НРД), образующих означенную конфигурацию в конкретной стране. Установить точное количество НРД, действующих в любой актуально выбранный момент времени гораздо сложнее, чем найти общие сведения о числе НРД, действовавших на конкретной территории в тот или иной период времени, например, за последние 10 или 20 лет. Эта ситуация обусловлена следующими факторами:

I. Между разными институтами общества отсутствует согласованность в отношении критериев отнесения тех или иных групп к числу НРД, а сама система идентификации сектантства работает в пассивном режиме. В результате все предлагаемые цифры являются не более чем предположениями, оторванными от конкретных исследований и ограниченными набором идеологических конструкций.

II. Не существует единой государственной, общественной или иной площадки, на которой НРД в той или иной форме фиксируют факт своей работы. При этом необходимая для составления статистики НРД информация неравномерно распределена между разными типами информационных ресурсов. Так, например, одни НРД рекламируют себя в печатных СМИ, но ограничиваются при этом изданиями городского значения. Другие дают свою рекламу только по радио или в системе Интернет, третьи развешивают листовки на улицах того или иного города, но избегают контактов со СМИ, четвертые размещают свою рекламу исключительно на площадях, занимаемых иными НРД. Далее, НРД неравномерно распределены в рамках разных географических ареалов, областей и районов страны. Значительное их количество не имеет никаких филиалов и действует только в каком-то одном



населенном пункте. При этом отсутствует жесткая корреляция между типом населенного пункта и количеством уникальных для него НРД. Отсутствуют также внешние индикаторы, которые могли бы хоть в какой-то степени подсказать приоритетные в географическом отношении направления поиска информации. Заброшенные населенные пункты в глубинке страны представляют в этом отношении не меньший интерес, чем мегаполисы. Целый ряд НРД создают свои поселения в лесах и полях без каких-либо указаний на картах и без внесения их в реестр населенных пунктов страны. Кроме того, НРД периодически меняют как места своей деятельности, так и типы информационных площадок, посредством которых они общаются со своими последователями, друг с другом и с внешним миром. Процесс их рекламы может быть сильно ограничен по времени. Так, объявление о мероприятиях конкретного НРД может вывешиваться всего на три-четыре дня, а затем исчезать на 5-6 лет, чтобы снова появиться уже на иной информационной платформе всего на несколько дней. Существует определенное количество НРД, которые дистанцируются от окружающего общества и всячески скрывают сам факт своего существования. Они нигде себя не рекламируют, а в процессе обращения новых членов далеко не сразу говорят человеку о том, в какую конкретно организацию его приглашают. Такие группы не оставляют практически никаких «следов» своей работы.

III. Постоянно появляются новые НРД, но информация о них, в лучшем случае приходит с запозданием в несколько лет. Первое время после появления в стране большинство из них либо не рекламирует своей деятельности вообще, либо делает рекламу на новых информационных ресурсах. Ввиду того, что потенциальные площадки для рекламы НРД исчисляются сотнями тысяч, вероятность их быстрого обнаружения весьма мала. Информация о некоторых группах становится доступна ученым через 20 и более лет после начала их активной деятельности.

IV. В каждой стране НРД не только появляются, но и достаточно регулярно исчезают, переезжая в другую страну, либо просто распадаясь. Однако, установить факт распада НРД намного сложнее, чем факт его появления и деятельности. Отсутствия внешних признаков работы НРД еще не достаточно для однозначных утверждений о его распаде. Ранее активно рекламировавшие себя группы могут уйти в подполье, либо на протяжении многих лет, никак не отмечаясь в информационном пространстве общества и не заявлять о своем существовании.

Соответственно, единожды задокументировать факт работы конкретного НРД намного проще, чем ежегодно находить информацию, подтверждающую его существование, для формирования актуальных статистических сведений, по количеству действующих НРД. Собрать такую информацию в масштабах отдельной страны, в течение одного, двух и даже трех лет практически невозможно.

*Медведева Виктория Руслановна*  
*студентка, Белорусский государственный университет*

## **PR в комплексе маркетинговых коммуникаций современной организации**

Ссылаясь на определение маркетинговых коммуникаций (далее – МК) по Джону Бернетту и Сандре Мориарти, можно установить, что они представляют собой процесс распространения информации о продукте или компании ее целевой аудитории [1, 23]. Ключевая направленность МК состоит в формировании спроса и стимулировании сбыта товаров и услуг компании. Следовательно, главная задача маркетинговых коммуникаций – повлиять на мнение максимально возможного числа потребителей о том, какую ценность может нести для них товар, и установить наиболее удачное соотношение между выгодой и затратами [7, 377]. Маркетинговые коммуникации являются частью «комплекса маркетинга», который включает в себя 4 элемента (4P): решение о продукте (Product), цене (Price), каналах распределения (Place) и продвижении (Promotion). Именно пункт «promotion» включает в себя МК [9, с. 92].

Теоретики предлагают множество классификаций маркетинговых коммуникаций, и на сегодняшний день единого мнения на этот счет не существует. Наиболее популярная типологизация разделяет виды МК на две группы: классические и синтетические. К классическим относятся реклама, PR, direct-маркетинг и стимулирование сбыта. Синтетические виды являются объединением традиционных видов МК. Среди них выставки, ярмарки, мерчандайзинг, спонсорство, брендинг, партизанский маркетинг, event-маркетинг, product-placement, а также актуальные способы презентации компании и др. [6, 36].

В настоящее время в основе маркетинговых мероприятий лежат интегрированные маркетинговые коммуникации (далее – ИМК). Бизнес становится все более конкурентным, и на первый план для организации выступают позитивные отношения с целевыми аудиториями. ИМК как раз объединяют в себе все средства МК, формируя убедительное сообщение, которое воспринимается аудиторией легко и естественно, без ощущения влияния пропаганды [8, 30]. Кроме того, ИМК отбирают и реализуют те элементы МК, которые правильно (с точки зрения использования ресурсов) и экономично (с минимализацией денежных потерь) влияют на коммуникацию между организацией и потенциальными клиентами [7, 377]. ИМК предусматривает осуществление PR-деятельности на всех стадиях процесса маркетинга – от планирования до продвижения. И в то время, как реклама призывает к действию, а маркетинговые инструменты стимулируют продажи, PR формирует благоприятное отношение клиентов к товару и компании. Под понятием «public relations» понимают тщательно спланированные усилия, имеющие постоянный характер и нацеленные на установление взаимопонимания между организацией и общественностью. PR направлен на фор-

мирование долгосрочного позитивного образа фирмы и создание определенных тенденций общественного мнения [5].

Положение связей с общественностью как одного из стратегических направлений деятельности компании за последние десятилетия сильно изменилось. Если раньше PR воспринимался как желательный, но необязательный элемент обслуживания бизнеса, то теперь ему отводится одна из первых ролей в общей структуре управления. Так, формируется важнейшее преимущество public relations перед другими видами маркетинговых коммуникаций, а именно доверие аудитории. PR базируется на правде и фактологии. Так что PR-обращения считаются более достоверными и объективными [2, 35]. Среди прочих достоинств PR стоит выделить широкий охват аудитории, мягкое и ненавязчивое донесение информации, поддержание благосклонности потребителей к компании, сравнительную бюджетность. К недостаткам же относят сложность в сборе обратной связи и определении конкретного эффекта PR-мероприятия, ориентированность на долгосрочную перспективу [6, 42]. Цель PR-коммуникаций состоит в обеспечении согласованности интересов компании и аудитории, доверительности и взаимопонимания. Основными задачами PR-деятельности можно назвать регулярное проведение информационной политики, антикризисные мероприятия [4, 155], формирование управляемого имиджа, отстройка от конкурентов, содействие в появлении на рынке новых изделий и услуг, исследование общественного мнения, возрождение интереса к частично или полностью забытым товарам, устранение слухов и недостоверной, негативной информации о компании.

К основным PR-инструментам относят написание пресс-релизов и их рассылку в СМИ, создание инфоповодов, поиск спикера, организацию мероприятий, паблисити, создание корпоративного СМИ, лоббирование, предоставление некоторых услуг или помощи на бесплатной основе, содействие в формировании фирменного стиля и разработки сувенирной продукции и др. В основе всяких PR-технологий лежит умение организации вступать в диалог с общественностью и извлекать из него взаимную выгоду. Регулярное изучение целевой аудитории помогает скорректировать рыночную и коммуникационную позицию компании. PR не только оповещает клиентов о социально полезных направлениях работы компании, но и мотивирует саму фирму участвовать в решении общественных проблем: использовать экологически чистое сырье в производстве, не тестировать продукцию на животных, жертвовать деньги на благотворительность, спонсировать важные культурные события и т.д. С помощью PR можно показать потенциальным клиентам, что фирма стремится не только извлечь прибыль, но также быть достойным членом общества и нести социальную ответственность [2, 20–59].

Оценить эффективность МК, в частности PR, непросто. Результат зависит от ряда факторов: отрасли, типа рынка, готовности клиента к совершенной покупке, жизненного цикла продукта. Однако при анализе итогов ком-

муникации нужно обратить внимание, насколько PR способствовали росту продаж, сравнить прибыль и расходы, соответствие предполагаемых результатов с фактическими, а также учесть количество публикаций в СМИ с упоминанием компании [3, 18–27].

1. Бернетт, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернетт, С. Мориарти. – СПб : Питер, 2001. – 864 с.
2. Векслер, А. Ф. PR для российского бизнеса / А. Ф. Векслер. – М. : Вершина, 2006. – 232 с.
3. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учеб.-практ. пособие / Е. Н. Голубкова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 363 с.
4. Егоршин, А. П. Маркетинг организации : учеб. пособие / А. П. Егоршин. – СПб : Питер, 2016. – 384 с.
5. Кандаурова, И. Р. Роль PR в маркетинге [Электронный ресурс] / И. Р. Кандаурова, К. В. Евдокимова // Молодой ученый. – 2014. – №21 (80). – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/80/14287/>. – Дата доступа: 01.11.2022.
6. Кириллова, А. В. Маркетинговые коммуникации : учеб.-метод. комплекс / А. В. Кириллова. – Минск : БГУ, 2014. – 149 с.
7. Олоф, Х. Интегрированные маркетинговые коммуникации: от тактики к стратегии / Х. Олоф // Маркетинговые коммуникации. – 2006. – № 6. – С. 376-385.
8. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации : учеб. пособие / Шарков Ф. И. – 3-е изд. – М. : Дашков и К°, 2017. – 260 с.
9. Шевченко, Д. А. Реклама. Маркетинг. PR : электронное учеб.-справ. пособие [Электронный ресурс] / Д. А. Шевченко. – Изд. 4-е, перераб. и доп. – М., 2019. – 353 с. – Режим доступа: <http://shevchenkoda.ru/wp-content/uploads/2019/07/Slovar2019-%D0%B3.pdf>. – Дата доступа: 11.11.2022.

*Новик Алина Александровна*  
студентка, Институт бизнеса БГУ

## **Цифровая трансформация логистических бизнес-моделей**

Внедрение цифровых технологий происходит быстрее, чем внедрение любых других инновационных разработок в истории человечества: всего за два десятилетия цифровыми технологиями удалось охватить около 50 процентов населения развивающихся стран и с их помощью преобразовать общество [1]. Внедрение передовых технологий и стремительное инновационное развитие вызывают у компаний необходимость переосмысления бизнес-моделей, подходов к управлению и организационной структуры. В логистической отрасли в качестве основных в работе используются технологические инструменты. В связи с этим возникает необходимость повсеместного внедрения «цифровой трансформации» в деятельность логистических компаний и бизнеса в целом.

Цифровая трансформация относится к использованию технологий для преобразования аналоговых процессов в цифровые [2]. Цифровая трансформация больше связана с разрушением бизнеса благодаря появлению новых технологий, таких как машинное обучение, большие данные и Ин-

тернет вещей. Цифровая трансформация является ключевым компонентом общей стратегии трансформации бизнеса [3].

Причинами стремительного развития цифровой логистики на базе существующих механизмов является снижение затрат на логистические составляющие, присутствующие в любом товаре или услуге. Еще одной причиной стала пандемия Covid-19 и карантин, что побудило логистические компании оперативно разработать решение для эффективной работы в нестабильных условиях (курсовые колебания, закрытие границ, изменение географии грузопотоков) [4].

Реализация проектов цифровой трансформации в логистике может обеспечить эффективное управление в следующих областях: Интернет вещей (IoT), блокчейны (смарт-контракты), смарт-контейнеры, умный склад, цифровизация на транспорте, цифровая железная дорога и другие. Сегодня транспортная логистика частично или полностью перешла на новые бизнес-модели, основанные на цифровых технологиях. По данным на 2021 год около 65% логистических компаний используют в своей работе решения на основе искусственного интеллекта [5].

Интернет вещей. Интернет вещей (IoT) — это технологическая концепция подключения всех вещей в мире к Интернету для дистанционного управления с помощью программного обеспечения и обмена данными в режиме реального времени.

Технологии IoT вещей позволяют: контролировать все процессы на предприятии в режиме реального времени; следить за эффективностью сотрудников и улучшать ее; автоматизировать все операции; организовать продуктивную совместную деятельность рабочих и машин; повысить качество обслуживания и минимизировать всевозможные риски. За рубежом технологии IoT наиболее востребованы в сфере складской логистики, где основной задачей является объединение складских ресурсов, транспорта и миллионов товаров в единую взаимосвязанную интеллектуальную систему [6]. В Республике Беларусь одним из важнейших направлений внедрения технологий IoT в логистике являются транспортные системы с автоматизированными элементами и их инфраструктура. Умная парковка — удачный пример. Они работают в нескольких торговых центрах города Минска, например, в ТЦ «Галерея Минск».

Блокчейн. Ведение и учет цифрового реестра транзакций, отслеживание движения товаров в большинстве компаний осуществляется с использованием технологии блокчейн. Блокчейн — это построенная по определенным правилам непрерывная последовательная цепочка блоков, содержащих информацию о грузе. Кроме того, блокчейны снижают скорость проверки товаров на таможне. Эта технология также полезна возможностью заключения «смарт-контрактов» — соглашений, позволяющих применять автоматическое разрешение споров [7].

Умные контейнеры. До появления смарт-контейнеров морские перевозчики имели доступ только к информации о погрузке и разгрузке товаров

в портах, но этого было недостаточно, так как могли сломаться пломбы и украсть груз, что привело к убыткам перевозчиков. Со смарт-контейнерами отслеживание происходит постоянно, не только после выгрузки в порту, но и во время движения, например, по железной дороге или автомобильным транспортом. Автотранспортные компании используют RFID-метки – специальные маячки, которые крепятся к грузу и помогают отслеживать его на протяжении всего пути (позволяют проверить состояние груза, местонахождение, температуру, повреждения). Также есть возможность контролировать груз при морских контейнерных перевозках. Например, Maersk и CMA CGM уже давно используют смарт-контейнеры Traxens. Они оснащены датчиками, которые предоставляют информацию о состоянии и местонахождении грузов в режиме реального времени [8]. Согласно исследовательскому отчету, мировой рынок смарт-контейнеров оценивался в 3,1 млрд долларов США в 2020 году и, как ожидается, достигнет 7,9 млрд долларов США к 2026 году. Ожидается, что мировой рынок смарт-контейнеров будет расти со среднегодовым темпом роста (CAGR) 17,2. % с 2020 по 2026 год.

Умный склад. Умный склад — это комплекс технологий, позволяющий ритейлерам и логистическим операторам оптимально и эффективно решать задачи складской логистики. На данном этапе внедряется система управления складом (WMS). Это программное решение, задачей которого является отслеживание, учет и контроль всех процессов складской деятельности. Примеры включают такие решения, как Smart Store для хранения и поиска, «CartonWrap» для упаковки различных товаров в картонные коробки нестандартных размеров и «BubbleWrapper» для упаковки в мягкие полиэтиленовые пакеты.

К настоящему времени в транспортной логистике уже сложились некоторые тенденции, которые активно используются в работе компаний [9]. Среди них:

1. Мобильность как услуга (Mobility-as-a-service) — возможность планировать и прогнозировать условия поездок в режиме реального времени;
2. Совместная мобильность - совместное использование различных транспортных средств вместо личных автомобилей;
3. Карпулинг или райдшеринг - поиск попутчиков для совместной поездки на автомобиле;
4. Объединение – совместное использование логистических мощностей и ресурсов;
5. 5PL (Fifth Logistics Model) - предоставление полного пакета транспортно-логистических услуг на базе платформенных решений.

Государство также играет роль в развитии цифровизации и способствует ее реализации. Для повышения уровня цифровой трансформации в логистике необходимы не только новые цифровые решения, но и активное участие государства в сфере правового регулирования. Утвержден формат электронной накладной, сопроводительного листа и наряда-наряда, что значительно упрощает коммуникации, стандартизирует процессы и исключает

бумажный документооборот. Это первый шаг к тотальной цифровизации логистики [5].

Таким образом, цифровая трансформация — это не просто эволюция ИТ, а целостное изменение бизнеса, затрагивающее всю организацию. Цифровая трансформация бизнеса — многогранный и сложный процесс качественной трансформации, который затрагивает все бизнес-процессы организаций, способствует внедрению новых технологий в различные отрасли, упрощает работу и снижает затраты. В Республике Беларусь особенно заметна положительная динамика от использования технологий Интернета вещей в транспортных системах. Реализованные проекты созданы в кооперации с зарубежными производителями, что связано с более широким применением технологий цифровизации иностранными компаниями, что значительно повысило эффективность их деятельности, всех процессов перевозки, хранения, доставки и других логистических операций.

Цифровизация стирает привычные границы, делая бизнес все более трансграничным. В настоящее время уровень цифровизации рынка транспортно-логистических услуг в Беларуси можно охарактеризовать как «догоняющий». Есть в этом и положительные моменты, заключающиеся в возможности избежать ошибок и использовать опыт руководителей. В то же время сохраняются возможности быстрой перестройки существующих процессов на основе цифровизации, что позволит им занять достойное место на мировом рынке транспортных услуг.

1. Consequences of using digital technologies [Electronic resource] // – Mode of access: <https://www.un.org/ru/un75/impact-digital-technologies>. – Date of access: 10.11.2022.
2. What is digital transformation? [Electronic resource] // – Mode of access: <https://experience.dropbox.com/ru-ru/resources/what-is-digital-transformation>. – Date of access: 09.11.2022.
3. Digital transformation is a step into the future [Electronic resource] // – Mode of access: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/259788/1/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F%20%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%E2%80%93%20%D1%88%D0%B0%D0%B3%20%D0%B2%20%D0%D1%83%D0%B4%D1%83%D1%89%D0%B5%D0%B5.pdf>. – Date of access: 11.11.2022.
4. COVID-19 influence on business [Electronic resource] // – 2020. – Mode of access: <https://www.utlz.com/media/logistics-pandemic-tested/>. – Date of access: 09.11.2022.
5. Digitalization of logistics and automation of supply chain management [Electronic resource] // – Mode of access: <https://www.esphere.ru/blog/czifrovizaczija-logistiki-i-avtomatizaczija-upravleniya-czepyami-postavok>. – Date of access: 12.11.2022.
6. Digital transformation in transport: opportunities and risks [Electronic resource] // – Mode of access: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-na-transporte-vozmozhnosti-razvitiya-i-riski-ogranicheniya-konkurentsii/viewer>. – Date of access: 10.11.2022.
7. Smart Contracts: Power of Immutability and Distributed System [Electronic resource] // – Mode of access: <https://blog.ineuron.ai/Smart-Contracts-Power-of-Immutability-and-Distributed-System-DCyWXSLOcO>. – Date of access: 09.11.2022.
8. Traxens: Logistics Excellence [Electronic resource] // – Mode of access: [https://www.cma.cgm.com/static/eCommerce/Attachments/CMA%20CGM%20Traxens%206pages%20Brochure%202019\\_English\\_.pdf](https://www.cma.cgm.com/static/eCommerce/Attachments/CMA%20CGM%20Traxens%206pages%20Brochure%202019_English_.pdf). – Date of access: 12.11.2022.

9. Transport and logistics digitalization market [Electronic resource] // – Mode of access: [https://www.cnews.ru/reviews/it\\_v\\_transportnoj\\_otrasli\\_2021/articles/rynok\\_tsifrovizatsii\\_transporta\\_i](https://www.cnews.ru/reviews/it_v_transportnoj_otrasli_2021/articles/rynok_tsifrovizatsii_transporta_i). – Date of access: 12.11.2022.

*Новиков Михаил Николаевич, иерей  
бакалавр богословия, магистрант Минской духовной академии*

## **Роль священнослужителя в социально-экономической реадаптации граждан, находящихся в лечебно- трудовых профилакториях Республики Беларусь**

Лечебно-трудовые профилактории (далее – ЛТП) подчинены Департаменту исполнения наказаний Министерства Внутренних Дел Республики Беларусь (далее – ДИН МВД РБ) и были созданы для принудительной изоляции и медико-социальной реабилитации с обязательным привлечением к труду граждан, больных хроническим алкоголизмом, наркоманией или токсикоманией, и граждан, обязанных возмещать расходы, затраченные государством на содержание детей, находящихся на государственном обеспечении, в случае систематического нарушения этими гражданами трудовой дисциплины по причине употребления алкогольных напитков, наркотических средств, психотропных, токсических или других одурманивающих веществ. Основная идея возрождения ЛТП разрабатывалась в рамках мер по борьбе с преступностью, а правонарушения на почве пьянства были и, к сожалению, остаются одними из самых распространенных.

Духовный мир лиц, направленных в ЛТП, является результатом их образа жизни, искажений в психике, возникших под воздействием длительного злоупотребления спиртными напитками или наркотического опьянения, неправильного воспитания и его неверных отношений с окружающей социальной средой. Помимо этого, необходимо учитывать, что в процессе заблуждения, к примеру, алкоголизмом и в момент судебного рассмотрения вопроса о применении принудительного лечения у опекаемых лиц возникает субъективная самооценка, которая является результатом самообмана, самоутешения, самозащиты от сильнейших отрицательных влияний, переживаемых в связи с рассмотрением дела в суде [4, 152]. В дальнейшем необъективная самооценка еще более закрепляется, а отсюда с неизбежностью вытекает и негативное отношение к лечению, как медикаментозному или психологическому, так и к духовному, и также к перевоспитанию.

Создание социальной характеристики опекаемых лиц является необходимым условием для определения и использования наиболее эффективных форм и методов духовного воздействия на них, формирования у них объективного отношения к себе, идеалов, навыков и умений правильного поведения. Священнослужителю, совершающему пастырское служение в ЛТП, необходимо иметь представление не только о возрасте, но также и о биографии, то есть фактически иметь представление о социальном портрете контингента, который направляется в данные учреждения по решению суда.



Этот портрет должен содержать информацию об образовании, социальном статусе, родственных связях, друзьях, интересах, религиозных предпочтениях, местах жительства, учебы и работы, а также материальном положении опекаемого. Данные сведения позволят выяснить «позицию» конкретного индивида: положительная ли она или отрицательная. Понятие «позиция» определяется как устойчивая система отношений человека к определенным явлениям действительности, проявляющаяся в его оценке этих явлений и деятельности, поступках [1, 49]. Важно, чтобы совместная работа, проводимая священнослужителями и профильными специалистами в данных учреждениях, приводила к внутренним переменам и исправлению личности человека, занятию им положительной «позиции» и в полном преодолении пагубных привычек и пристрастий.

На текущий момент функционируют 8 ЛТП, два из которых – женские, и за каждым закреплён постоянный священнослужитель Белорусской Православной Церкви (далее – БПЦ). Это стало возможным благодаря многолетней работе по взаимному сотрудничеству между священноначалием БПЦ и ДИН МВД РБ, совместно выработанной нормативно-правовой базе, основанной на накопленном опыте работы священнослужителей в местах лишения (ограничения) свободы. Систематизация, накопление опыта в пастырском служении и работе с заключёнными, сотрудничество между ДИН МВД РБ и БПЦ и оформление его в нормативно-правовые акты заняли почти тридцать лет.

Христианская пастырская миссия возглавляется и координируется Синодальным отделом по тюремному служению БПЦ. В 2019 году Религиозная миссия «Синодальный отдел по тюремному служению Белорусской Православной Церкви» подготовила и издала сборник нормативных документов, регулирующих деятельность представителей БПЦ в учреждениях ДИН МВД РБ. В нём систематизированы нормативные документы, даны рекомендации по деятельности тюремным священникам, изложена миссия БПЦ в пенитенциарных учреждениях, ее виды, правовые основы, раскрыты смысл и значимость служения тюремных капелланов, дана чёткая и ясная духовно-нравственная оценка основным видам конституционных прав человека с точки зрения Церкви, отражена ее активная миссионерская позиция с реализацией миссии в местах лишения свободы [3,53].

Начальник отдела воспитательной работы со спецконтингентом в исправительных учреждениях, следственных изоляторах и лечебно-трудовых профилакториях управления организации исправительного процесса ДИН МВД РБ Д. П. Павленко в своём докладе на тему «Тюремное служение Белорусской Православной Церкви: история, современное состояние и перспективы развития» подчеркнул, что для дальнейшего развития института тюремного служения БПЦ необходимо, помимо организации обучения священников с тюремным послушанием основам исправительной (пенитенциарной) педагогики и психологии, организовать проведение научных исследований и научно-методической работы для выделения в исправительной

(пенитенциарной) педагогике отдельного раздела «Православная педагогика» в пенитенциарной сфере» [2, 114].

В настоящее время продолжают поиски путей дальнейшего совершенствования деятельности священнослужителей в ЛТП. Помимо медикаментозного лечения, психотерапевтической работы с гражданами, страдающими хроническим алкоголизмом, наркоманией или токсикоманией, воспитательных и трудовых воздействий на них, в рамках христианской миссии осуществляется серьезная душепопечительская работа в отношении лиц, находящихся в ЛТП, с целью их социальной реадaptации и вовлечения в социально-экономическую жизнь общества.

В тоже время необходимо отметить, что с целью повышения эффективности пастырского воздействия на лиц, больных хроническим алкоголизмом, наркоманией или токсикоманией, следует осуществлять критический анализ отдельных аспектов данной деятельности.

1. Исправительная психология: учебное пособие / А.Н. Пастушья; учреждение образования «Акад. М-ва внутр. дел Респ. Беларусь». – Минск: Академия МВД, 2016. –174, [2] с.
2. Павленко Д.А. Тюремное служение Белорусской Православной Церкви: история, современное состояние и перспективы развития // Социум и христианство: Сборник статей участников VI Международной научно-практической конференции, Минск, 28 –30 января 2022 г. / Редкол.: Голубев К. И. [и др.]. – Минск: Издательство Минской духовной академии, 2022. – С. 107-115.
3. Сборник нормативных документов, регулирующих деятельность представителей Белорусской Православной Церкви в учреждениях ДИН МВД РБ. «Религиозная миссия «Синодальный отдел по тюремному служению Белорусской Православной Церкви». – Минск, 2019. – 85 с.
4. Трыкин П.М. Особенности педагогического воздействия на лиц, содержащихся в лечебно-трудовых профилакториях: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / П.М. Трыкин. – М., 1983. 161 с.

***Ожигина Вера Владимировна***

*к.э.н., доцент, Белорусский государственный экономический университет*

## **Институциональный уровень системы интеграционных отношений**

На институциональном уровне системы отношений, развивающейся в процессе меж-дународной экономической интеграции (МЭИ), формируются национальные, межгосудар-ственные и наднациональные, формальные и неформальные интеграционные институты и институциональная среда на микро-, мезо-, макро- и мега-уровнях, а также между ними [1, с. 194]. Осуществляется многоуровневое экономическое интеграционное проектирование (МЭИП) как формирование интеграционных проектов микро-, мезо-, макро- и мега-уровней и межуровневых. Оно выступает основой для проведения экономической интеграционной политики (ЭИП), принятия опти-

мальных государственно-управленческих решений о много-уровневой системе МЭИ, ее структуре и процессах. МЭИП выступает системным механизмом, обеспечивающим эффективность МЭИ, ее инновационное развитие в условиях геозко-номики с учетом национальных интересов.

Наряду с системой МЭИ проектирование является объектом ЭИП, выступает ее элементом. ЭИП направлена на регулирование системы МЭИ, управление реализацией интеграционных проектов. Она является концентрированным выражением системы МЭИ, средством разрешения ее проблем и противоречий, оказывает обратное воздействие на нее, формирует, способствует росту и развитию, совершенствуется с учетом объективных закономерностей.

Институты МЭИ – это правила и механизмы, обеспечивающие их выполнение, нормы поведения, определяющие взаимодействие субъектов на других уровнях, формы и границы интеграционных отношений [2].

Неформальные интеграционные институты включают ассоциации и объединения; альянсы, сети, кластеры и прочие сетевые формы организации бизнеса; контрактные отношения в производстве товаров и услуг, малом и среднем бизнесе, на рынке труда, финансовом и валютном, в сфере инфраструктуры и оказания деловых услуг; также институт семьи, ментальность, убеждения, традиции, доверие, обычаи, кодексы поведения.

Формальные институты включают: национальные, межгосударственные и наднациональные органы власти и их экономическую политику; региональную (межрегиональную) организацию, создаваемую в процессе МЭИ; интеграционные соглашения; правовые нормы; нормативно установленный институт собственности, рынка, финансовые.

Для принятия решений применяются консенсус, простое или квалифицированное большинство. Используется система «тройки» [3, с. 14-15], когда союзными институтами руководят текущий, предыдущий и будущий председатели.

Институциональная МЭИ предполагает заключение интеграционных соглашений и совместное законодотворчество. Институты обеспечивают выполнение соглашений путем сбора, хранения, анализа и распространения информации о странах-членах союза и процессе МЭИ, политике, условиях ведения бизнеса, состоянии переговоров и судебных процессов.

Они контролируют выполнение обязательств, мониторинг государственной политики, обеспечивают наказание и поощрение, компенсацию, предотвращение и разрешение конфликтов, урегулирование противоречий при взаимодействии субъектов разных уровней.

С одной стороны, формальные институты реализуют пассивную, негативную ЭИП, наблюдая за выполнением обязательств, принятых в соглашениях, введением и устранением барьеров. Они формируют, сохраняют и обновляют среду разумных, стабильных, предсказуемых и надежных правил игры, институциональной среды, поддерживают доверие к интеграционным институтам, предотвращают размывание, игнорирование и

отказ от них, иска-жение и изменение правил игры. Осуществляется сбли-жение, конвергенция, гармонизация, унификация, слияние, устранение дуб-лирования институтов, либерализация отношений, снижение издержек, по-вышение прозрачности и эффективности международных транзакций; уве-личение прозрачности, снижение неопределенности и асимметричности информации.

С другой стороны, институты реализуют активную, позитивную ЭИП, которая вклю-чает содействие сотрудничеству и интеграции, росту и разви-тию; посредничество на встре-чах и переговорах; обеспечение групповой коммуникации, форума для координации дей-ствий, позиционирование группы как целого; оказание технической, консультативной, ис-следовательской помощи, толкование соглашений, правил; разрешение споров по единым правилам, независимую оценку и перераспределение выгод и издержек, защиту слабых субъектов; смягчение влияния субъектов, нанося-щих ущерб коллективной выгоде. Институты могут формировать единую рыночную инфраструктуру в рамках союза, осуществлять ее интеграцию в мировую систему инфраструктуры. Они обеспечивают союз региональными общественными благами, способствуют устранению провалов рынка и ры-ночной неопределенности.

Итак, проведенный анализ позволил определить структуру и функции институцио-нального уровня МЭИ, показать его особенности. На этом уровне важно осуществление не только пассивной, но и активной ЭИП; не только либерализация, но и стимулирование со-трудничества; сочетание МЭИ с мероприятиями по развитию национальных и союзной эконо-мики; поддержание баланса между конкуренцией и сотрудничеством внутри инте-грационного союза; координация действий и позиционирование региона как единого целого в мировой экономике.

1. Мировая экономика: учеб. пособие / А.А. Праневич, Г.А. Шмарловская, В.В. Ожи-гина, О.Н. Шкутько, Е.С. Лисица; под ред. А.А. Праневич. – Минск: БГЭУ, 2014. – Гл.2. – С. 32-77.
2. Ожигина, В.В., Чайковская, Ю.В. Институциональные аспекты региональной инте-грации стран с переходной экономикой (на примере Единого экономического простран-ства) / В.В. Ожигина, Ю.В. Чайковская // Научные труды Донецкого национального тех-нического университета. Серия: экономическая; редкол.: И.А. Александров [и др.]. – До-нецк, 2005. – №89-2. – С. 129–135.
3. Acharya, A. Multilateralism: Is There an Asia-Pacific Way? / A. Acharya // NBR Analy-sis-the National Bureau of Asian Research. – 1997. – №8. – P. 5-18.

*Павленко Денис Алексеевич*

*начальник отдела воспитательной работы со спецконтингентом в исправительных учреждениях, следственных изоляторах и лечебно-трудовых профилакториях управления организации исправительного процесса Департамента исполнения наказаний МВД Республики Беларусь, магистр юридических наук, магистр психологии*

## **Духовная образовательно-просветительская работа как одно из перспективных направлений тюремного служения Белорусской Православной Церкви**

Организуемый в учреждениях уголовно-исполнительной системы Республики Беларусь (далее – УИС) процесс исправления включает как воспитательное воздействие на осужденных со стороны работников данных учреждений (в рамках проводимых с осужденными воспитательных мероприятий), так и собственную активность осужденных по «работе над собой» [1, с. 121]. (В лечебно-трудовых профилакториях процесс исправления граждан, направленный на формирование у них готовности к адаптации в обществе, организуется по аналогичным принципам, с учетом специфики деятельности лечебно-трудовых профилакториев. В этой связи, содержание настоящей статьи касается также служения БПЦ в лечебно-трудовых профилакториях, в том числе проведения в данных учреждениях духовной образовательно-просветительской работы.). Таким образом, для формирования у осужденных готовности к ведению правопослушного образа жизни крайне важно, чтобы осужденные в период отбывания наказания сами добровольно принимали активные действия к приобретению социально значимых компетенций (знаний, умений, навыков), развитию положительных личностных свойств и (или) преодолению негативных черт личности (привычек, склонностей, зависимостей). Для обозначения такого рода активности осужденных (добровольной «работы над собой» в период отбывания наказания) автором введен термин «ресоциализирующая активность» [2, с. 39]. Ресоциализирующая активность осужденных является компонентом процесса исправления осужденных, цель которого состоит в формировании у осужденных готовности к ведению правопослушного образа жизни (как это следует из положений статьи 7 Уголовно-исполнительного кодекса Республики Беларусь). В этой связи, закономерно, что на современном этапе развития УИС Департаментом исполнения наказаний Министерства внутренних дел Республики Беларусь (далее – ДИН) прилагаются значительные усилия к расширению спектра возможностей для ресоциализирующей активности осужденных [3, с. 124]. Проявляя ресоциализирующую активность, осужденные осознанно включаются в процесс своего исправления, что крайне важно для формирования у них готовности к ведению правопослушного образа жизни, в основных сферах жизнедеятельности. Формирование у осужденного готовности к ведению правопослушного образа жизни предполагает формирование у него комплекса социально значимых компетенций и положительных

личностных свойств, обуславливающих субъективную предрасположенность и объективную возможность соблюдать нормы права и общепринятой нравственности (морали) в трех основных сферах жизнедеятельности: сфере материального обеспечения жизни, сфере взаимодействия с другими людьми, сфере потребления и досуга

Привитию осужденным социально одобряемой модели поведения во многом способствуют приобщение их к нравственно-духовным ценностям (христианской морали) Православия (православной культуры) через «пасторскую» деятельность православных священнослужителей в учреждениях УИС, которая ведет свой отсчет с 12 мая 1990 года. Тогда, на закате «советской эпохи» белорусского государства, исправительно-тюремную колонию № 1 г. Минска посетил иерей Алексей Шинкевич, ставший «первопроходцем» в деле тюремного служения [4, с. 3]. С тех пор институт тюремного служения Белорусской Православной Церкви (далее – БПЦ) прошел ряд этапов в своем становлении и, на сегодняшний день, по мнению автора, институт тюремного служения БПЦ оформился в качестве самостоятельного средства исправления (средства формирования готовности к ведению правооптимального образа жизни) [5, с. 113].

Взаимодействие между ДИН и БПЦ осуществляется на основании двустороннего Соглашения, заключенного в 1999 году и обновленного в 2014 году. В структуре БПЦ с 2012 года функционирует синодальный отдела по тюремному служению, который координирует деятельность закрепленных за учреждениями УИС священнослужителей. Показательно, что на территории учреждений УИС действуют храмы и домовые церкви, а также имеются молитвенные комнаты. При этом, священнослужителями, помимо совершения богослужений, обрядов и церемоний, активно проводится работа по духовно-нравственному воспитанию осужденных в форме лекций, диспутов, коллективных и индивидуальных бесед, выступлений по внутренним радиосетям учреждений. Фактически, по мнению автора, сегодня образовательно-просветительскую работу священнослужителей с осужденными следует рассматривать в качестве отдельного направления в рамках реализации института тюремного служения БПЦ.

Приоритетная значимость вышеуказанного направления в тюремном служении БПЦ обусловлена тем, что истинное принятие осужденными православной веры требует не столько приобщения их к церковным ритуалам, сколько формирование у них осознанного понимания концептуальных основ Православия. По мнению автора, изучение с осужденными основ Православия должно осуществляться под патронажем священнослужителей, а лучше – специалистов (педагогов) в области богословия. Ведь в трактовке Священного Писания нет ничего опасней дилетантского и популистского подходов, которые могут увести ищущего духовной поддержки человека в сторону «альтернативных» христианских течений (в том числе граничащих с сектантством), а также привести его к упрощенному (утилитарному) восприятию жизни, сделав приверженцем неязыческих культов.

Зачастую человеку со сложной судьбой трудно противостоять соблазну сектантства и неоязычества, предлагающих «простые рецепты решения сложных вопросов», где нет необходимости «вести бой» со своими слабостями и страстями, «любить своих врагов» и вообще прилагать какие-либо усилия в работе над своей личностью. Вместо этого здесь предлагаются достаточно простые символические действия и мистические ритуалы, нередко возвращающие человека к идолопоклонству и магии.

Поэтому, важно донести преступившим закон людям ту ценность, которую представляет Православие для личности человека. Доступным языком разъяснить им, что несет Православная вера и в чем ее отличие от других христианских течений, а тем более – сект и неязыческих культов. И решение данной задачи, в виду ее сложности, под силу только богословам-профессионалам, которые при этом обладают определенным педагогическим талантом, ораторским мастерством и, если угодно, харизмой. Ведь, безусловно, многое зависит от личности «проводника» в мир Православия, его умения дойти до каждого слушателя и увлечь его за собой! Только так возможно формирование у людей православного мировоззрения, суть которого, по мнению автора, может быть передана строками немецкого поэта XVII века Фридриха Логгау: «Да, бой с собой самим – есть самый трудный бой. Победа из побед – победа над собой».

Именно в формировании православного мировоззрения у подопечных учреждений УИС автор видит основную цель образовательно-просветительской работы, которая активно проводится священнослужителями «на местах». В частности, в исправительной колонии № 11 г. Волковыска действует воскресная школа для осужденных. Аналогичные инициативы реализованы священнослужителями в исправительной колонии № 8 г. Орша, исправительной колонии № 2 г. Бобруйска и некоторых других колониях. В исправительной колонии № 20 г. Мозыря в 2013 году организовано духовное обучение осужденных по специальной программе, разработанной в Православном Свято-Тихоновском гуманитарном университете [6, с. 8]. Опыт организации богословских курсов для осужденных при взаимодействии с Витебской духовной семинарией имеется в исправительной колонии № 3 г. Витебска.

Вышеперечисленные образовательно-просветительские мероприятия, безусловно, имеют большой положительный эффект в приобщении осужденных к основам Православия. Вместе с тем, в 2022 году сделан качественный прорыв в практике проведения духовной образовательно-просветительской работы с осужденными, что связано с началом реализации совместного проекта ДИН и Свято-Успенского Жировичского ставропигиального мужского монастыря (далее – Жировичский монастырь) «Православная вера в помощь страждущим». Концепция проекта совместно разработана автором и представителем Жировичского монастыря Колдеко С.А., а затем представлена на двух учебно-методических мероприятиях с руководителями службы исправительного процесса учреждений УИС, про-

водимых ДИН в августе и сентябре 2022 г. (в том числе с участием Колдеко С.А.).

Образовательно-просветительский проект «Православная вера в помощь страждущим» предусматривает два компонента:

«Воскресную онлайн-школу» – серию лекций по основам Православия, построенных по принципу «простым языком о Православии» и рассчитанных на достаточно широкий круг слушателей, принимающих нравственные основы православной веры: история религиозных праздников; смысл церковных таинств; притчи из жития Святых; значение постов и иных православных обычаев и т.п.

«Дистанционные богословские курсы» – обучающий курс занятий, ориентированный на тех, кто имеет намерения более углубленно изучить основы Православной веры и готов для этого системно осваивать учебный материал, а также проходить контроль полученных знаний. Дистанционные богословские курсы рассчитаны на 12 месяцев и включают следующие тематические блоки:

- блок занятий № 1 «Основы христианской нравственности»;
- блок занятий № 2 «Догматы Православной Церкви»;
- блок занятий № 3 «Греховные страсти и борьба с ними»;
- блок занятий № 4 «История Православия на Белорусских землях»;
- блок занятий № 5 «Литургическое богословие»;
- блок занятий № 6 «Богослужение в жизни Церкви»;
- блок занятий № 7 «Нагорная проповедь».

По итогам прохождения дистанционных богословских курсов предполагается проведение комплексного экзамена, прием которого будет осуществлен экзаменационной комиссией Минской духовной семинарии.

Предварительно, ДИН изучена востребованность в учреждениях УИС такой формы духовного просвещения и образования, так как посещение воскресной онлайн-школы и прохождения дистанционных богословских курсов предполагалось исключительно на добровольной основе (только по желанию осужденных). Опрос подопечных учреждений УИС показал их заинтересованность в проекте «Православная вера в помощь страждущим», после чего реализация проекта согласована руководством ДИН и благословлена архиепископом Новогрудским и Слонимским Гурием (наместником Жировичского монастыря и ректором Минской духовной семинарии).

Первое занятие в рамках дистанционных богословских курсов состоялось 17.09.2022 в режиме ZOOM-конференции, к которой подключилось девятнадцать учреждений со всей республики. Аудитория слушателей составила более двухсот человек.

Занятия дистанционных богословских курсов проводятся еженедельно (по выходным) опытным преподавателем Минской духовной семинарии протоиереем Геннадием Малеевым. После каждого занятия при модерации со стороны ДИН обеспечивается обратная связь преподавателя со слушателями в онлайн-режиме, отдельные вопросы направляются в Минскую



духовную семинарию по электронной почте. В Минской духовной семинарии заведён отдельный электронный адрес (адрес электронной почты) для общения со слушателями дистанционных богословских курсов.

Заслуживает внимание, что по итогам одного из занятий в среде слушателей дистанционных богословских курсов обсуждалась идея о создании в учреждениях УИС православных клубов (добровольных объединений осужденных на основе интереса к Православной вере). Данная идея может быть реализована в рамках существующего правового поля, так как пункт 262 Правил внутреннего распорядка исправительных учреждений, утвержденный постановлением Министерства внутренних дел Республики Беларусь (далее – МВД) от 20.10.2000 № 174 (в редакции постановления МВД от 18.07.2019 № 197), позволяет создавать объединения осужденных по интересам (с разрешения администрации учреждения). Объединение по интересам – это добровольное объединение осужденных на основе общего интереса к определенному социально одобряемому виду деятельности, которую они осуществляют под контролем администрации учреждения УИС в целях приобретения социально значимых компетенций (знаний, умений, навыков) и конструктивного социального опыта либо преодоления негативных свойств личности (зависимостей, склонностей и привычек) [7, с. 187]. Православный клуб либо кружок, по мнению автора, оптимально укладывается в приведенное выше определение, а деятельность таких объединений будет способствовать трансляции в социальной среде учреждения УИС на неформальном уровне конструктивных представлений об основах Православной веры (духовно-нравственных основ Православия).

Автор подчеркивает, что прохождение дистанционных богословских курсов (равно как и присутствие на каждом отдельном занятии) является для подопечных учреждений УИС исключительно добровольным. И, как показывают опросы слушателей курсов, – преподаваемый материал вызывает у них значительный интерес. В этой связи, закономерно, что к каждому занятию число слушателей увеличивается, а к проекту «Православная вера в помощь страждущим» присоединяются новые учреждения (к 15.10.2022 количество слушателей составило более трехсот человек, а в проекте участвовало тридцать учреждений). Показательно, что в ряде учреждений УИС на занятиях (вместе со слушателями) присутствуют закрепленные за данными учреждениями священнослужители.

В целом, уже на сегодняшний день, можно сделать предварительный вывод об успешности проекта «Православная вера в помощь страждущим», обеспечивающего возможность проведения духовных образовательно-просветительских мероприятий республиканского масштаба с привлечением компетентных специалистов в области богословия (преподавателей Минской духовной семинарии). Республиканский формат образовательно-просветительских мероприятий с участием Минской духовной семинарии, безусловно, положительно влияет на качество их проведения, а также способствует приобщению к православным нравственно-духовным ценностям

широкого круга подопечных учреждений УИС, что является «первым шагом» к формированию у них православного мировоззрения. По мнению автора, православное мировоззрение обеспечивает следование социально одобряемой модели поведения в основных сферах жизнедеятельности, где в первую очередь должна проявляться готовность осужденного к ведению правопослушного образа жизни. Ведь, фактически, закрепленные в Священном Писании «десять заповедей» вмещают в себя все статьи Уголовного кодекса Республики Беларусь, а следование правилам жизни православного человека – обеспечивают душевное равновесие лучше всяких психологических консультаций и тренингов.

Таким образом, на основании изложенного, автор полагает возможным сделать следующие выводы:

1. Тюремное служение БПЦ следует рассматривать в качестве одного из средств исправления (средства формирования у осужденных готовности к ведению правопослушного образа жизни).

2. Духовная образовательно-просветительская работа является значимым направлением тюремного служения БПЦ, которое имеет важное значение для формирования у осужденных готовности к ведению правопослушного образа жизни.

3. Образовательно-просветительская работа в рамках тюремного служения БПЦ должна включать:

систему лекций (в том числе, радио- и видеолекций), диспутов и коллективных бесед священнослужителей с осужденными, рассчитанные на широкий круг слушателей;

ведение богословских курсов для осужденных, готовых на углубленном уровне изучать основы Православия;

координацию деятельности православных клубов (кружков) осужденных, создаваемых в учреждениях УИС по инициативе самих осужденных.

1. Павленко, Д. А. Процесс исправления осужденных / Д. А. Павленко // Вестник Академии МВД Республики Беларусь. – 2021. – № 1. – С. 117 – 123.
2. Павленко, Д. А. Воспитательная работа с осужденными как основа их ресоциализации / Д. А. Павленко // Вестник Могилевского института МВД. – 2021. – № 1 (3). – С. 39–44.
3. Павленко, Д. А. Организация процесса исправления в учреждениях уголовно-исполнительной системы Республики Беларусь: современное состояние и направления совершенствования / Д. А. Павленко // Вестник Академии МВД Республики Беларусь. – 2022. – № 1. – С. 118 – 125.
4. Филатов, В.Т. Возрождение духовности / В.Т. Филатов // Трудовой путь. – 1990. – № 2. – С. 3.
5. Павленко, Д. А. Тюремное служение Белорусской Православной Церкви: история, современное состояние и перспективы развития/ Д. А. Павленко // Социум и христианство: Сборник статей участников VI Международной научно-практической конференции, Минск, 28–30 янв. 2022 г. / Редкол.: Голубев К. И. [и др.]. – Минск: Издательство Минской духовной академии, 2022. – 107–115 С.

6. Горлач, Т.С. Путь к исправлению лежит через храм / Т.С. Горлач // На страже. – 2019. – № 34. – С. 8.
7. Павленко, Д. А. Объединения по интересам как перспективное направление расширения возможностей для ресоциализирующей активности осужденных [Электронный ресурс] / Д. А. Павленко // Борьба с преступностью: теория и практика : тезисы докладов X Международной научно-практической конференции (Могилев, 22 апреля 2022 года) / Министерство внутренних дел Республики Беларусь, учреждение образования «Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь» ; редкол.: Ю. П. Шкаплев (отв. ред.) [и др.]. – Могилев : Могилев. институт МВД, 2022. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – С. 184–188.

*Пашкевич Илья Анатольевич*

*магистрант, Минская духовная академия*

### **Экзегетические особенности трудов Оригена**

Толкование Священного Писания, или библейская экзегетика (от греч. ἐξήγησις – «истолкование», от греч. ἐξ – «из» + ἡγέομαι «вести») [8, 12], всегда являлось и остается одним из главных библейско-богословских изысканий христианского исследователя и, более того, всякого читателя библейских текстов.

Обращаясь к тексту Священного Писания с целью понять его смысл, нельзя не учитывать тот факт, что столь замечательный корпус текстов, который представляет собой Библия, имеет долгую и интересную историю его изучения и толкования. Однако особенно важно и любопытно обращаться к истокам того или иного явления, к тому, что составляет его основу, фундамент. Можно, несомненно, сказать, что для библейской экзегезы таким фундаментом является творчество и научно-исследовательские труды выдающегося церковного писателя III века – Оригена.

Ориген (ок. 185 – ок. 254) первым взял на себя труд по систематическому изучению и комментированию текста Священного Писания. Конечно, и до него уже существовали произведения, написанные в жанре библейского комментария, т. е. с формальной точки зрения Ориген не был его создателем. Так, уже с конца II в. в христианской среде появляются комментарии на библейские книги. Можно упомянуть, например, комментарий гностика Ираклеона (Гераклеона) на Евангелие от Иоанна. Кроме того, известны также некоторые библейские комментарии, написанные св. Ипполитом Римским в конце II – начале III веков. [6, 182]

Однако, упомянув все эти труды, можно сказать, что Ориген сделал гораздо больше. Он стал тем, кто поднял практику библейской экзегетики на очень высокий уровень, не сопоставимый с тем, что было до него. Свою деятельность в качестве экзегета и богослова Ориген расценивал, собственно, как церковное служение, важной задачей которого было достойное представление христианской веры перед лицом внешних и внутренних врагов. К внешним оппонентам можно отнести иудеев и язычников, а к внутренним – еретиков, которые откалывались от церковного общения. [6, 184]

Оригеном были затронуты многие вопросы, которые впоследствии рассматривались в трудах экзегетов последующих веков [4, 255], выработаны определенные методы [2, 4], а также даны классические объяснения тем или иным эпизодам и проблемам. Таким образом, вряд ли можно назвать какого-либо другого христианского исследователя, «который оказал бы на последующее развитие христианской экзегетики влияние, сопоставимое по масштабам и степени важности с влиянием Оригена» [5, 17].

Об Оригене – его личности и значении как для экзегезы, так и всего христианского богословия в целом – существуют самые разные мнения, которые выражались церковными исследователями на протяжении различных эпох. Одни восхищались его творчеством (например, некоторые протестантские богословы [7]), другие называли безумным (например, такие святые отцы, как сщмч. Петр Александрийский, свт. Епифаний Кипрский, свт. Кирилл Александрийский, а также св. император Юстиниан). В целом, можно даже говорить о разном отношении к Оригену на Востоке (в православном богословии) и на Западе (в протестантском богословии). Более того, даже один и тот же церковный ученый мог думать о нем по-разному на протяжении своей научно-исследовательской деятельности. Например, А.И. Сидоров в статье «О ереси Оригена» упоминает о своем «кардинальном изменении отношения к Оригену» [7, 290-332].

В корпус трудов Оригена входит огромное число книг (некоторые древние авторы возводят их число до 6 тыс. книг [2, 4-5]), однако в настоящей работе речь идет о его экзегетических сочинениях. Стоит также добавить, что из всех известных экзегетических трудов александрийского дидакакала сохранилась только небольшая часть [3, 173-178]. Ориген жил в ту эпоху, когда христиане ещё находились в процессе отмежевания от иудейской среды, когда полный разрыв христианства и иудаизма ещё не произошел. Это время характеризуется появлением различных текстов, которые представляли собой антииудейские апологии. Это такие тексты, как «Послание к Диогнету» (120-210 гг.), «Диалог с Трифоном иудеем» (ок. 160 г.) св. Иустина Философа, «Против иудеев» Тертуллиана (ок. 160 – после 220) и др. Творчество Оригена, как одного из писателей-апологетов, также связано с антииудейской полемикой.

1. Михайлов П.Б. Экзегетика Священного Писания: Каппадокийские отцы: уч. пособие. М.: Издательство ПСТГУ, 2019.
2. Нестерова О.Е. Allegoria pro typologia. Ориген и судьба иносказательных методов интерпретации Священного Писания в раннепатристическую эпоху. М.: ИМЛИ РАН, 2006.
3. Общая история Церкви: Уч. пособие для вузов: в 2 т. / сост., отв. ред. В.В. Симонов; исторический ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова. Т. 1. Кн. 1. М.: Наука, 2017.
4. Петров А.Е. Экзегеза библейская // Большая российская энциклопедия. М., 2017. Т. 35.
5. Петухов А., свящ. Ориген в русской богословской дореволюционной литературе // Сборник электронных книг «Богословие Церкви эпохи Вселенских Соборов в трудах русских учёных». СПб.: Аксион эстин, 2010.
6. Серегин А.В., Смирнов Д.В. и др. Ориген // Православная энциклопедия. М., 2019. Т. 53.

7. Сидоров А.И. Жизненный путь Оригена // Патристика. Новые переводы, статьи. Нижний Новгород, 2001.
8. Юревич Д.В., прот. Введение в Новый Завет: учебное пособие. СПб.: Издательство СПбДА, 2016.

*Пергунов Александр Александрович*  
*студент Минской духовной семинарии*

### **Семья как духовный союз**

Семья - основа любого общества, а основа семьи - два любящих друг друга человека, она есть первичное лоно человеческой духовности. Священное Писание говорит нам: «И сказал Бог: нехорошо быть человеку одному; сотворим ему помощника соответственного ему» (Быт. 2: 18). Бог создает Еву из ребра - самой близкой части к сердцу Адама: «И сотвори Бог человека, по образу Божию сотвори его: мужа и жену сотвори их» (Быт. 1: 27). В Библии мы читаем: «И благословил их Бог, и сказал: возрастайте и размножайтесь, и наполняйте землю, и господствуйте ею...» (Быт. 1: 28, 9: 1). Под возрастанием здесь подразумевается совершенствование человека внутреннего и его возрастание в Боге, а не о размножении и телесном его росте. Протоиерей Понтий Рупышев в своем дневнике пишет следующее: «Основой и сутью благословения Божия им - «растите и множитесь» - является любовь, которая и есть суть жизни. Для животного мира это благословение тем и ограничивается, то есть размножением подобных себе. Для человека же земное есть средство для познания и перехода к высшему, а суть жизни для него - в Боге. Поэтому если пищу, питье и совокупление полов человек обращает в суть жизни, находя в них для себя счастье, то это и есть измена его Богу, высшему для него началу жизни. <...> В совокуплении же полов особенно проявляется творческое начало жизни - любовь, и обращение его в животное наслаждение есть прямое попрание этого начала - осквернение жизни любви» [2, с. 263-264].

Также в человеке важно его чувство внутреннего духовного достоинства, которое рождается и утверждается в человеке из духа его семьи и рода, осмысленного принятия своих родителей и предков (Исх. 20:12) - это первая основа внутренней свободы и духовного характера. Человек начинает свою жизнь в семье, учрежденной его отцом и матерью, которую он не создавал, но в которую входит он одним своим рождением. Он получает эту семью как дар судьбы, который ему не отклонить и не изменить, а только принять и нести всю жизнь. Вот почему семья является первичным лоном человеческой культуры.

Семья - это священный союз, построенный на любви и свободе, берущий начало из брака. Брак по своему существу возникает из выбора и решения: «Посему оставит человек отца своего и мать и прилепится к жене своей, и будут двое одна плоть» (Быт. 2: 24; Мф. 19: 5; Лк. 16: 18; Еф. 5: 31), а всякая настоящая семья возникает из любви и дает человеку счастье. А гимн любви апостола Павла говорит нам, что «любовь никогда не перестает» (1

Кор. 13: 1-8). Протоиерей Понтий Рупышев толкует данное место в Писании: «Где нет любви, там подвиг бесплоден, как бы труден он не был. Ибо всякое духовное дарование на земле временно и служит лишь ко спасению людей, а любовь вечна» [2, с. 496]. А в своем дневнике пишет следующее: «Любовь хочет всю себя отдать, но и все получить. Отсюда брак, как слияние в одно существо по духу, душе и телу. Небесная любовь сообразует себе душу и тело, а душевная влечет к земле и телесному соединению. Первая вечна, вторая временна и рано или поздно для нее человеку придется умереть» [2, с. 264].

Соответственно, воспитать детей в семье духовно-нравственно, научить их любви и дать им счастье, родители могут в том случае, если они сами умели любить и были счастливы в браке, а в счастливой семье воспитывается человек с неповрежденным душевным организмом. Воспитывать детей нужно с малого возраста, именно тогда ребенок легче все впитывает, а какие посеет семена в ребенке родитель, такие он и пожнет плоды. Поэтому очень сильно влияет детский возраст на всю нашу последующую жизнь, и когда психологи разбираются в проблемах человека, то они зачастую обращаются к его детству [3, с. 60]. Архимандрит Андрей (Конанос) пишет по этому поводу следующее: «Брак - это большой подвиг, а родители - большие подвижники. <...> Когда у тебя есть семья, у тебя есть и заботы. <...> С того момента, как человек заключил брак и пока не отправился в мир иной, у него нет ни тишины, ни покоя, потому что все вопросы, возникающие в семье, не кончаются. <...> Даже святогорские отцы и монахи-подвижники, признавая подвижнический дух брака, сознаются, что испытывают благоговение перед родительством, поскольку это - другой вид подвига на сем свете. Он отличается от их монашеского подвига, но равновелик ему, важен и весьма благословен от Бога» [4, с. 78-80].

В своем дневнике протоиерей Понтий Рупышев пишет: «В Таинстве Брака дух должен быть свободен, не связан естеством. Плоть или греховность стремится связать его собою, снизить, извратить, направить его к себе, а не к Богу. Естество же безразлично. Все дело в том, какое содержание его наполняет, какой дух им движет, его одушевляет. Это относится и вообще всегда к взаимодействиям духа, души и плоти, естества. Душа же может быть или духовна, или плотяна. Благодать брака и сохраняет дух в супругах правый» [2, с. 253]. Такой брак можно уподобить цветку. Для того, чтобы цветок вырос, за ним нужно ухаживать, надо чтобы он был посажен в плодородную почву, надо удобрять и поливать землю, в которой он растет. Ну а если за ним не ухаживать, то он какое-то время будет прекрасен и благоухающим, а после вовсе засохнет и погибнет. Поэтому требуется от человека большое умение удержать на прочном основании первоначальную любовь так, чтобы она могла выстоять. Человек, с которым ты заключил брак, будет тем человеком, с которым ты будешь идти вместе из временной жизни в жизнь вечную. Следовательно, брак - это путь ко спасению. Следует отметить, что деторождение - не основная цель брака. Цель брака заключается в

том, чтобы через возвращение взаимных отношений, основанных на любви к Богу, совместно преодолевая трудности, встречающиеся в семейной жизни, «со всяким смиренномудрием и кротостью и долготерпением, снисходя друг ко другу любовью» (Еф. 4: 2), супруги сумели сочетаться в вечности со Христом [3, с. 85-86].

В раю брак был средством для единства в духовной любви, воспитания в ней. После грехопадения человека все осуществляется через великие скорби и труды. Поэтому для современной семьи необходимо постоянное совершенствование мировоззрения, укрепление благочестия, благородства, великодушия и всех качеств, которые направлены к лучшему, доброму – только таким образом можно укрепить духовный союз семьи. Но человеческая любовь, какой бы она чистой и возвышенной не была, никак не может насытить человека. При этом в браке нужно ожидать и очистительных скорбей: «Впрочем, если и женишься, не согрешишь; и если девица выйдет замуж, не согрешит. Но таковые будут иметь скорби по плоти; а мне вас жаль» (1 Кор. 7: 28). В современном обществе люди далеки от правильного понимания христианского брака. Но ни одному из поколений не было легче в супружеских отношениях. Архимандрит Андрей (Конанос) пишет: «Сегодня многое изменилось, и сейчас, чтобы супруги могли оставаться счастливыми и любящими, им необходимо сохранять свои отношения через личное соучастие. Брак можно сравнить с горящей лампадой - если не долешь в нее масла, то в скором времени она начнет мерцать и потухнет» [4, с. 27].

1. Библия. Священное Писание Ветхого и Нового Завета. – Москва : Издание Московской патриархии, 2016. – 1376 с.
2. Рупышев, П., протоиерей. Жизнеописание и духовное наследие протоиерея Понтия Рупышева. / протоиерей П. Рупышев. - Москва : Паломник, 2016. - 672 с.
3. Афанасий (Николау), митрополит Лимасольский. Брак - ад или рай? / митрополит Афанасий (Николау) ; пер. с болг. и новогреч. С. Косовой, Д. Лампадиаста. - Москва : Издательство Сретенского монастыря, 2018. - 304 с.
4. Андрей (Конанос), архимандрит. Хочу создать семью : беседы о семейной жизни / архимандрит Андрей (Конанос). - Москва : Издательство Сретенского монастыря, 2019. - 176с.
5. Жемчужины мысли. / сост. А. А. Жадан. - Минск : Издательство Беларусь, 1987. - 480 с.
6. Ильин, И. Семья в свете духовно-нравственных и культурных традиций общества. / И. Ильин // Азбука супружества. Сайт о православной семье и браке. [Электронный ресурс]. - 2022. - Режим доступа : <https://azbyka.ru/semya/senja-v-svete-duhovno-nravstvennyh-i-kulturnyh-tradicij-obshhestva-ivan-ilin>. - Дата доступа : 02.12.2022.

*Петрович Вероника Сергеевна*

*магистрант, Белорусский государственный экономический университет*

## **Маркетинговое управление конкурентоспособностью товара**

Одним из важнейших понятий маркетинга, главным объектом на рынке является товар. Он имеет потребительную ценность, обладает определен-

ным качеством, техническим уровнем и надежностью, задаваемой потребителями полезностью, показателями эффективности в производстве и потреблении, а также другими важными характеристиками. Именно в товаре находят отражение все особенности и противоречия развития рыночных отношений в экономике.

Товар – точный индикатор экономической силы и активности производителя. Действенность факторов, определяющих позиции производителя, проверяются в процессе конкурентного соперничества товаров в условиях развитого рыночного механизма, позволяющего выявить отличия данного товара от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Для этого товар должен обладать определенной конкурентоспособностью.

Конкурентоспособность товара – это такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который позволяет выдерживать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке.

Кроме того, конкурентоспособность – сравнительная характеристика товара, содержащая комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара. Она определяется совокупностью потребительских свойств данного товара-конкурента по степени соответствия общественным потребностям с учетом затрат на их удовлетворение, цен, условий поставки и эксплуатации в процессе производственного и (или) личного потребления.

Конкурентоспособность товара определяется по отношению к конкретному рынку, либо к конкретной группе потребителей, формируемой по соответствующим признакам стратегической сегментации рынка. Например, шоколад компании СОАО «Коммунарка» менее конкурентоспособен по соотношению цена-качество, чем Рошен, но более конкурентоспособен, чем другие основные бренды-конкуренты, а именно: Спартак (основной конкурент-национальный производитель), Alpen Gold и Milka на белорусском рынке, но на международном рынке шоколад Milka и Nestle является более конкурентоспособными, чем «Коммунарка».

Проблема качества и конкурентоспособности продукции носит в современном мире универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит многое в экономической и социальной жизни любой страны, практически любого потребителя. Конкурентоспособность – концентрированное выражение всей совокупности возможностей страны, любого производителя создавать, выпускать и сбывать товары и услуги.

Успешное функционирование организации зависит, в конечном счете, от уровня конкурентоспособности продукции, предлагаемой потребителям. Тем самым приходится признать необходимость разработки четкой методологии оценки и управления конкурентоспособностью продукции, основанной на тесной взаимосвязи общепризнанных законов экономики и менедж-



мента, психологии и социологии, статистики и теории вероятностей, других наук.

Конкурентоспособность товаров – решающий фактор коммерческого успеха на конкурентном рынке. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за время эксплуатации.

Изучение конкурентоспособности обуславливает необходимость разработки эффективных, простых в применении инструментов, методик, позволяющих предприятию с максимальной степенью объективности оценить уровень конкурентоспособности своих товаров на рынке. Анализ оценок уровня конкурентоспособности продукции становится основанием для дифференциации предложения и создания уникального набора взаимосвязанных конкурентных преимуществ, привлекательных с точки зрения потребителей в рамках целевого сегмента. Кроме того, предприятие способно более эффективно планировать процессы совершенствования товарного ряда, опираясь на конкретные результаты исследования. Ведь одной из целей любой компании является добиться оптимального товарного ассортимента. Под оптимальным товарным ассортиментом в общем случае понимают такой товарный ассортимент, при котором компания наиболее эффективно использует имеющиеся ресурсы и достигает наибольших значений целевых показателей. От того, насколько успешно будут приняты, а также в дальнейшем реализованы решения, касающиеся товарного ассортимента, будет в значительной мере зависеть будущая конкурентоспособность товаров компании.

Конкурентоспособность товара (услуги) зависит от ряда факторов, влияющих на предпочтительность товаров и определяющих объем их реализации на данном рынке.

Прежде всего, можно выделить внешние и внутренние факторы, определяющие конкурентоспособность продукции. К внешним факторам относятся: институциональные факторы (политические, экономические и правовые), а также такие условия, как конъюнктура внешней среды и уровень конкуренции на рынках, формы и методы государственного регулирования экономических процессов; уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона, организации.

Внутренние факторы определяются требованиями потребителей. К ним относятся: качество, цена, сроки строительства, гарантийное и сервисное обслуживание, уникальность и дизайн товара и другие.

В настоящее время увеличивается количество покупателей с развитым уровнем потребления, ориентированных на комплексную оценку всех факторов, влияющих на удовлетворение их потребности: как ценовых, так и

неценовых. Такой инновационно-ориентированный покупатель фокусирует внимание на уникальности, новизне товара. При этом высокая цена не отталкивает его, а даже привлекает, так как может свидетельствовать о высоком качестве товаров.

Качество, цена, доверие, надежность продукции – главный путь к обеспечению ее конкурентоспособности. Безусловно, эти факторы важны, но на современном перенасыщенном рынке они воспринимаются как само собой разумеющееся.

Слабые продукты быстро уходят с рынка, но те, которые выживают, безусловно являются качественными и надежными. Поэтому на ведущее место выдвигается образ товара. Важным становится имиджевое потребление. Все чаще люди выбирают не сам продукт, а ту идею, которую он несет. При этом они обращают внимание на бренды, которые означают что-то важное в их жизни, соответствуют их мироощущениям. Товар, не ставший брендом, оценивается с позиций цена-качество. Бренд оценивается по другим критериям: имиджевая составляющая, социальная значимость, личная симпатия. Товар с известным брендом может продаваться дороже, чем конкурентный, и при этом уровень продаж может быть выше.

Маркетинговое управление конкурентоспособностью продукции представлено системой маркетингового управления конкурентными преимуществами. Система маркетингового управления конкурентными преимуществами – комплекс маркетинговых мероприятий, принятых на каждом этапе формирования конкурентных преимуществ, направленных на их содержание и усиления с целью позиционирования предприятия в конкурентной среде, получения устойчивой конкурентной позиции и дальнейшего экономического развития. Система маркетингового управления конкурентными преимуществами ориентируется на три составляющие управленческого цикла, который сочетает аналитическую стратегическую и тактическую рыночную деятельность предприятия.

Особенности системы маркетингового управления конкурентными преимуществами предприятия заключаются в применении именно маркетинговых инструментов и методов, направленных на исследование, оценку конкурентной среды и тенденций ее развития с целью разработки необходимых маркетинговых мероприятий по усилению позиции компании на рынке. [1]

Маркетинговые мероприятия разрабатываются для каждого этапа формирования и управления конкурентными преимуществами:

- на этапе сбора информации;
- на этапе оценки конкурентных преимуществ;
- на этапе формирования, содержания и усиления конкурентных преимуществ;
- на этапе позиционирования компании.

Базовой составляющей поиска конкурентных преимуществ предприятия служит аналитическая работа, содержание которой определяется исследованиями и анализом состояния внешней и внутренней среды предприятия.

На этапе маркетинговых исследований управленческая составляющая характеризуется следующими действиями: формирование маркетинговой информационной системы, определение ответственных за непосредственный сбор и обработку необходимой информации и тому подобное. Маркетинговый анализ полученной информации должен быть направлен на определение и оценку конкурентной позиции предприятия на рынке, его конкурентных преимуществ.

Управленческая составляющая данного этапа определяется выбором методов и методик, основанных на научных подходах анализа внешней и внутренней среды. Важную роль в процессе маркетинговых исследований и маркетингового анализа играет процесс организации труда его исполнителей.

Технология формирования стратегий конкуренции с ориентацией на использование сильных сторон предприятия с учетом рыночной активности конкурентов и особенностей развития рынка, выступает важным инструментом формирования стратегических конкурентных преимуществ. Главная цель такой стратегии – определить принципы и правила достижения преимуществ над конкурентами в целевых сегментах рынка и составляющих комплекса маркетинга.

На тактическом уровне осуществляется процесс реализации выбранной стратегии по содержанию или усилению конкурентных преимуществ. На данном уровне необходимо правильно выбрать место, время и ключевые направления действий. [1]

В процессе организационного обеспечения конкурентных преимуществ значительное внимание уделяется формированию (корректировке) маркетингового подразделения, за которым закрепляется задачи по разработке маркетингового плана, который предусматривает меры по разработке брендинговой политики, взаимодействия с субъектами рынка, технологии продвижения и позиционирования продукции.

Неотъемлемой составляющей данной части мероприятий выступает процесс управления ресурсными конкурентными преимуществами, в состав которых предлагаем отнести финансы, технологический процесс, интеллектуальные и трудовые компетенции.

Если намеченные мероприятия не приводят к усилению конкурентных преимуществ, приобретает значимость этап маркетингового аудита, который осуществляется с целью оценки качества запланированных маркетинговых мероприятий и их корректировку в соответствии с дополнительными планами.

В случае, когда введение намеченных тактических мероприятий преуспевает в части усиления конкурентных преимуществ, предприятие достигает устойчивой конкурентной позиции на рынке, дальнейшего экономиче-

ского развития, а потребители в рамках разработанной и внедренной программы лояльности становятся сторонниками продукции данного предприятия, что создает между ними синергетический эффект.

1. Маркетинг в системе управления конкурентными преимуществами предприятия [Электронный ресурс] // Studopedia. – Режим доступа: [http://www.dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/4954/1/ИванниковаМН\\_статья.pdf](http://www.dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/4954/1/ИванниковаМН_статья.pdf). – Дата доступа: 01.12.2022
2. Мокроносов, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2018. – 119 с.

*Пушкин Сергей Николаевич*

*доктор философских наук, профессор каф. философии и теологии,  
Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина*

### **Евразийцы о постреволюционной России**

По убеждению евразийцев, с октября 1917 г. Россия перестала слепо следовать за европейской цивилизацией, а поэтому многие из них весьма позитивно воспринимали революционные изменения социально-экономической жизни страны. При этом они полагали, что ее развитие осуществляется, как правило, в верном направлении. В этой связи П.Савицкий в письме к П.Струве сообщал, что он «всегда отвергал... не только коммунизм, но и всякий социализм, под каким видом и в каких бы оттенках он ни выступал. И все-таки я, – убежден один из основателей евразийства, – склонен связывать будущее России с будущим Советской власти» [3,272].

Однако власть эта будет в полной мере реализована только после того как решительно порвет с коммунизмом. В противном случае народ неизбежно придет к выводу, что «“правда” советского государства превратилась в “кривду” коммунистической системы». Но тогда на какой же социально-экономический строй следует ориентироваться? Конечно, не на капитализм, лишенный, по мнению евразийцев, правды, без которой Россия жить не может. Именно поэтому «русский народ примет правду коммунизма и откинет его кривду, – писал Н.Алексеев. – Он по-прежнему будет бороться с эксплуатацией и рабством во имя человеческой свободы, но уже не в коммунистических целях и не коммунистическими средствами» [1,315–316]. Исходя из этого, евразийские мыслители обстоятельно рассматривали проблему третьего пути развития России. «Третий путь не справа и не слева. Но и не в центре, не в золотой середине обывательского, примиренческого консенсуса, – разъясняя их позицию, пишет А.Дугин. – Нет. Он находится с обратной стороны от Центра, объединяя самых крайних, буйных и активных как справа, так и слева» [2,6].

И радикальный большевизм, и радикальный антисоветизм евразийцы полагали бесперспективными идейными направлениями, ориентирующимися не на развитие собственных основ, а на заимствованные ценности. Они не хотели быть причислены ни к правым, ни к левым, так как находились в совершенно иной системе социально-экономических координат. «Евразий-

цы живут в противопоставлениях, – констатировал П.Савицкий. – В своей системе они совмещают традицию и революцию» [3,98]. При этом мыслители подвергали серьезной критике различного рода негативные аспекты традиций, весьма высоко оценивая их позитивные стороны. Не испытывая они к старине особой ностальгии, они были далеки от стремлений ее реставрации. Новое у них часто отождествлялось с обновлением глубокой древности, но не вчерашнего дня. Неудивительно, что они отрицали петровскую Россию во имя допетровской, когда она не подверглась еще сколько-нибудь серьезной европеизации.

Евразийцы убеждены: на смену узкоклассовой социально-экономической политике в интересах мирового пролетариата неизбежно придет политика в интересах народов России. При этом звучание популярного лозунга о защите эксплуатируемых и угнетенных не только не снизится, но, напротив, значительно возрастет. Ведь он весьма удачно выражает христианские идеалы православной России. И любое ее правительство, если, конечно, оно заинтересовано в одобрении своей деятельности народными массами, должно, по мнению евразийцев, поддерживать этот лозунг. Неудивительно, что они активно выступали против коммунистического противопоставления нового социального строя христианским традициям. «Как раз наоборот: новый строй обретет полноту и устойчивость в тот момент, когда просветится внутренним религиозным светом, – писал П.Савицкий. – ... Евразийцы стремятся к созданию новой социальной эпохи. В то же время, по их упованию, эпоха эта будет эпохой веры» [3,112]. Именно в этой связи они полагали, что православная идеология вытеснит на Руси идеологию коммунистическую, в результате чего евразийство и придет на смену большевизму.

Основываясь на этом, в области хозяйственной евразийцы активно пропагандировали путь смешанной экономики, объединяющей самые различные формы собственности. Предлагаемая ими «система государственно-частного хозяйства» основывалась на конкуренции этих форм. «Общее направление пути, которому должно следовать это преобразование собственности, – заявлял Н.Алексеев, – можно выразить в следующей отрицательной формуле, характеризующей существо преобразованного общества: ни капитализм, ни социализм!» [1,254].

Для них частная собственность – всего лишь одна из форм социально-экономической жизни России. Ее абсолютное господство, отсутствие «всяких коррективов» по отношению к ней, ведут к резкой дифференциации общества, бесконечному обогащению одних и чрезмерному унижению других. И если «на развалинах коммунизма» в России вновь возродится капитализм, то, по Алексееву, у нас неизбежно сформируется неприемлющее частную собственность народное движение. Вместе с тем для евразийцев очевидно, что отсутствие частной собственности так же плохо, как и ее неограниченное господство. И то, и другое может привести лишь к бесконечной революционной смене капитализма социализмом и обратно. А это не позволит

России должным образом развиваться. Но «всегда и везде нужно стремиться к лучшему, – отмечал П.Савицкий в ноябре 1921 г. – И этим лучшим в нынешних, безмерно трудных, обстоятельствах нам представляется сохранение годного политического аппарата большевиков, при изменении экономической их политики» [3,275]. В противном случае большевистская Россия обречена на «экономическое небытие», гибель ее неизбежна.

1. Алексеев Н.Н. Русский народ и государство. – М.: Аграф, 1998. – 640 с.
2. Дугин А.Г. О евразийстве // Савицкий П.Н. Континент Евразия. – М.: Аграф, 1997. С.6–12.
3. Савицкий П.Н. Континент Евразия. М.: – Аграф, 1997. – 464 с.

*Руңцо Дмитрий Владимирович*

*бакалавр богословия, выпускник аспирантуры экономического факультета БГУ*

## **Христианство и культурная глобализация в современном мире**

Жизнь современного человека подвержена процессам глобализации – экономической и культурной. С одной стороны, глобализация открывает широкие возможности для взаимопользующего сотрудничества разных народов и стран, а с другой – несет риски и угрозы национальной идентичности и традиционным ценностям. В Концепции национальной безопасности Республики Беларусь сказано, что неприемлемо навязывание идеологии глобализма, когда искажаются «традиционные духовно-нравственные ценности народов» [3].

Кроме экономической глобализации в XXI веке можно наблюдать и феномен культурной глобализации. Как считает М. А. Корыгина, культурная глобализация связана с унификацией культурного пространства, создание для единого для всех вектора развития с однотипными «нормами, стереотипами, шкалой ценностных ориентиров, правил и предписаний» [2, 381]. Культурная глобализация нивелирует этнокультурные ценности, создавая упрощенное и понятное для всех мировое культурное пространство. Этому в немалой степени способствует и всемирная сеть Интернет, задавая стандартные правила для всех пользователей независимо от их культурной или национальной принадлежности. По мнению М. А. Корыгиной, сегодня формируется единая мировая культурно-цивилизационная система.

Культурная глобализация в XXI веке пришла на смену локальному и региональному развитию культурных сообществ. Взаимное влияние культурных локальных и региональных пространств до XXI века носили частичный и случайный характер [2, 383]. Нельзя сказать, что культурная глобализация происходит отдельно от экономической – сегодня во многих частях мира можно встретить одинаковые товары и услуги, что также накладывает

отпечаток на поведение и культуру людей, унифицирует их культурно-экономическое пространство подавляя иногда разнообразие локальных производителей.

Культурная глобализация делает нации более открытыми друг для друга, что несет риски их уязвимости. Также существует угроза создания монополярной цивилизации с исчезновением национальных культур. Если сегодня индивид может сам выбирать какая культура ему по душе и погружаться в нее, то монополярная цивилизация не даст такой возможности. Культурная глобализация может также вызвать конфликты интересов различных культурных сообществ.

По мнению Хантингтона, сегодня мир идет по пути объединения народов и стран с похожими культурами [6, 199]. Культурные сообщества постепенно заменяют военно-политические блоки, сформировавшиеся перед угрозами войн. Культурная идентичность становится важным элементом в современном глобализирующемся мировом сообществе, – в том числе и культурная идентичность стран, которая показывает ранг страны в мировой политике и определяет ее врагов и друзей. В изменчивом объединяющемся мире важна также и личная идентичность, где имеют значение религиозная принадлежность, род и родственные связи, семья. Экономические союзы стран с общей культурной идентичностью имеют большую стабильность по сравнению с таковой не имеющими. Появляются культурные сообщества, превосходящие границы одного и даже нескольких государств, например, «Великая Сербия», «Великий Китай», «Великая Турция» и т.д. Культурные различия становятся источником вызовов и угроз, а общность культур – полем для сотрудничества [6, 203-209].

Усиление экономической и военной власти ведет к чувству гордости и превосходства своей культуры и ее более легкому распространению во всем мире – то есть в идеале чтобы сделать ее глобальной. И наоборот – ослабление экономического и военного потенциала приводит к неуверенности в ценности своей культуры и поиск источника «силы» в чужих культурах. А с принятием иной культуры впитываются чужие ценности и идеалы. Например, когда СССР был мощной державой, то коммунистические идеи были привлекательны для большей части земного шара. Западные ценности привлекательны для многих, так как они ассоциируются с экономическим и социальным благополучием [6, 143].

Христианство также говорит о культурно-национальной унификации, но четко определяет для чего это нужно: «...совлекшись ветхого человека с делами его и облекшись в нового, который обновляется в познании по образу Создавшего его, где нет ни Еллина, ни Иудея, ни обрезания, ни необрезания, варвара, Скифа, раба, свободного, но все и во всем Христос» (Посл. к Колосс. 3:9-11). Как пишет святитель Феофан Затворник, Христос стирает национальные и культурные различия, всех объединяет и делает единым [4]. Если брат библейское сотворение мира, то прародители – Адам и Ева, согласно Библии, не имели национальности. Во Христе не имеет значения ни

род, ни предки, а добродетельная жизнь является важной. Как отмечает А. П. Лопухин, стремясь последовать за Христом, необходимо забыть о своих общественных и других отличиях и иметь высшим образцом единение во Христе [4].

Можно сказать, что православное христианское учение глобально по своей сути. Ведь Христос пострадал за весь мир, а не за какой-либо один народ, пострадал без этнического и культурного разделения; показал путь спасения всем народам, не заставляя по нему идти, но дав добровольную возможность и право выбора каждому. Однако, даже во Христе могут быть различия культурные и национальные, так как опыт одного христианского сообщества или народа не обязательно полностью применим к другому - есть свобода во Христе [5]. Есть свобода и многообразие форм на пути спасения при единой сути, едином центре – Христе. А глобализация без Христа может оказать внешне соответствующей христианским принципам, но по сути противоположной им.

Говоря о христианстве и процессах глобализации, можно отметить что единство веры выше чем политические, экономические, социальные и культурные различия. Христианство освящает собой национально-культурные особенности, ставя в центр любой «глобализации» Христа.

1. БИБЛИЯ на церковнославянском, русском, греческом, еврейском, латинском, английском и др. языках. <https://azbyka.ru/biblia/> Дата доступа: 07.12.2022 г.
2. Корягина М. А. Культурная глобализация: феномен, сущность, противоречия процесса // Изв. Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 381-387.
3. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь. Министерство обороны Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.mil.by/ru/military\\_policy/basic/koncept](https://www.mil.by/ru/military_policy/basic/koncept). – Дата доступа: 07.12.2022.
4. Святые отцы о Священном Писании. Толкования Священного Писания. Оптина пустынь. Официальный сайт Введенского ставропигиального мужского монастыря. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bible.optina.ru/new:kol:03:11>. – Дата доступа: 06.12.2022.
5. Русская Православная Старообрядческая Церковь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rpsc.ru/publications/bogoslovie/globalizacia>. – Дата доступа: 06.12.2022.
6. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций : Пер. с англ. / С. Хантингтон. – М. : Издательство АСТ, 2021. – 640 с.



*Рязанова Светлана Владимировна*

*доктор философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник Института гуманитарных исследований ПФИЦ Уральского отделения РАН*

*Митрофанова Анастасия Владимировна*

*доктор политических наук, ведущий научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН*

## **Закрытое религиозное сообщество: два взгляда на одну обитель (на примере Покровской обители г. Перми)**

Основным исследовательским вопросом доклада является установление особенностей функционирования закрытого религиозного сообщества на примере одной из общин Прикамья – Покровской обители. Группа верующих вызывает интерес как возникшая в рамках возрождения православной жизни региона, но развившаяся в объединение, сочетающее в себя черты народной религиозности, новых религиозных движений и т. н. «исторических сект». Исследование построено на основе интервью и переписки с бывшими членами общины, близкими людьми насельников обители, а также анализе материалов закрытой группы в социальной сети, записей занятий, проводимых лидером обители, фотокопий рабочих тетрадей группы и серии фотографий из открытых источников. Покровская обитель предстает как сообщество закрытого типа с чертами тотальности, что выражается в территориальной и коммуникационной замкнутости постояльцев общинного поместья, их занятости исключительно на внутренних работах, представлении о группе как о семье. Отсутствие частной жизни сочетается с наличием для насельников обязательной связи «матушка-дитя» по отношению к лидеру группы, формирующей и психологическую зависимость. Практика именнаяречения для взрослых членов общины, создание новых брачных союзов, участие в гендерно ориентированных советах создают особую микросреду, приводящую к унификации мировоззрения верующих. Наличие системы привилегий для продвинутых насельников дополняется развитой системой штрафов разного рода, включающих в себя публичное покаяние, отпевание заживо и изгнание из обители. Авторы сообщения предлагают анализ реалий религиозной жизни общины с двух позиций – лонгитюд и кейс.

*Скорыходов Александр Андреевич*

*Студент, МинДС*

## **Учение о семье в нравственной системе Климента Александрийского**

Климент Александрийский (ок.150 - ок.215) известен как преемник Пантена на должности руководителя Александрийского катехизического

училища (193-211). Так же известны некоторые дошедшие до нас его труды, объединенные в трилогию: Увещание к язычникам, Педагог и Строматы. Отдельно стоит гомилия на Евангелие от Матфея (Мф. 19: 16-30) «Какой богач спасется?». Труды Климента Александрийского изучаются с различных сторон, так как автор в большом объеме своего творчества касается многих аспектов богословия. Одним из самых важных направлений богословия Климента Александрийского является этика.

Александрийский учитель затрагивает и проблемы, касающиеся семейной жизни человека, в т.ч. условия вступления в брак, дети. Когда он так или иначе касается семейной тематики, то почти всегда говорит о детях, подчеркивая тем самым неотъемлемость рождения детей от законного брака. Он говорит о детях как об обязательных членах семьи, без которых видимо она, по его мнению, неполноценна [3, с. 250, 280, 332]. Он пишет: «Совершенен лишь тот, кто произвел существо себе подобное; или, лучше сказать, каждый становится совершенным только тогда, когда и сам видит своего сына поступающим так же, т.е. когда тот также произвел наследника на место отца» [3, с. 282].

В следствие этого, Климент резко осуждает тех, кто живет один, не обременяя себя ответственностью за жену и детей: «Желание избежать заботы о жене и детях является также свидетельством малодушия и трусости, недостойной мужа» [3, с. 283]. Климент пишет, что необходимо установить плату холостяку в государственную казну в размере эквивалентной сумме на содержание жены и детей, так как уклоняясь от брака, они тем самым способствуют оскудению целых городов [3, с. 283]. Далее он добавляет, что: «Такое поведение нечестиво, поскольку оно посягает на деторождение, которое является Божественным установлением» [3, с. 283]. Исповедуя совершенным браком только брак многодетный, Климент заключает: «Брак таким образом, совершенно необходим – ради благоденствия отечества, для продолжения рода и ради процветания, насколько это в наших силах, этого мироустройства. Поэтому поэты и оплакивают брак несовершенный и бездетный, объявляя совершенным лишь тот брак, который приносит обильные плоды» [3, с. 282].

Установив, по Клименту, одно из условий совершенства брака, следует отметить еще одно: «Человеку, не желающему растить своих собственных детей, должно запретить вступать в брак вовсе, чтобы он не становился убийцей из-за своей неконтролируемой похоти» [3, с. 252]. Дело в том, что по законам Римской Империи родители имели право умертвить своего ребенка [4]. Данная ситуация актуальна и сегодня: по законам нашего государства и многих других стран мира родители имеют право сделать аборт, что есть ничто иное как внутриутробное убийство ребенка. Для того, чтобы предотвратить эту нравственную катастрофу Климент наказывает допускать в брак только, тех, кто принимая семейные обязательства понимает, что дети есть естественный плод супружеских отношений и, тех, кто будет всегда готов к появлению детей. В таком случае в семейных парах не рожда-

лись бы «случайные» дети, так как супруги ожидают появления своего чада с момента вступления брак.

Таким образом можно заключить, что Климент Александрийский отстаивает традиционные семейные ценности. Его позиция в пользу многодетности вполне очевидна. Он ратует за крепкие и сильные семьи патриархального устройства, где муж ответственен за жену и детей, а жена его первая помощница. Дети в таком случае – естественный плод, преисполняющийся любви между супругами. Климент дает понять, что создание семьи – это ответственный шаг и должен быть осознанным, чтобы не допустить убийства, или другого какого-либо несчастья: отказа родителей от детей и передача их в детдом, домашнего насилия, проживания детей в неблагополучной семье и т.д. Он призывает к благоразумию супругов, говоря, что дети имеют право на счастливую жизнь. Совершенство семьи, которое поставлено в зависимость от наличия детей имеет под собой логическое обоснование. Логическую цепочку Климента следует понимать так: где любовь, там должны быть дети, и коль скоро есть и то, и другое, то семья совершенна.

1. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. – М.: Российское библейское общество, 2002. – 1376 с.
2. Гомер. Одиссея / Гомер ; пер. с др.-греч. В. А. Жуковского. – СПб.: Азбука-Аттикус, 2021. – 480с. – (Мировая классика).
3. Климент Александрийский. Строматы. Книги 1-7/ Пер. с древнегреч., предисл. и библиогр. Е. В. Афонасина. – Изд. 3-е. – СПб.: «Издательство Олега Абышко», 2018. – 816 с.
4. Цицерон М.Т. О Законах / М.Т. Цицерон // История древнего Рима [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ancientrome.ru/antlitir/t.htm?a=1414880001#3>. – Дата доступа: 28.11.2022.

*Сподобаева Елизавета Игоревна*

*студентка, Белорусский национальный технический университет*

## **Построение стратегии выхода компаний на зарубежные рынки**

Уже не одно столетие компании интернационализируют свою деятельность различными путями: начиная от простого экспорта товаров и услуг и заканчивая созданием дочерних предприятий. Это позволяет не только увеличить продажи за счет расширения рынков сбыта, но и сократить производственные издержки. Еще одним стимулом к расширению деятельности компаний становится общемировая тенденция глобализации, а также технологический прогресс, который ускоряет все процессы и убирает пространственные барьеры ведения бизнеса. Поэтому на сегодняшний день все больше компаний при создании продукта ориентируются сразу на несколько рынков [7, 55].

Однако такой рост международной деятельности предприятий имеет и другой эффект. Высокий уровень конкуренции и угроза со стороны транснациональных «гигантов» требуют от компаний и, в частности, их топ менеджмента, еще большего искусства в принятии решений, организации бизнес-процессов, управления персоналом, финансам. Это приводит к значительному усложнению бизнеса, управление которым становится неэффективным без тщательного планирования. Именно поэтому сегодня особенно остро стоят вопросы построения стратегии как компании в целом, так и отдельных направлений ее деятельности.

Выход на зарубежные рынки компаний неразрывно связан с рисками. Эти риски вызваны, в первую очередь, неопределенностью, связанной с отсутствием опыта команды на целевом рынке, а также культурными особенностями стран, оказывающих значительное влияние на бизнес-традиции. Наиболее эффективным инструментом минимизации данных рисков принято считать построение стратегии выхода компании на целевой рынок. Существует большое количество подходов к понятию стратегии компании. В большинстве своем они достаточно схожи, и, на наш взгляд, стратегия компании – это определение долгосрочных целей и задач компании, а также действий и условий, необходимых для достижения поставленных целей.

В зависимости от размеров и вида деятельности компании, формирование стратегии может происходить на разных уровнях. Как правило, во главе стоит общая (корпоративная) стратегия компании. Из ее названия видно, что она применима для всей компании в целом и служит глобальным ориентиром для всех подразделений. Однако в случаях, если внутри компании присутствует значительная вариативность в рамках продуктовой линии или географического присутствия, имеет смысл разработка отдельных стратегий для каждой бизнес-единицы или бизнес-линии. Бизнес-единицей может быть как отдельный продукт или бренд (например, детское питание и корм для животных внутри Nestle), так и отдельный рынок (например, рынки США и Франции для McDonald's) [4]. Нередко бизнес-единицами могут выступать независимые субъекты, обладающие почти полной функциональной самостоятельностью. В таком случае имеет место функциональное разделение стратегий, например, маркетинговая стратегия, стратегия управления персоналом, финансовая стратегия. Также может присутствовать и дальнейшее разделение стратегии вплоть до рабочих групп и отдельных работников. Важно понимать, что все подстратегии не должны противоречить верхнеуровневой стратегии компании. Их основная задача – уточнение общей стратегии с учетом особенностей рынка [5].

Компании малого и среднего бизнеса, как правило, ввиду отсутствия значительной диверсификации продуктового портфеля разрабатывают лишь верхнеуровневую стратегию компании, которая адаптирована под существующий продукт и рынки. В случае, если для расширения деятельности компании на зарубежные рынки требуется изменение продукта или бизнес-процессов, компании для осуществления данного расширения потребуются

разработка отдельной стратегии выхода на зарубежный рынок. Такая стратегия поможет определить желаемое положение компании на целевом рынке, требуемые для этого ресурсы, а также возможные риски и пути их минимизации.

Таким образом, стратегия выхода компаний на зарубежные рынки – это план действий по достижению целей и задач, определяющих положение компании на зарубежном рынке через определенный промежуток времени, включающий в себя выявление рисков и разработку путей их минимизации, а также определение требуемых для реализации плана ресурсов. Основной целью составления стратегии выхода компании на рынок за рубежом является уменьшение неопределенности, связанной со страновыми рисками и отсутствием экспертности команды в работе на целевом рынке. Стратегия становится подобием «дорожной карты» для команды, устанавливая цели и средства их достижения на зарубежном рынке. Стратегия выхода компании на зарубежный рынок воплощается в ряд инструментов и документов. Цели и задачи компании воплощаются в миссии и видении, план действий, риски и требуемые ресурсы прорабатываются и формируют документ, как правило, бизнес-план.

Миссия компании согласно М. Мескону это «основная общая цель организации, четко выраженная причина ее существования». Ф. Котлер определяет миссию компании как «смысл существования компании с позиции удовлетворения потребностей клиентов, реализации конкурентных преимуществ, мотивации сотрудников фирмы» [3, 41]. Существуют и другие подходы к определению миссии компании, однако уже в этих двух миссия является воплощением цели компании (Мескон) и формируется не только исходя из внутренних целей компании, как правило связанных с прибылью и позицией на рынке, но и с точки зрения ее ценности для потребителя. На сегодняшний день миссия компании транслируется как внутри, для всего рабочего коллектива, так и во вне, потребителям продукта. Миссия может отображать основные ценности компании и должна формировать отношение потребителей к организации. Миссия компании, как правило, должна быть понятной и простой, хотя не исключено и создание более расширенного варианта миссии для внутреннего использования среди сотрудников и менеджмента.

На начальном этапе развития компании могут не иметь четко сформулированной миссии, однако в будущем из-за ее отсутствия компания может слишком сильно расплывать свои ресурсы, что с большой вероятностью приведет к потере конкурентного преимущества на основном рынке функционирования. Со временем миссия компании может меняться. Это связано как с ростом и изменением особенностей деятельности той или иной компании, так и с изменением рынка и окружающей среды в целом.

Миссия является фундаментом для деятельности компании, поэтому, как правило, она звучит одинаково для всех стран присутствия. Более того, это важное условие, если компания планирует превратить свой продукт в

международный бренд. В отличие от миссии компании, ее видение может быть различно в зависимости от рынка. Видение компании – это то, какой компанию видит менеджмент и работники в будущем. Видение должно быть конкретным и измеримым, оно должно представлять собой состояние, близкое к недостижимому, но к которому должна стремиться компания. Безусловно, на начальных этапах развития, компаниям малого и среднего бизнеса оказывается довольно проблематичным сформировать четкое видение. Особенно этому подвержены высокотехнологичные компании, продукт которых является новым для потребителя, а рынок только начинает формироваться.

Миссия компании несет в себе причину и проблему, которую компания собирается решить, то есть отвечает на вопросы «Зачем?» и «Для чего?». В то же время видение компании отвечает на вопрос «Что?», то есть показывает состояние, которое позволит реализовывать компании ее миссию.

Миссия вместе с видением отражают цели компании, отвечая на вопросы «Что?» и «Зачем?». На вопрос «Как?», то есть путь к достижению цели (миссии и видения), призван ответить стратегический план компании. Стратегический план во многом эквивалентен бизнес-плану.

Существуют различные подходы к определению бизнес-плана. Согласно Жданову С. А., бизнес-план – это «программа деятельности предприятия, план конкретных мер по достижению конкретных целей деятельности компании, включающей оценку ожидаемых расходов и доходов. Разрабатывается на основе маркетинговых исследований». Данное определение хорошо отображает суть бизнес-плана, однако не уточняет его форму. В то же время в определении Бункиной М. К., уточняется, что бизнес-план – это «выработанный на основе инвестиционного проекта документ, содержащий информацию о направлениях целесообразной и эффективной деятельности; вероятный прогноз развития» [1, 33]. Для полного раскрытия сути и формы бизнес-плана можно объединить два вышеупомянутых определения. Таким образом, бизнес-план – это разработанный на основе маркетинговых исследований документ, включающий план мер по достижению поставленных целей, описание вероятных прогнозов развития, а также оценку доходов и расходов, связанных с реализацией запланированных мер [8].

Структура бизнес-плана может варьироваться в зависимости от выбранной методологии и преследуемых компанией целей. На практике наиболее часто бизнес-планы разрабатываются по методике одной из следующих организаций: Европейского банка реконструкции и развития, Бюро финансового моделирования, Организации Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО), а также консалтинговой компании KPMG Group. [2].

Таким образом, стратегия выхода компании на зарубежный рынок состоит из трех основных аспектов: миссия компании на целевом рынке (как правило, дублирует миссию общей компании в целом), видение компании

на целевом рынке и бизнес-план по выходу на целевой рынок. Разработка стратегии компании осуществляется в несколько этапов.

На первом этапе, после принятия решения о разработке стратегии выхода компании на целевой рынок, проводится анализ целевого рынка. Как правило, основным инструментом анализа целевых рынков становится PEST-анализ. Широкое применение данного инструмента объясняется его гибкостью и охватом различных аспектов целевого рынка. PEST-анализ является инструментом анализа внешней среды предприятия, однако компании также необходимо провести анализ внутренней среды. Для внутреннего анализа компании может использоваться модель Маккензи 7С (McKinsey 7S). [6].

Далее полученный анализ внутренней и внешней среды компании на целевом рынке объединяется в общий SWOT-анализ, который позволяет увидеть слабые и сильные стороны компании (внутренняя среда) в соотношении с существующими возможностями и угрозами на рынке (внешняя среда). Иногда SWOT-анализ расширяют до SWOT-TOWS анализа, чтобы не только отобразить основные параметры, но и определить то, как их взаимодействие повлияет на решения и меры, предпринимаемые компанией.

После анализа рынка, а также внутренней среды организации, для дальнейшей разработки стратегии необходимо определение требуемых ресурсов для реализации стратегии. На данном этапе компании необходимо начать разработку финансовой модели выхода компании на зарубежный рынок. Это позволит соотнести требуемые затраты и ожидаемую отдачу от вложенных в проект средств (ROI). На этапе, когда очевидны возможности и угрозы рынка, а также известны потенциально требуемые затраты, руководству компании необходимо принять решение о способе выхода компании на зарубежный рынок. В экономической науке рассматриваются различные виды интернационализации деятельности компании.

Среди основных экономистов, рассматривавших модели выхода компании на зарубежные рынки, можно выделить такие фамилии как Майснер и Дюльфер. В обоих моделях упоминаются следующие виды интернационализации деятельности компании: экспорт (прямой и косвенный у Дюльфера); продажа лицензий; франчайзинг; совместное предприятие; зарубежный филиал; дочернее предприятие. [1, 98].

Очевидно, что наименее требовательным к капиталу будет выход компании через экспорт, а способ, требующий наибольших вложений – открытие зарубежного дочернего предприятия. Необходимо отметить, что выбор того или иного вида выхода на зарубежный рынок зависит не только от финансовых и трудовых возможностей компании, но и от различных особенностей местной среды деятельности компании.

Различные требования могут возникать как со стороны местных регуляторов (юридические и политические ограничения), так и со стороны потребителей и поставщиков (низкая склонность потребителей к приобрете-

нию импортных товаров и услуг или же невозможность поставки или расчетов с поставщиками в определенных регионах).

В рамках своей модели Дюльфер называет различные виды «этапами» интернационализации, что указывает на последовательность и дополняемость видов. Это означает, что компания не обязана придерживаться лишь одного способа выхода на зарубежный рынок. В случае существования неопределенности на целевых рынках или отсутствия возможности достаточного исследования и проработки всех рисков компании, имеет смысл начать с простейших форм выхода на зарубежный рынок, таких как экспорт товаров и услуг или продажа лицензий и франшиз, и уже в случае успеха пробовать осуществлять более масштабные вложения капитала в зарубежную деятельность компании.

После того, как компания определила способ или последовательность выхода на зарубежный рынок, необходима проработка подробного комплекса маркетинга. В рамках данного комплекса компании необходимо определить: ценовую политику (стратегии снятия сливок или проникновения на рынок); особенности продукта (универсальный или требующий адаптации под целевой рынок); каналы рекламы и продвижения; способы дистрибуции товаров или услуг.

Последним шагом в разработке стратегии выхода компаний на зарубежные рынки является составление непосредственно плана конкретных действий и определение этапов реализации стратегии. Также на данном этапе описываются используемые бизнес-процессы и определяются способы минимизации существующих рисков выхода компании на зарубежный рынок.

Таким образом, стратегия выхода компаний на зарубежные рынки – это план действий по достижению целей и задач, определяющих положение компании на зарубежном рынке через определенный промежуток времени, включающий в себя выявление рисков и разработку путей их минимизации, а также определение требуемых для реализации плана ресурсов.

1. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Баринов.- 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022-272с.
2. Бизнес план по стандартам KPMG International [Электронный ресурс]. – Режим доступа: решение-верное.рф/KPMG. – Дата доступа: 08.11.2022.
3. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый. – М.: «Альпина Паблишер», 2012. – 216 с.
4. Майфин. История компании Mufin Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mufin.by/site/about-company>. – Дата доступа: 15.11.2022.
5. Маленков, Ю.А. О классификациях стратегий компаний / Ю.А. Маленков [Электронный ресурс] // Эмитент. Существенные факты, события, действия. Единое информационно-аналитическое обеспечение промышленности и предпринимательства Северо-Западного региона РФ. 2006. – № 42(173). – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/management/strategy/concepts/classification.shtml>. – Дата доступа: 22.11.2022.



6. Модель McKinsey 7S: ключевые элементы микросреды организации [Электронный ресурс] / Т. Питерс [и др.]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/strategy/str314.html#practice>. – Дата доступа: 22.11.2022.
7. Чайковская, Ю.В. Стратегии продвижения инновационных продуктов на зарубежных рынках /Ю.В. Чайковская // Актуальные проблемы маркетинга XXI века: Материалы Международной научно-практической конференции, Минск 21-22 марта 2019г./ Институт Бизнеса БГУ; редкол: Н.В. Черченко, Н.Н. Бондаренко. [и др.]. Минск: Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. — С.55-56.
8. Щеголева, Э.Н. Современные методики бизнес- планирования и анализ программ для составления бизнес-планов // Oeconomia et Jus. - 2018. - №4. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metodiki-biznes-planirovaniya-i-analiz-programm-dlya-sostavlениya-biznes-planov>. – Дата доступа: 15.11.2022..

### *Сюз Цзе*

*аспирантка, Белорусский государственный университет культуры и искусств*

## **Образ преподобной Евфросинии Полоцкой в современной белорусской живописи и графике**

Преподобная Евфросиния Полоцкая (ок. 1104 – ок. 1073 гг.) является одной из самых чтимых белорусских святых, образ которой неоднократно привлекал и продолжает привлекать внимание белорусских деятелей культуры – писателей, композиторов, художников и скульпторов.

Биографические сведения и житийный образ святой Евфросинии Полоцкой представлены в литературном памятнике – ее Житии, созданном в XII в. и получившем широкое распространение в письменных источниках XVI в. [2, с. 65]. Согласно историческим и житийным свидетельствам будущая святая имела до принятия монашества имя Предслава, была внучкой полоцкого князя Всеслава Брячиславовича (известного как Всеслав Чародей) и дочкой князя Святослава (Георгия) Всеславовича [1, с. 507]. В возрасте двенадцати лет юная княжна приняла монашеский постриг, получив имя Евфросиния, отказавшись от мирской славы и, владея навыком каллиграфии, всецело посвятив себя переписи книг Священного Писания. В 1127–1128 гг. трудами преподобной Евфросинии в Полоцке был открыт Спасский женский монастырь, где она стала игуменьей и продолжала вести просветительскую деятельность, а также инициировала строительство православных храмов. При поддержке князей и горожан под руководством зодчего Иоанна в полоцком монастыре был построен каменный храм Спасителя, сохранившийся до настоящего времени и являющийся жемчужиной древней белорусской архитектуры. По заказу святой для Спасского храма в 1661 г. полоцким мастером Лазарем Богшей был создан уникальный на престольный крест с реликвиями (фрагментами Креста и Гроба Господня, гробницы Богородицы, мощей святых Стефана и Пантелеимона), украшенный золотыми и серебряными пластинами, а также драгоценными камнями. Вторым храмом, построенным по инициативе преподобной Евфросинии, стал каменный храм во имя Пресвятой Богородицы, при котором в скором времени был основан мужской монастырь.

На протяжении многих веков визуальный образ святой Евфросинии получал воплощение в канонической православной иконописи. Одним из самых ранних изображений святой является фреска середины XII – начала XIII вв. из полоцкого Спасского храма, где преподобная Евфросиния показана в монашеском платке и с нимбом. Индивидуальность образа подчеркивают характерные черты лица: высоко поднятые полукруглые брови, продолговатый нос, большие выразительные глаза и плотно сомкнутые губы. На образцах иконописи XVII–XIX вв. Евфросиния Полоцкая часто изображается рядом с книгами и крестом Лазаря Богши, что напоминает о просветительских трудах святой.

С начала 1990-х гг. образ преподобной Евфросинии Полоцкой начал привлекать внимание белорусских живописцев и скульпторов, для которых святая стала не только символом духовно и нравственно совершенного человека, но и символом величия белорусской истории и культуры. Одухотворенный образ святой получил претворение на картинах А. Марочкина («Преподобная Евфросиния Полоцкая», 1986 г.), П. Свентоховского (1991 г.), А. Савицкого («Погребение преподобной Евфросинии Полоцкой», 1992 г.), А. Кузьмича («Плач Евфросинии», 1992 г.) и Н. Счастной («Наша жемчужина», 1997 г.), и других художников. В ряду перечисленных картин особо следует рассмотреть полотна А. Кузьмича и Н. Счастной, отличающиеся большой степенью оригинальности показа образа.

Картина А. Кузьмича «Плач Евфросинии» акцентирует внимание на глубине душевного мира святой, искренне переживающей за судьбу своего народа. Портрет святой, написанный в характерной манере художника, изображен здесь рядом с полоцкой Спасской церковью. Композиционным центром этой картины становятся большие голубые глаза святой, наполненные скорбью и любовью к миру, излучающие материнскую заботу и вызывающие неподдельный эмоциональный отклик у зрителя. В отличие от канонических изображений святой Евфросинии, где она традиционно показывается в аскетичном ключе, на картине А. Кузьмича подчеркивается женственность и эмоциональность святой как матери, переживающей за будущее человечества, что свойственно в целом для творчества этого автора. Если на полотне А. Кузьмича образ Евфросинии Полоцкой раскрывается с позиций материнской заботы о людях, то на картине Н. Счастной «Наша жемчужина» создается образ святой как светлого ангела-хранителя белорусского народа. Святая изображена парящей над полоцким монастырем на белоснежных шелковых полотнах. Лицо святой искрится светом, миром и радостью. В руках у Евфросинии помещена крупная жемчужина в форме шара, что символизирует собой вечность и совершенство. Вместе с тем, и сам образ святой воспринимается как жемчужина белорусской духовности и культуры.

В области белорусской графики к образу святой неоднократно обращался А. Кашкурович, создавший цикл рисунков, иллюстрирующих сцены из ее жития. На литографии А. Кашкуевича «Преподобная Евфросиния

Полоцкая – просветительница» (1987 г.) святая изображена в монашеском одеянии на фоне полоцкой Преображенской церкви, стоящая с раскрытой книгой в руках и большим шестиконечным наперстным крестом. По своему художественному стилю графика А. Кашкуревича о Евфросинии Полоцкой оказывается близкой канонической иконографии.

Таким образом, преподобная Евфросиния Полоцкая в современной белорусской живописи и графике становится проводником идей высокой духовной и нравственной культуры белорусского народа, просвещенного светом Православия.

1. Басова, М. В. Евфросиния / М. В. Басова // Православная энциклопедия / Церковно-научный центр «Православная Энциклопедия». – Том XVII. – 2008. – С. 507 – 517.
2. Богданович, И. Э. Житийный образ Евфросинии Полоцкой и способы его современной беллетризации / И.Э.Богданович // Роль просветителей в Беларуси и Турции: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19 апр. 2011 г. – Минск: РИВШ, 2011. – С. 65 – 72.

***Усоский Владимир Николаевич***

*доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономических наук МГЛУ*

**«Подрывные» технологии в трактовке  
Клейтона Кристенсена и Клауса Шваба.**

Созданная Клейтоном Кристенсеном теория «подрывных» технологий построена на эмпирическом анализе структурной динамики отраслевых рынков. Автор использует наряду с термином «подрывные» технологии парную категорию «поддерживающие» технологии, без чего изучение рынка является методологически корректным. Выбор стратегии фирмы заключается в выборе: вкладывать ли средства в развитие «поддерживающих» или «подрывных» технологий. Стратегия фирмы – это фундаментальный выбор конечной цели и траектории развития. Клейтон Кристенсен пишет: «В устоявшихся компаниях эти ожидания направляют распределение ресурсов в сторону поддерживающих, а не “подрывных” инноваций. Эта закономерность распределения ресурсов объясняет устойчивое лидерство зрелых компаний в поддерживающих технологиях и их более чем скромные результаты в “подрывных”» [1, с.53]. Автор приводит примеры, показывающие отличие «подрывных» от «поддерживающих» технологий: «Небольшие мотоциклы-вседорожники, которые в Северную Америку поставляли Honda, Kawasaki и Yamaha, были “подрывными” продуктами по отношению к мощным дорожным гигантам HarleyDavidson и BMW, а транзисторы – по отношению к электронным лампам» [1, с.14-15].

Фугуристы дали такое прочтение теории «подрывных технологий», что у них из нее получился инструмент, превращающий рынок в нерыночное электронное интернет-пространство, которое утратило динамику рыночного

цикла, пронизанного неопределенностью и риском. Рыночная неопределенность означает то, что на нем действует человек, не обладающий совершенным знанием о тенденциях развития рынка. У него недостаточно информации о вероятности совершаемых событий, которые не поддаются точной математической оценке. Мышлению человека внутренне присуща ограниченная рациональность, поэтому он оценивает возникновение рыночных рисков с определенной долей вероятности, что предполагает погрешность оценки. Между событием и его восприятием существует асимметрия. Любое событие неоднозначно оценивается человеком, так как события совершаются во времени и подвержены изменениям. Рынку присуща неполнота информации, которую получает и оценивает человек, а также неравномерность распределения информации между субъектами. Информационная асимметрия и склонность человека к совершению ошибки означает несовершенство рынка.

Экономист-прагматик, изучающий эмпирические факты с помощью индуктивной методологии, построенной на исходной посылке о дефиците ограниченных ресурсов, никогда и ни при каких обстоятельствах не скажет, что в будущем предельные затраты на продукт упадут до нуля по причине применения «подрывных» технологий. Подобный тип представлений о развитии экономики в будущем прочно «сидит» в сознании футуристов. Они считают, что «предельные издержки на продукт цифрового бизнеса стремятся к нулю». Например, профессор К. Шваб утверждает: «Создание единицы ценности с привлечением значительно меньшей рабочей силы, чем десять или пятнадцать лет назад, стало возможным благодаря минимальной стоимости цифрового бизнеса, которая стремится к нулю. Кроме того, реальность цифровой эры заключается в том, что многие новые компании предоставляют “информационные товары” с практически нулевыми затратами на хранение, транспортировку и тиражирование. Некоторым компаниям, основанным на деструктивных технологиях, для процветания почти не нужен капитал. Например, таким компаниям, как Instagram или WhatsApp, для старта фактически не требовалось финансирования, что изменило роль капитала и масштабирования бизнеса в контексте четвертой промышленной революции. В целом это демонстрирует, как эффект масштаба стимулирует рост и влияет на изменения целых областей» [2, с.13].

К. Шваб выделяет три самоидентифицируемых понятия; 1) единица (продукт) цифрового бизнеса; 2) «информационные товары»; 3) «подрывные» технологии. Речь идет об одном цифровом продукте, который обладает, по мнению автора, «практически нулевыми затратами на хранение, транспортировку и тиражирование». Данное утверждение ученого представляет собой возврат к классической теории «гармонии рынка», согласно которой гибкие цены мгновенно приводят к равновесию динамические изменения в спросе и предложении на рынке. Подобная позиция означает возврат к архайке закона Сэя, причинно-следственные связи которого исключают возможность возникновения кризисов перепроизводства. Согласно закону Сэя

существует мгновенная адаптация спроса и предложению покупателей и продавцов через гибкие цены. Следовательно, отрицается наличие механизмов «трения», которые «высекают» транзакционные издержки в деятельности субъектов рынка. В таком случае невозможен рыночный цикл, несущей высокие риски и имеющей значимый масштаб неопределенности изменений, которые генетически порождаются природой непредсказуемо действующей рыночной среды. Установки классиков о «гармонии рынка», которая определяется линейной зависимостью, заложенную в закон Сэя («предложение автоматически порождает спрос»), отрицает возможность повторения катаклизмов Великой депрессии (1929-1939) и мирового кризиса (2008-2009). Реставрация закона Сэя помогает «расчистить» К. Швабу реализацию идеи об «экспоненциальном росте» как фирм, так и национальной экономики. Это утверждение есть прямое следствие, вытекающее из системы координат утопии футуризма, в которой ключевое место занимает категория «экспоненциального роста», применимая в микро- и макроэкономике.

1. Кристенсен Клейтон М. Дилемма инноватора. / Клейтон М. Кристенсен; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 239 с.
2. Шваб К. Четвертая промышленная революция. / К. Шваб. – «Эксмо», 2016 – с.138.

**Фадеев Андрей Юрьевич, прот.**

*кандидат богословия, доцент кафедры Библистики и богословия  
Пензенской духовной семинарии, докторант ОЦАД.*

## **Конструирование реальности в рамках концепции культурной среды**

Ментальное пространство человека странным образом одновременно продуцирует и использует конгломерат идеологем, мифем, утопий, гипотез, суеверий и предрассудков, которые часто называют «неявным знанием». Если истинное знание чётко ограничено критериями верификации и интересубъективности, то как живёт большинство населения планеты никогда не слышавших и не употреблявших подобных терминов? Как выжили наши далёкие и не очень, предки в поле «неявного знания»? Сфера знания в строгом эпистемологическом смысле настолько узка (тем более истинного), что не вмещает в себя большинство наук и дисциплин социально-гуманитарного дискурса.

Согласно концепции Т. Куна, смена парадигм (фундаментальных теорий) способна изменять восприятие мира человеческим сознанием и трансформировать интерпретацию фактов [2]. Новая парадигма как бы создаёт собственный мир, онтологическую модель мира, новую реальность. В отличие от классической науки, где объект познания независим от субъекта, в настоящее время постнеклассической науки предмет познания создаётся субъектом или как минимум включает в себя культурный багаж, язык, эпоху и инструментарий познания.

Опираясь на теорию К. Поппера о «третьем мире», следует отметить, что субъективный конструкт реальности не учитывает свойства и связи неизвестные нам [4]. Реальный мир воспринимаемый человеком, это фрагмент мира в идеализированных представлениях. Оперируя с объектами реального мира, мы подразумеваем абстрактные идеальные образы, а не суть вещей. Предметы этого мира восприняты сознанием в том объёме, насколько их свойства выражены в категориях слов и понятий. Можно сказать, что каждый из нас создаёт свой собственный мир или субъективную реальность. Процесс осознания носит постоянный характер, человек не может не думать. И наши субъективные картины мира трансформируются с течением времени, где идеализированные онтологические модели сменяются более конкретизированными, точными и дифференцированными.

Повседневная реальность, разделяемая обществом (сообществом) далеко не всегда фундирована научной или метафизической картиной мира. Можно выделить целый ряд вненаучных форм постижения (объяснения) мира: мифология, религия, метафизика, искусство и даже обыденные представления с предрассудками. Интерсубъективная картина мира формируется на основе хабиитуализированных схем через язык, привычки и социальные институты (габитус Бурдьё). Компоненты габитусов (габитусы – система усвоенных схем оценки и восприятия [1]) формируются в сензитивный период с 12 до 25 лет. Хабиитуализированные социальные схемы, это своего рода, фильтры или призмы в процессе познания. Выход за рамки габитуса – выход за рамки обыденного мышления. Интерпретация, мышление, обретение смысла, ситуация непонимания, герменевтическая ситуация – всё это выход из рамок габитуса, всё это рефлексия сознания на незнакомое и непонятное. Мышление внутри габитуса не ищет смыслов. Смысл габитуса общезначим, он не нуждается в артикуляции, это опыт стандартных ситуаций. Габитуальный опыт предполагает мышление в русле готовых схем, где заложен тривиальный пласт значений и смыслов. Нестандартные ситуации при выходе за рамки хабиитуализированного (габитуса) освобождают мышление от стереотипов и абстракций языка. Условия меняющегося внешнего мира вынуждают на мысленный эксперимент и смысловое моделирование. Если габитуальный опыт, это пространство стандартных ситуаций, то внешний опыт, – опыт рефлексии, – это нестандартная ситуация в которое погружено мышление человека. Выходя за рамки социального габитуса, человеческое сознание попадает в область поля смыслов, картин мира (устойчивых концептов) и идеальных образцов. Любое общество в локальной пропорции ограничено конкретной картиной мира доминирующей культуры и её социокультурными паттернами. Длительная депривация, девальвация усвоенных ценностей, дефицит ресурсов приводят к рефреймингу и смене габитуса. Единичные случаи потери устойчивого равновесия быстро восстанавливаются за счёт механизмов хабиитуляции. И наоборот, множественные случаи конфликтных ситуаций внутри интериоризированного габитуса вызывают потерю равновесия, фрустрацию, субъективный дискомфорт, дефи-

цит ресурсов, и как следствие, кризис и рефрейминг, требующий построения нового габитуса.

Макс Вебер, вводя дихотомию рациональных и традиционных обществ разделял их на целевые и ценностные, связывая специфику рациональности с социокультурными системами. Т.е. рациональность напрямую зависима от социального содержания. Сталкиваясь с необъяснимым, выходящим за рамки социально значимых габитусов, индивид вынужден искать смыслы вне габитуальных рамок материнской культуры. Именно поэтому, выходя за орбиту хабиитулированных смыслов человек оказывается в пространстве смыслов других доминирующих культур и их паттернов. В условиях столкновения и пересечения культурных образцов и норм рациональности расширяется норма вариативности в трактовке рационального. В поле доминирующей культуры включаются более широкий круг явлений, к которым общество проявляет некую степень толерантности. Это поле эксперимента для носителей идей культовой среды. Но, помимо этого поля, культовая среда содержит и поле усвоенного опыта культурных артефактов в рамках габитуса, где смыслы найдены и освоены прежними поколениями. Подобный опыт «запредельного» передаётся в культурных символах как хабиитулированная часть опыта социума: сглаз, судьба, поговорки, приметы и мн. др. Это тематическая часть культовой среды, усвоенная культурой и социальной средой, транслируемая в рамках стандартов коммуникации от поколения к поколению.

Довольно эвристична концепция габитуса для описания процесса формирования культовой среды на уровне субъективного модуса. Таким образом, опираясь на концепцию П. Бурдьё, можно сделать вывод, что культовая среда общества делима на две равнозначные части. Первая часть культовой среды интериоризируется в рамках социальной габитуальной коммуникации, как не рефлекслируемый багаж доминирующей культуры. Вторая часть культовой среды, это рефлексия сознания на многообразии внешнего мира вне хабиитулированных смыслов. В этой части сознание на протяжении всей жизни достраивает или перестраивает реальность в которой существует человек, постулируя смыслообразующие концепты реальности или множества реальностей. Собственно, этот процесс может происходить вне рамок культовой среды, а в паттернах традиционных религиозных или не религиозных представлений. Выбор стратегий и элементов определяет в каком формате процесс конструирования реальности будет сопутствовать жизни индивида. Редуцируя концепты культовой среды, можно сделать вывод, что набор элементов имеет конечное значение в формах древних верований. Но, комбинации этих элементов позволяют конструировать практически неограниченное число вариантов идейного поля включая новые научные открытия, гипотезы и теории, философские и культурологические элементы, заимствования из других традиционных религий и исчезнувших религиозных практик.

- 1 Бурдые П. Практический смысл. – СПб.: Алетейя, 2001. – 562 с.
2. Кун Т. Структура научных революций. – М.: АСТ, 2001. – 608 с.
3. Мартинович В.А. Сектанство: воспроизведение и миграция/Прдисл. Л.И. Григорьевой. – М.: Издательский дом «Познание», 2018. – 552 с.: ил.
4. Поппер К. Эпистемология без познающего субъекта. / Поппер К. Логика и рост научного знания. – М.: Прогресс, 1983. – 605 с.

*Федоров Олег, иерей*

*магистрант Московской духовной академии*

## **Антропософские основания вальдорфской педагогики**

Педагогика Р. Штайнера базируется на антропософии, из которой берутся образовательные идеи и принципы, формулируемые в самом общем и свободном смысле. Штайнер и его последователи, вальдорфские учителя, утверждают, что вальдорфская школа хоть и основана на антропософии, но не связана с ней. Очевидно, что любая педагогическая система основана на некоей теории, концепции или идеологической базе; кроме того, «любая образовательная система всегда существует в определенном ценностном контексте» [3, 148], поэтому было бы ошибкой утверждать, что набор ценностей и теоретических положений не будет включен в образовательную политику и учебную программу: свободная от ценностей педагогика невозможна хотя бы потому, что она является человеческим построением. Кроме того, как отмечает иером. Мефодий (Зинковский), «цели и методы воспитания, которые формулирует и использует педагогика, прямо зависят от той теоретической модели человека, которую использует тот или иной педагог, та или иная педагогическая школа» [1, 102]. Понятие сущности личности и ее свойств в различных педагогических системах является важнейшим.

Нежелание не только понять тайну творения, но и признать само ее наличие в человеке, приводит к «антропологическому и педагогическому натурализму» [2], согласно пессимистическому направлению которого человек обедняется, становясь в один уровень с животным миром. К подобному выводу приходит и Штайнер: «человек... уже не является человеком; который присутствует в мире как венец творения, а становится конечным пунктом животного ряда» [4, 15].

Исходя из послышки о том, что человек все же больше, чем животное, Штайнер приходит к выводу о необходимости нового постижения сущности человека [4, 16], что и ложится в дальнейшем в основание его педагогической концепции. Вывод о возвышенности человека над уровнем животного не возвращает Штайнера к богословской концепции человека как образа и подобия Божия, а приводит к определению человека как некоего нового существа с возможностью одухотворения, т. е. в конечном счете попытке создания нового творения согласно собственно концепции устройства человека по Штайнеру.

В основе педагогической системы Р. Штайнера лежит антропософское понимание человека и его развития, которое находится в теснейшей взаимо-



связи с его сложной концепцией происхождения и развития мира. Именно на базе антропософского представления о человеке выведены образовательные принципы и идеи, на которых построены учебные программы вальдорфских школ; таким образом, вальдорфская педагогика «полностью основана на взглядах на человека и на мир, содержащихся в антропософии Штайнера, что определяет не только методы обучения, но и, в многообразных переплетениях, содержание учебной программы и преподаваемых предметов» [6, 139].

Штайнер утверждает, что его педагогика базируется на утверждениях (ложных в смысле православной антропологии и по меньшей мере сомнительных для традиционной педагогики) об устройстве и «истинной природе человека» [5, 105], о знании его нужд, и, следовательно, о том, что педагогика проистекает из необходимости приспособить образовательные практики к потребностям развивающегося человека, с тем чтобы способствовать гармоничному развитию его способностей; при этом потребности рассматриваются именно в ключе антропософских воззрений (специфического триединства человеческой природы и ее четырехсоставности, учения о темпераментах, учения о двенадцати чувствах) и прочих авторских разработок в отношении состава человеческой природы.

Именно новое постижение сущности человека, доскональное, до мельчайших подробностей рассмотрение ее на основе «духовной науки», «на знании о человеке в целом как о теле, душе и духе» [7, 1] открывают, по убеждению Р. Штайнера и его последователей, возможность проникновения в сущность мира, что является одной из задач антропософии.

1. Мефодий (Зинковский), иером. Богословское понятие человеческой личности в свете педагогической науки / иеромонах Мефодий (Зинковский) // Вестник ПСТГУ. Серия IV: Педагогика. Психология. – 2012. – Вып. 3(26). – С. 101–119.
2. Синельников, С. П. Идея христианской антропологии об образе и подобию человека Богу в воспитании и образовании. Часть 1 / С. П. Синельников [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://bogoslov.ru/article/817555> (дата обращения: 23.12.2021).
3. Сластенин, В. А. Введение в педагогическую аксиологию: Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, Г. И. Чижикова. – М., 2003. – 193 с.
4. Штайнер, Р. Педагогическая практика с точки зрения духовно-научного познания человека / Р. Штайнер. – М.: Парсифаль (Изд-во Московского Центра вальдорфской педагогики), 1997. – 192 с.
5. Pavlovic, D. Humanistic Approach to Early Childhood Education in the Educational Philosophy of Rudolf Steiner / D. Pavlovic, Z. Petrovic, M. Miljkovica // Future Human Image. – 2017. – No. 8. – P. 103–113.
6. Schieren, J. Anthroposophy and Waldorf Education – a dynamic relationship / J. Schieren // Research on Steiner Education. – 2015. – No. 6. – P. 139–149.
7. Steiner R. Human Values in Education / R. Steiner. – London: Rudolf Steiner Press, 1971. – 187 p.

**Филиппович Алексей Валентинович**

*кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин Белорусской государственной академии искусств*

## **Сущность и основные черты христианской теософии**

Исследование христианской теософии как единого течения, объединяющего целый ряд идей и мыслителей 16–20 веков, происходит сегодня в рамках западного эзотеризма, систематический подход к изучению которого сформулировал А. Февр. Он выделил три существенных признака теософии. Первый из них – триада Бог–природа–человек. Размышления теософа касаются одновременно сущности Бога (внутренних божественных процессов), природы (внешней, интеллектуальной или материальной) и человека (его происхождения, места во Вселенной, роли в деле спасения и т. д.). Внутри триады существует сложная сеть отношений и соответствий, характеризующаяся процессами, тесно связанными с сюжетами Священного Писания.

Второй признак – приоритет мифа. Теософ осуществляет творческую интерпретацию религиозных текстов (в большинстве случаев Библии), в которой отдает предпочтение наиболее мифологическим элементам (например, из книги Бытия, видения Иезекииля, Откровения Иоанна Богослова). Большое внимание уделяется таким персонажам, как София и ангелы, истории которых дополняются сюжетами о падении Люцифера и природы, об адамическом андрогине и т. д.

Третий признак – прямой доступ к высшим мирам. В теософии человек обладает способностью, обычно дремлющей, но всегда потенциально присутствующей, позволяющей напрямую соединиться с божественным миром или высшими существами. Эта способность – воображение, понимаемое как сила творения и восприятия. Воображение позволяет провести познание всех уровней реальности, обеспечивает своего рода совместное проникновение божественного и человеческого, и дает духу человека возможность обрести «тело света», то есть осуществить «второе рождение» [2, 7–8].

Формирование христианской теософии происходило под влиянием религиозных и политических противоречий эпохи Возрождения. Первые ростки нового мировоззрения проявились у мыслителей, испытавших влияние Парацельса. Среди них – В. Вайгель (1533–1588) и И. Арндт (1555–1621), соединившие парацельсизм со средневековым немецким мистицизмом, а также Г. Кунрат (1560–1605) и Г. Дорн (1530–1584), поставившие теософские проблемы в рамках алхимической картины мира. Другие предшественники теософии – Э. Гутман (1490–1584) и К. Швенкфельд (1490–1561) [2, 6–7].

Окончательное формирование теософии произошло в трудах Я. Бёме (1575–1624), творчество которого началось с мистического видения. Такой неповторимый личный визионерский опыт станет важной особенностью теософии. Главные источники его идей – лютеранство, немецкий мистицизм, герметизм, парацельсизм и каббала. В отличие от средневековых и

неоплатонических концепций Бёме рассматривал божественное не как неизменный принцип, а как неистовую борьбу противоположностей [1, 260]. Центральная идея Бёме – «...представление о Боге не как о трансцендентном и статичном, существующем «вне» мира, бесстрастным и завершенном, а как об активном процессе, разворачивающемся внутри мира, внутри истории» [3, 38].

Согласно А. Февру, развитие теософии прошло четыре этапа. Помимо Бёме, представители первого этапа – И. Гихтель (1638–1710), К. Кульман (1651–1689), Г. Арнольд (1665–1714), Ю. Спербер (1540–1616), Ф. Ван Гельмонт (1614–1699), Р. Фладд (1574–1637), Д. Пордедж (1607–1681), Д. Лид (1624–1704), Г. Мор (1614–1687), П. Пуаре (1646–1719), А. Буриньон (1616–1680) [1, 261]. Одной из черт «золотого века» теософии является опора его представителей на мистический личный опыт, подобный видениям Бёме.

Второй, переходный этап, охватывающий первую половину 18 в., характеризуется комментированием предшествующей традиции и развитием теософских идей в русле герметизма, парацельсизма и алхимии. Важнейшие представители – Ф. Этингер (1702–1782), У. Лоу (1686–1761), Д. Фрейер (1649–1728), Ш.-Э. де Сен-Жорж де Марсе (1688–1755), Г. фон Веллинг (1655–1727), А. Кирхвегер (ум. 1746), С. Рихтер (ум. после 1722), Г. Фиктульд (1700–1777) [1, 262].

Третий этап (1750–1850), «второй золотой век» теософии, был связан с развитием естествознания, философии и политических идей. Зрелые работы Ф. Этингера, произведения Э. Сведенборга (1688–1772) и Ф. фон Баадера (1765–1841) оказали влияние на немецкую философию. Другие представители теософии этого периода – М. де Паскуалли (1727–1774), Л. де Сен-Мартен (1743–1803), Батильда Орлеанская (1750–1822), Ж.-Ф. Дютуа-Мембрини (1721–1793), К. фон Эккартсгаузен (1752–1803), И. Юнг-Штиллинг (1740–1817), Ф. Зальцманн (1749–1821), Н.И. Новиков (1744–1818) [2, 21–24].

Четвёртый период развития теософии, с середины 19 в., характеризуется постепенным упадком этого течения. Сам термин «теософия» в этот период всё чаще ассоциируется с Е.П. Блаватской и её Теософским обществом, которое относится к оккультизму и имеет мало общего с христианской теософией. Некоторые представители оккультизма, однако, были особенно привержены идеям христианской теософии – А. Фощё (1838–1921) и Ж. Анкосс (1865–1916). Теософия оказала влияние на В. Соловьёва, Н. Бердяева и В. Томберга [4, 83, 92–93]. В XX в. христианская теософия ещё больше утрачивает самостоятельное значение и становится частью более широкого комплекса идей эзотеризма, а отдельные идеи теософии включаются в концепции Нью Эйдж.

1. Faivre, A. *Christian Theosophy* / A. Faivre // *Dictionary of Gnosis and Western Esotericism* / ed. by W. Hanegraaff. – Leiden: Brill, 2006. – P. 258–267.

2. Faivre, A. Theosophy, Imagination, Tradition: Studies in Western Esotericism / A. Faivre. – New York: State University of New York Press, 2000. – 305 p.
3. Magee, G. Hegel and the Hermetic Tradition / G. Magee. – Ithaca, NY/London: Cornell University Press, 2001. – 312 p.
4. Faivre, A. Western Esotericism: A Concise History / A. Faivre. – Albany: State University of New York Press, 2010. – 128 p.

***Харитонашвили Джемал Васильевич***

*доктор экономики, ассоциированный профессор кафедры международной экономики и историй экономических учений Тбилисского государственного университета имени Иване Джавахишвили. Грузия*

**Поиск альтернативной модели  
экономического развития**

В ряде постсоциалистических стран идет процесс построения рыночной экономики. Для достижения позитивных результатов нужно рациональное использование набранного опыта и формирование новых идей. Известный грузинский мыслитель и практик Нико Николадзе задачей экономической теории считал показ динамики экономических процессов на основе анализа социально-экономической жизни и предсказание будущего развития [1].

Нико Николадзе указывал, что как для больного, болезнь которого сложно протекала, а потом были найдены средства для лечения, и больной смог исцелиться, так и для экономической жизни, которая находится в трудном положении, важной задачей является поиск эффективных средств помощи. Как больной, отравленный некомпетентным знахарем или гадалкой, обращается к настоящему врачу, который может реально спасти этого человека буквально в последние минуты, так и наше общество должно обращаться к знающему врачу, который сможет оказать реальную помощь. И этим врачом является наука, целью которой является исследование общества и законов его развития – политическая экономия [2].

Вместо пустого популизма нужно обратить внимание на квалифицированный и деловой подход. На сегодняшний день западничество стало модным. В то время как важнейшей задачей является изучение всего опыта мировой цивилизации. Параллельно с использованием опыта развития мировой цивилизации нужно сохранить и национальную самобытность. Так, сегодня необходимо подчеркнуть достижения Китая, который уже занимает второе место по объему валового внутреннего продукта после Соединенных Штатов Америки. Практически современный Китай стал «мировой фабрикой», какой была в свое время Британская империя. Заслуживает особого анализа успешное экономическое развитие и других стран Востока (Японии, Сингапура и т.д.).

Рыночный капитализм, основанный на неконтролируемой конкуренции, предполагает исключительно стремление к прибыли и не может обес-

печить полноценного развития социально-экономической жизни общества. Неограниченная конкуренция приводит не к росту эффективности производства, а к возникновению монополий, которые разрушают рыночный механизм. Интересы частного капитала приходят в противоречие с интересами общественного развития.

Невозможно ожидать, что иностранный капитал будет стремиться решить наши экономические проблемы. Никакой частный капитал не будет помогать конкуренту и создавать себе конкурента за рубежом. Мы сами должны стремиться найти ключ для успешного социально-экономического развития своего общества [3].

Кризис 2007-2009 годов, сопровождавшийся ростом безработицы и неравноправия в западном обществе снизил его привлекательность, стал еще одной причиной переоценки перспектив развития капитализма.

В этой связи заслуживают внимания идеи Д. Белла, американского социолога и социального теоретика, особенно в той части, где речь идет о первенствующей роли меритократия [4]. Д. Белл утверждал, что переход к новой общественной модели приведет к принципиальным социальным изменениям, включая смягчение социальных антагонизмов и обеспечение социального мира.

- 
1. Тодуа, Г. (1987). Вопросы истории грузинской общественно-экономической мысли XIX века. Часть 1.
  2. Николадзе, Нико (1963) Соч. т. 3, Тбилиси.
  3. Харитонашвили, Дж. (2019) История экономических учений, Тбилиси.
  4. Белл, Д. (1973) Приход постиндустриального общества: предприятие в области социального прогнозирования. Нью-Йорк.

*Хорольская Елизавета Дмитриевна  
студентка, БИП – университет права и  
социально-информационных технологий*

## **Мимикрия бренда как маркетинговая стратегия в условиях рыночной экономики**

Нейромаркетинг в процессе своей эволюции применяет большое количество различных стратегий. Наиболее противоречивым из них является мимикрия бренда. Понятие мимикрия означает видимое сходство во внешнем виде, формах и цветах. В реалиях маркетинга это может быть не только какое-либо сходство, но и копирование внешнего вида. Мимикрия применяется в различных областях науки, таких как инженерия и поведенческие науки, или даже в областях менеджмента. То, что происходит на нашем рынке, в частности, в индустрии роскошных брендов подобно мимикрии, которую животные используют в природе [1]. В современной экономике считается, что копирование, имитация и подделка наносят ущерб мировой экономике и инновациям. Обычно это делается с намерением выжить на

рынке, выйти на рынок или конкурировать в отрасли. Часто очень похожи именно физические характеристики. Предельное сходство с продуктом-оригиналом даже может вызывать путаницу. При этом качество продукции часто ниже по сравнению с оригиналом. Как результат, может быть причинён вред потребителю от использования продукции мимикрирующего бренда.

Имитация бренда также практикуется на рынке моды, подражая последним модным тенденциям и предоставляя более дешёвые альтернативы для потребителей. Когда человек не может позволить себе дорогой роскошный бренд, он скорее прибегнет к более привлекательным с финансовой точки зрения «близнецам». Мимикрия бренда часто воспринимается как альтернатива модельным брендам из-за высоких цен. Это может быть либо подделка, либо мимикрия торговой марки. Психология покупки подделки или мимикрии бренда часто вращается вокруг стремления человека внешне выглядеть как представитель более высокого социального положения [2]. Здесь потребители используют избегание сходства — прекращение использования продуктов, которые стали менее дефицитными и стали продуктом массового потребления. Такие потребители, предпочли бы продукты, которые являются «выбором меньшинства». Мотив других покупателей придерживающихся покупки поддельных предметов роскоши — это финансовая выгода. Потребители с удовольствием меняют высокое качество более дорогого бренда на низкую цену товара от бренда-мимика. Например, Chanel первой создала и запустила твидовый жакет Chanel, который был уникальным. Позже, мимик-бренд Zara подражает символическому и стилистическому твиду Chanel. Zara таким образом помогает вывести такой тренд моды на большой рынок [3]. Со временем всё больше брендов на фоне этого тренда на твидовый жакет попытается также создать аналогичный товар и первоначальный твид Chanel в результате становится массовым товаром, теряя свою уникальность.

С одной стороны, такая имитация служит лучшему росту бизнеса и прибыли, следовательно, делая её привлекательной стратегией для реализации. Копирование помогает стимулировать спрос на продукт. Мимикрия может быть выгодна потребителям, предоставляя вариативность в цене и предоставление низкой цены потребителю, который не может себе позволить аутентичный люксовый бренд. Мимикрия предпочтительнее потребителям на том основании, что это максимизирует выгоды и приносит удовлетворение большему количеству людей. Также исходя из логики, что на рынке может быть только один первопроходец, любой последующий выход на рынок будет в какой-то степени имитацией. Таким образом, мимикрия продукта — это скорее естественный и более распространённый процесс, чем инновация. В то время, как мимикрия бренда — это попытка использовать имидж другой компании себе на пользу. Сила новатора заключается в способности создавать рынки, формировать потребительские предпочтения и даже изменить базовое поведение потребителей при выходе на новый ры-

нок. Тем не менее, мимики будут иметь возможность определить спрос на товары бренда-лидера и представить превосходные продукты, которые могут лучше удовлетворить потребности потребителей. Есть случаи, когда мимик может обладать уникальными и полезными качествами, которыми не обладает лидер рынка. Хорошие подражатели становятся хорошими новаторами. Наиболее технически успешные общества, такие как средневековая Европа и современная Япония начинали как подражатели и со временем превратились в новаторов. Фактически, благодаря этому процессу было изобретено множество новых товаров, приборов и услуг. Если тактика внедрения усовершенствований в товар-мимикрию не удаётся, бренд-мимик создаёт копию, которая будет напрямую конкурировать с лидером рынка. Однако подражатели стремятся копировать только успешные или ключевые характеристики товара и включают незначительные собственные модификации в свой продукт. Иногда это может привести к созданию улучшенной версии оригинального продукта или полной его замене. Через этот процесс «естественного отбора» мимический бренд также способен опустить более слабые черты новатора и сфокусироваться на более сильных сторонах товара. Таким образом, мимикрия может быть тактикой, позволяющей превзойти или дифференцироваться от конкурентов. Для выхода на рынок некоторые бренды выбрали стратегию мимикрии, которая позволяет компаниям опираться на успешные тренды на рынке (например, Zara, H&M и т. д.). Имитатору не нужно тратить столько ресурсов на исследования, сколько тратит новатор на разработку товара и план его развития. Кроме того, имитация может способствовать распространению знаний, которые могут помочь развитию отрасли.

Минусом данной стратегии является то, что мимикрия может навредить брендам, мешать занятости и торговле. С юридической точки зрения копирование оригинальных торговых марок может привести к серьёзным штрафам и дорогим судебным разбирательствам. С точки зрения оригинального бренда может наступить снижение прибыльности из-за массового распространения. Мимикрия бренда на данный момент является одним из способов выжить на рынке и получить хорошую долю прибыли, пользуясь популярностью товара-оригинала или оригинального бренда. Однако, такая стратегия несёт не только лёгкую прибыль, но и возможные риски, такие как общественное неприятие бренда в дальнейшем, судебные иски, штрафы, снижение стимула к инновациям. Такая стратегия хоть сопровождается большой долей риска, но вполне применима в современной рыночной экономике.

1. Что такое подражание бренду [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://espace.curtin.edu.au/handle/20.500.11937/33243>
2. Европейский журнал маркетинга. Предпосылки и последствия самоконгруэнтности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://espace.curtin.edu.au/handle/20.500.11937/4937>

3. Что такое подражание бренду? Концептуальное исследование индустрии люксовых брендов / Мин Тэх [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalogue.nla.gov.au/Record/5739016>.

*Чайковская Юлия Валерьевна*

*к.э.н., доцент, кафедра «Менеджмент»,*

*Белорусский национальный технический университет*

## **Анализ транспортно-логистического комплекса ЕАЭС**

После создания Евразийского экономического союза (ЕАЭС) интеграция группы стран СНГ (Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Кыргызская Республика и Российская Федерация) вышла на новый для всего постсоветского пространства уровень глубины регионального сотрудничества. Через наднациональный формат ЕАЭС интегрирующиеся страны стремятся качественно повысить роль своего региона в глобальной мировой экономике в условиях фрагментации мирового рынка и нарастания глобальных рисков.

Роль транспортно-логистической отрасли в евразийской экономической интеграции является центральной с точки зрения её важности как связующего звена в системе мирохозяйственных связей как внутри ЕАЭС между его странами-участницами, так и для развития отношений с третьими странами и транзита по экономической территории союза. Кроме того, наличие развитой и современной транспортно-логистической инфраструктуры служит необходимым условием создания новых производств, роста международной торговли, инвестиций и мобильности трудовых ресурсов в рамках ЕАЭС и с третьими странами.

Уникальное географическое расположение ЕАЭС на перекрёстке международной торговли «Восток-Запад» и «Север-Юг» является одной из фундаментальных предпосылок наращивания сухопутного транзита по территории ЕАЭС, конкурентным преимуществом которого является скорость перевозки, минимум таможенных формальностей в рамках единой таможенной территории и мультимодальная опция доставки.

Среди наиболее значимых различий в области автотранспортного комплекса стран ЕАЭС можно указать следующие:

– несхожий потенциал автотранспортных комплексов: Беларусь нетто-экспортер автотранспортных услуг, Российская Федерация – нетто-импортер. Существующий на сегодня автомобильный парк Казахстана, Кыргызстана и Таджикистана пока не позволяет им полноценно удовлетворять спрос на внешние транспортные услуги;

– различная интенсивность и степень модернизации подвижного состава с целью приведения его в соответствие с современными общемировыми нормами;

– различный уровень развития законодательной и нормативно-правовой базы, регулирующей сферу автотранспорта;



- различные уровни налогообложения и валютного регулирования поставщиков автотранспортных и экспедиторских услуг;
- существование различий при проведении таможенных процедур по оформлению перевозимых автомобильным транспортом грузов (процедуры проверки и досмотров грузов);
- различия регулирования транзитных перевозок грузов через национальную территорию (в том числе закрепленные в двусторонних соглашениях о международном автомобильном сообщении);
- несовместимые системы дорожных налогов и сборов; различия в регулировании доступа на рынок автотранспортных и экспедиторских услуг (включая критерии лицензирования, допуск к профессии и другие методы государственного регулирования).

К сожалению, в существующем виде транспортно-логистический комплекс ЕАЭС не способен в полной мере обеспечить повышение эффективности международного транспортно-логистического сотрудничества. Характеристиками современного транспортно-логистического комплекса ЕАЭС являются низкая плотность существующих путей сообщения, низкий уровень развития рынка транспортно-логистических услуг и низкое значение индекса эффективности логистики.

Важным свидетельством состояния развития транспортно-логистического комплекса ЕАЭС является протяженность существующих путей сообщения. По данным ЕЭК, на сегодняшний день общая протяженность существующих путей сообщения ЕАЭС составляет:

- 1 609 тыс. км автомобильных дорог общего пользования (что составляет около 2,5% от общемирового показателя);

- 107 тыс. км железнодорожных путей (что составляет около 7,8% от общемирового показателя), из которых 46% электрифицированы. [6].

Основная характеристика, определяющая состояние транспортной инфраструктуры – это плотность транспортной сети, которая отражает протяженность путей сообщения на определенной территории и измеряется в км/кв. км. В Беларуси самая высокая плотность существующих автомобильных, железнодорожных и трубопроводных маршрутов из стран ЕАЭС. Существующие маршруты сообщения между Россией и Казахстаном имеют меньшую плотность, что является результатом большой территориальной площади и недостаточного строительства инфраструктуры.

Плотность путей сообщения в странах-членах ЕАЭС можно оценить в привязке к автомобильным дорогам и железным дорогам. Так, плотность действующих путей сообщения на начало 2021 года для Беларуси составляла 262 км на 1000 км<sup>2</sup> для автодорог и 24,6 км/1000 км<sup>2</sup> для железнодорожных, для Армении 417 и 26,5, для Кыргызстана 94,8 и 2,1, для России 85 и 5 и для Казахстана 31,4 и 5,5 соответственно. [1], [2], [3], [4], [5], [6].

По показателю плотности действующих автомобильных, железнодорожных дорог ЕАЭС (автодороги – 83,5 и железные дороги -5 км/1000 км<sup>2</sup>) уступает ЕС и НАФТА. Так, для НАФТА плотность действующих путей

сообщения в 2020 год была 385,4 км/1000 км<sup>2</sup> для автодорог и 18 для железных, а для ЕС 321,3 и 52,2 соответственно. [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [10].

Также рынок транспортных и логистических услуг ЕАЭС и по другим характеристикам развития существенно уступает ЕС, США и Китаю. Так, общий объем транспортно-логистического рынка ЕАЭС в 2020 год составлял 1214,3 млрд долл. (РБ – 0,9 млрд долл., РФ - 314,2, РК - 11,7). Объем транспортно-логистического рынка мира на этот год был равен 7359,4 млрд долл., рынок США - 1157,6, ЕС - 1214,3 и КНР - 1246,3 млрд долл. [10].

Объем рынка перевозок и логистики «Тройки стран ЕАЭС» в 3,7 раза меньше, чем на европейском рынке, в 3,6 раза меньше, чем на рынке США, и в 3,8 раза меньше, чем на китайском рынке. Доля общих затрат на логистику в ВВП тройки составляет в среднем 20%. В Казахстане этот показатель достиг 25%, по сравнению со среднемировым показателем в 11%, в Европейском Союзе - 9,1%, Китае - 14,3% и Соединенных Штатах - 7,6%. Практика аутсорсинга транспортно-логистического комплекса тройки также недостаточно развита. При глобальной доле аутсорсинга в объеме рынка перевозок и логистики 54,9% соответствующий показатель "тройки", по оценке автора, составляет около 35%, что на 29,6 процентных пункта ниже уровня ЕС и на 46,3 процентных пункта ниже уровня США. [10].

Важным качественным показателем уровня развития транспортно-логистического комплекса региона является роль и статус транспортно-логистических услуг в структуре торговли услугами стран ЕАЭС. В структуре взаимной торговли "тройки" с 2010 по 2014 год на долю транспортно-логистического комплекса приходилось около 45%, но с созданием ЕАЭС этот показатель снизился до 33,4%.

В 2015 году произошло снижение доли транспортно-логистических услуг в структуре взаимной торговли ЕАЭС, что было обусловлено вступлением в союз Армении и Кыргызстана. Так, в национальном контексте Казахстан и Беларусь продемонстрировали наибольшее участие во взаимной торговле транспортно-логистических услугами – на их долю приходится около 60% и 50% их комплексных показателей торговли услугами, в то время как соответствующие доли Армении (около 11%) и Кыргызстана и России в 2015-2020 годах составляют около 30%.

В структуре рынка транспортно-логистических услуг ЕАЭС доминируют поставщики логистических услуг на уровнях перевозки грузов и экспедиторских услуг (47,5) и управленческой логистики, в том числе по оптимизации бизнес-процессов (50%), что указывает на то, что комплексные решения, предоставляемые транспортной и логистической отраслью альянса, незначительны. [6].

Важным показателем глобального позиционирования рынка транспорта и логистики в мировой экономике является Индекс эффективности логистики (LPI), который отражает его уровень развития. Индекс оценивает следующие подиндикаторы: эффективность работы таможенных органов; каче-

ство инфраструктуры; простота организации международных поставок товаров; компетенция в логистике; возможность отслеживания товара на протяжении всей цепочки поставок; соблюдение сроков поставки товара.

Значение индекса составляет от 1 до 5, где чем выше индекс LPI, тем эффективнее будет транспортно-логистический комплекс конкретной страны или региона.

В существующих международных глобальных рейтингах LPI страны ЕАЭС не имеют высоких показателей индекса LPI, что отражает невысокую конкурентоспособность и неэффективность рынка перевозок и логистики альянса. Из стран ЕАЭС

Казахстан получил наивысший ранг индекса LPI среди стран ЕАЭС, поднявшись в 2020 г. на 9 позиций в сравнении с рейтингом 2019 года. Сейчас Казахстан занимает самое высокое место среди четырех компонентов индекса LPI - таможня, инфраструктура, международные перевозки и система отслеживания. Это показывает, что в отсутствие единой транспортной политики (ЕТР) для всех видов перевозок ЕАЭС и единого транспортно-логистического рынка союза организация его транспортно-логистического рынка обладает определенной рациональностью и эффективностью. [10].

Россия в этом рейтинге лидирует по подиндикатору - возможностям и своевременности поставщиков логистических услуг, что обусловлено внедрением крупномасштабных транспортных технологий и присутствием крупных глобальных поставщиков на рынке транспортно-логистических услуг.

В целом, значение индекса LPI стран ЕАЭС уступает таким крупным экономикам, как АСЕАН, Европейский союз, МЕРКОСУР, Североамериканское соглашение о свободной торговле и Шанхайская организация сотрудничества.

По показателю доли экспорта транспортно-логистических услуг в мировом экспорте транспортно-логистических услуг в соответствии с данными ЮНКТАД за 2020 год ЕАЭС (2,72%) также заметно уступает ЕС (42,91%), НАФТА (11%) и АСЕАН (7,53%). [12]. В сегодняшней ситуации санкций и снижения внешнеторговых отношений ЕАЭС со странами Европы, можно ожидать еще большего снижения доли ЕАЭС в экспорте этих услуг.

Вместе с тем, вклад транспортно-логистической отрасли в ВВП ЕАЭС достаточно значим и составляет 6,78%. Он превышает соответствующие значения Европейского союза (5,35), АСЕАН (4,01), МЕРКОСУР (3,68) и Североамериканского соглашения о свободной торговле (4,75). [11].

Во многом увеличение доли транспортно-логистической отрасли в валовом внутреннем продукте ЕАЭС за 2018-2020 может быть результатом географических особенностей стран союза, которые характеризуются большими транспортными расстояниями и увеличением взаимной торговли. С другой стороны, в структуре грузоперевозок ЕАЭС преобладают сырье и промышленные полуфабрикаты и с точки зрения добавленной стоимости,

создаваемой на единицу грузоперевозок, она значительно ниже, чем у Европейского союза и Североамериканского соглашения о свободной торговле.

На данный момент ЕАЭС не сформулировал полноценный общий рынок транспортных услуг для всех видов перевозок, но фактически реализует согласованную транспортную политику ЕАЭС, которая обычно соответствует достигнутому уровню экономической интеграции.

Функции планирования, формирования и реализации согласованной транспортной политики в основном осуществляются на межгосударственном уровне, а не на наднациональных площадках Европейского экономического сообщества. Основной особенностью скоординированной транспортной политики ЕАЭС является консолидация наднациональных регулирующих функций Министерства транспорта и инфраструктуры Европейского экономического сообщества и внедрение единого механизма регулирования для железнодорожных и автомобильных видов транспорта. Наиболее действенные результаты скоординированной транспортной политики ЕАЭС достигнуты на железнодорожном виде транспорта, а именно:

- при внутренних перевозках и экспорте в третьи страны/импорте из третьих стран через морские порты ЕАЭС действует единый (унифицированный) железнодорожный тариф стран ЕАЭС;

- установлен коридор предельных изменений тарифов на железнодорожную перевозку внутри ЕАЭС;

- определены принципы доступа железнодорожных перевозчиков стран ЕАЭС на инфраструктуру друг друга;

- создан крупнейший железнодорожный оператор стран ЕАЭС – Объединённая транспортно-логистическая компания (ОТЛК).

Интеграционные процессы способствовали и реальным организационно-экономическим достижениям на автотранспорте ЕАЭС, заключающимся в том, что:

- пограничный контроль при осуществлении международных автоперевозок производится на внешних границах ЕАЭС;

- внутренние автоперевозки и международные перевозки, выполняемые перевозчиками ЕАЭС транзитом по территории ЕАЭС, осуществляются на безразрешительной основе;

- принята программа поэтапной либерализации каботажных автоперевозок в ЕАЭС на 2016-2025 годы и по состоянию на 2022 г. на внешней границе ЕАЭС функционируют более 170 автомобильных пункта пропуска.

В заключение можно отметить, что запуск согласованных механизмов регулирования транспортно-логистической отрасли ЕАЭС на данном интеграционном этапе на железнодорожном и автомобильном видах транспорта в целом отражает их ведущую роль в структуре грузооборота и грузоперевозок в ЕАЭС, а также во взаимной торговле продукцией транспортного машиностроения. Вместе с тем, повышение эффективности транспортно-логистического сотрудничества в ЕАЭС во многом будет зависеть и от

адаптации прогрессивного мирового опыта по созданию единого транспортного пространства к организационно-экономическим реалиям ЕАЭС.

По степени согласованности, достигнутой в транспортной политике, ЕЭК уступает только аналогам Европейского союза и полностью сформирована на наднациональном уровне. Поэтому опыт и развитие европейского прогресса можно рассматривать как конкретную "дорожную карту" для ЕАЭС при формировании собственной наднациональной транспортной политики. Опыт Европейского союза дает ЕАЭС уникальную возможность не повторять ошибок европейской интеграции. Это поможет создать современную транспортно-логистическую инфраструктуру ЕАЭС с меньшими затратами, но с учетом специфики региона.

1. Federal State Statistics Armenia, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.armstat.am/en/>. – Дата доступа: 28.11.2022.
2. Federal State Statistics Russia, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://eng.rosstat.gov.ru/>. – Дата доступа: 28.11.2022.
3. Federal State Statistics Belarus, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 27.11.2022.
4. Federal State Statistics Kazakhstan, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.stat.gov.kz>. – Дата доступа: 27.11.2022.
5. Federal State Statistics Kyrgyzstan, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.stat.kg>. – Дата доступа: 30.11.2022.
6. Eurasian Economic Commission, official website [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.eurasiancommission.org/en/act/integr\\_i\\_makroec/dep\\_stat/union\\_stat/Pages/default.aspx](http://www.eurasiancommission.org/en/act/integr_i_makroec/dep_stat/union_stat/Pages/default.aspx). – Дата доступа: 30.11.2022.
7. International Statistical Committee of the Commonwealth of Independent States, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cisstat.org/eng/index.htm>. – Дата доступа: 29.11.2022.
8. Eurasian Development Bank, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.eabr.org>. – Дата доступа: 28.11.2022.
9. European Commission, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ec.europa.eu/>. – Дата доступа: 27.11.2022.
10. TRADING ECONOMICS, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ru.tradingeconomics.com>. – Дата доступа: 327.11.2022.
11. The World Bank, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://lpi.worldbank.org/>. – Дата доступа: 30.11.2022.
12. UNCTAD statistics, official website [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx>. – Дата доступа: 26.11.2022.

*Шатило Александра Борисовна*

*студентка, Белорусский государственный университет*

## **Рекламная кампания как инструмент продвижения товаров и услуг организации**

Рекламная кампания представляет собой плановое действие, осуществляемое в рамках маркетинговой стратегии на определенном рыночном пространстве [3, 254]. Организация рекламных кампаний начинается с подгото-

вительного этапа, на котором составляется план дальнейших действий. На этапе исследования проводится сбор, обработка и анализ всей информации, необходимой для подготовки и проведения рекламной кампании, определение целевых аудиторий. При организации рекламной кампании необходимо максимально точно определить контингент потенциальных покупателей товара, на который организация/фирма рассчитывает или который требуется завоевать [2, 54]. Этап планирования включает в себя постановку целей и задач кампании, разработку стратегии и планов кампании, медиапланирование, составление бюджета. Планирование позволяет увидеть ситуацию в целом, оптимизировать ресурсы и бюджеты, заложить критерии для оценки эффективности кампании [6, 90]. Этап реализации представляет собой практическое воплощение замысла и стратегии рекламной кампании: выполнение планов кампании, управление ходом реализации рекламной кампании, осуществление контроля и внесение оперативных изменений в рабочие планы. И завершается рекламная кампания этапом оценки эффективности. На нем устанавливается соответствие достигнутых результатов поставленным целям и задачам, выявляется результативность работы команды, составляется отчет [6, 90].

Рекламные кампании различаются по многим признакам, но одним из главных является различия по объекту рекламы. Можно выделить три вида рекламных кампаний: имиджевая, торговая и продуктовая. Имиджевая рекламная кампания необходима для продвижения бренда, она помогает формировать положительное отношение окружающих к торговой марке. Их главной целью является формирование общественного мнения, а не повышение продаж. Торговая рекламная кампания направлена на продвижение определенной точки продажи (фирма, организация). Их главная цель – продать конкретный товар или услугу. В результате рекламной кампании организация убеждает, что приобрести товар/услугу необходимо именно у них. Продуктовая рекламная кампания занимается продвижением определенного продукта или услуги. Основная задача такой кампании – ознакомление аудитории с новым продуктом [7, 79].

По интенсивности воздействия рекламные кампании делятся на ровные, нарастающие и нисходящие. Ровная рекламная кампания представляет собой равномерное распределение рекламных мероприятий во времени. Нарастающая рекламная кампания строится по принципу усиления воздействия на аудиторию. Данный подход используют при постепенном увеличении объема выпуска рекламируемого товара и его поставки на рынок. Нисходящая рекламная кампания используется при рекламировании ограниченной по объему партии товара. По мере уменьшения количества товара на складах снижается интенсивность рекламы [4, 79].

По продолжительности проведения рекламные кампании подразделяются на краткосрочные (до одного месяца), среднесрочные (от одного до шести месяцев), долгосрочные (более шести месяцев). Рекламные кампании по территориальному охвату: международные (проводятся за пределами

страны), национальные (проводятся в пределах одной страны), региональные (проводятся на территории области, края), локальные (охватывают город, район) [1, 251]. По направленности рекламные кампании делятся на целевые или сегментированные (направленные на определенную целевую группу потребителей), общественно-направленные или тотальные (направленные на широкие круги общечеловечности). Рекламные кампании по стратегическим целям делятся на формирующие спрос и стимулирующие сбыт.

Основной задачей рекламных кампаний, которые формируют спрос, является сообщение потенциальному потребителю о конкретном товаре и о потребностях, которые удовлетворяет этот товар. Такие рекламные кампании используются на стадии выведения на рынок нового товара для завоевания доли рынка. Для рекламных кампаний, направленных на стимулирование сбыта, целью является побуждение покупателя, который уже знаком с товаром, к регулярным покупкам или к покупкам в больших объемах [6, 84].

Основные методы оценки эффективности рекламной кампании: экономический, коммуникативный, психологический. Экономическая эффективность рекламы чаще всего определяется «путем измерения ее влияния на развитие товарооборота» [4, 86]. Наиболее точно установить, какой эффект дала реклама, можно в случае увеличения сбыта товара сразу же после воздействия рекламы. Это чаще всего происходит при рекламировании новых товаров повседневного спроса. Коммуникативная эффективность позволяет установить, насколько конструктивно рекламное обращение передает целевой аудитории необходимые сведения или формирует желательную для рекламодателя точку зрения [5, 86]. Психологическая эффективность рекламной кампании выражается в привлечении внимания к рекламе, фиксации ее в памяти [4, 86].

Организация рекламных кампаний – сложный процесс, состоящий из нескольких этапов, взаимосвязанных между собой. Все начинается с планирования, а заканчивается анализом и определением основных принципов и критерий оценки эффективности. При осуществлении рекламной деятельности решаются экономические, маркетинговые и творческие задачи. Лучше разобраться в особенностях организации и проведения рекламных кампаний помогает их классификация по разным признакам. Такое деление на виды подчеркивает также разнообразие самих рекламных кампаний. За их эффективностью следят на каждом этапе проведения, так как необходимо предусмотреть все возможные проблемы для их скорейшего устранения.

1. Ананишнев, В. М. Теория и практика современной рекламы : монография / В. М. Ананишнев. – М.: ООО НИЦ «Инженер» (Союз НИО), 2016. – 251 с.
2. Боронова, Т. А. Современный рекламный менеджмент : Учебное пособие / Т. А. Боронова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 54 с.
3. Васильев, Г. А. Основы рекламы : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: ЮНИТИ ДАНА, 2012. – 254 с.

4. Еловая, Е. М. Рекламная деятельность : электронный учебно-методический комплекс для специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / Е. М. Еловая. – Минск : БГУ, 2018. – С. 79–86.
5. Ким, М. Н. Рекламная кампания как многоэтапный процесс / М. Н. Ким // Научно-практический рецензируемый журнал «Управленческое консультирование». – 2019. – № 1. – С. 86.
6. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : Учебное пособие / Г. Н. Крайнов. – СПб.: Издательство «Лань», 2018. – С. 84-90.
7. Трушко А. А. Понятие рекламной кампании и её виды / А. А. Трушко // Международный научный журнал «Вестник науки». – 2022. – № 2. – С. 79.

***Шатравский Сергей Иосифович***

*кандидат богословия, доцент, проректор по научной работе Института теологии БГУ, доцент кафедры религиоведения Института теологии БГУ*

***Кочанова Ольга Анатольевна***

*магистрант, Институт теологии БГУ*

## **Религиозные практики как способ интеграции общества**

Основной целью религии, по мнению Э. Дюркгейма, является интеграция и объединение общества, установление связи между личностью и обществом, в том числе через религиозные практики. Такими «священными, заветными вещами», которые объединяются, может быть что угодно, главное, чтобы они выполняли свою функцию, то есть связывали индивидов в единую «нравственную общность» [6, 90]. Это прямо подразумевает невозможность нерелигиозного общества: даже если все, что связано со сверхъестественным, устранено, сама логика функционирования общества требует какой-то замены, даже квазирелигиозной.

Как квазирелигиозные верования и действия в светском обществе предстают символы национального единства – национальные флаги, конституции, торжественные обряды и ритуалы перед памятниками павшим героям. Практикующей верующий считается истинно верующим, он ближе к «подлинной норме». Жизнеспособность религии неизбежно связана с поведением. Вера сохраняется только тогда, когда она воплощается на практике. Поэтому наше внимание будет сосредоточено на анализе религиозных практик, обусловленных религиозными ощущениями действий, совершаемых людьми в их повседневной жизни. Однако этот анализ будет неполным без учета контекста религиозных практик, в частности, институциональных аспектов их функционирования.

Понятие «религиозных практик» все чаще используется как в зарубежной, так и в отечественной науке, но оно до сих пор не имеет однозначного и общепринятого толкования. При определении понятия «религиозная практика» серьезной проблемой является выделение любой из ее особенностей в качестве объективного критерия, поскольку совершение такого акта религиозного поведения должно точно свидетельствовать о религиозности индивида, а его отсутствие в поведении – о нерелигиозности. К подобным действиям, как правило, относятся основные акты культового поведения и,



прежде всего, молитва как первичная и главная форма выражения религиозных чувств, совершение которой может служить критерием отличия действительного явления религии и тесно связанного или сходного с ним, например, от эстетического чувства. Религиозные практики являются одной из разновидностей социальных практик, полных особого смысла.

Наличие религиозного поведения показывает, что религиозные нормы, ценности, традиции актуальны для индивида, имеют для него реальное значение. Определяемое Богом поведение верующего подразумевает соблюдение многочисленных заповедей и наставлений, которые порой кажутся нерелигиозному человеку абсурдными и необязательными, но уже одно это гарантирует «спасение» и «божественную благодать». Верующий находит в религии совокупность фундаментальных ценностных установок, которые впоследствии реализуются во всех сферах его деятельности.

По мнению С. Булгакова, «религия – это те высшие и последние ценности, которые человек признает выше себя и над собой, и та практическая установка, с которой он заботится о практических ценностях» [2, 381]. Истинно верующий человек не может быть таким только в храме, а оставив его, забыть обо всем, что с ним здесь произошло. Его вера должна воплощаться в жизненном поведении, в формах ее социальной активности. Если нет религиозной мотивации, то такая религиозность может быть поставлена под сомнение.

Серьезной методологической проблемой изучения религиозных практик является определение их мотивации, поскольку выявление мотивации религиозного действия является крайне сложной задачей для социолога.

Религиозное поведение само по себе не всегда свидетельствует о религиозности – оно может быть данью традиции, конформизму, моде. Некоторые виды религиозных практик могут носить привычный автоматический характер, возникать под влиянием общественного мнения или быть мотивированы эмоциональными и эстетическими потребностями. Мотивы, составляющие основу этих практик, могут быть чрезвычайно устойчивыми, связанными с удовлетворением различных потребностей, при этом не всегда религиозными. Наиболее распространены стремления к межличностному общению, чувство принадлежности к группе, эстетические потребности, стремление к новым впечатлениям и возможность занять свободное время. Вполне возможными мотивами религиозных практик являются честолюбие, самоутверждение, тщеславие и даже профориентация.

Британский социолог религии Б. Вилсон пишет: «Посещение церкви часто вызвано традицией, и в некоторых отношениях, больше в Америке, чем в Европе, содержание церковных служб и религиозных богослужений стало довольно размытым. Сейчас внутри церкви происходит процесс внутренней секуляризации, который проявляется в путанице, царящей в вероучительных вопросах, неопределенности в отношении литургии, в широко распространенном открытом вызове религиозной власти» [3, 175–176]. Поэтому, хотя такие действия и имеют религиозную смысловую нагрузку,

однако их связь с религиозным сознанием носит косвенный характер, и они не могут выступать надежным критерием религиозного поведения. Некоторые исследования показывают, что в современной жизни происходит расширение нерелигиозных мотивов в религиозной деятельности, «умиротворение» мотивации религиозного поведения, что противоречит сущности религии, а без религиозной мотивации религиозные практики теряют свой специфический смысл.

О. Сарапин отмечает, что в контексте праксиологии религии «деятельность определяется как религиозная, когда она сотериологически оправдана, то есть ее начальным моментом является идея спасения. <...> Христианское сотериологическое учение может быть сведено к следующему положению: человек спасается через сочетание божественной милости в форме благодати и его собственных усилий» [1, 258].

В какой степени религиозные ценности и нормы усваиваются в сознании индивида? Фиксируем ли мы их влияние в повседневной жизни, во взаимоотношениях верующего со своим окружением? Религиозность, безусловно, влияет на поведение верующего, и под ней можно понимать любую человеческую деятельность, в которой проявляются религиозные убеждения, то есть действия и поступки, вызванные религиозным сознанием. Основанием для проверки взаимосвязи между религией и повседневным поведением могут быть данные об уровне преступности, брака и развода, распространении девиантного поведения, благотворительной деятельности и т.д. Религиозное поведение становится таковым, если сознание его участника придает происходящему символический смысл, а сам индивид переживает ритуал как нечто глубоко значимое и личное.

Таким образом, в качестве критерия религиозной практики может выступать такое действие, которое непосредственно связано с религиозным сознанием, происходит под влиянием религиозных идей, чувств, настроений, определяющим мотивом которых является религиозная вера.

- 
1. Академическое религиоведение: Учебник / ред. проф. А. Колодного. К., 2008, 862 с.
  2. Булгаков С.Н. Свет невечерний. М.: Республика, 1994, 415 с.
  3. Вилсон Б. Социология религии. Пер. с англ. М. Хорольской. К.: «АКТА», 2002, 344 с.
  4. Гараджа В.И., Руткевич Е.Д. Религия и общество. Хрестоматия по социологии религии. М.: Наука, 1994, 466 с.
  5. Религиозные практики в современной России: сборник статей / Отв. ред. А. Агаджанян, К. Русселе. М.: Новое издательство, 2006, 298 с.
  6. Энциклопедический словарь социологии религии / Под редакцией М. Ю. Смирнова. СПб.: Платоновское общество, 2017, 508 с.

*Шатравский Сергей Иосифович*

*кандидат богословия, доцент, проректор по научной работе  
Института теологии Белорусского государственного университета*

## **Влияние буддизма на принципы построения экономики на примере стран тхеравады**

Религия, несмотря на то, что основная сфера ее компетенции это трансцендентное, не может не влиять и на более «приземленные» вещи, например, на осмысление материальных условий существования. В первую очередь это характерно для стран с традиционной культурой, в которых, в отличие от стран Запада, экономическая сфера, как правило, не выделяется в отдельную область. Рассмотрим, как буддийское мировоззрение влияет на экономические отношения в странах распространения южного направления буддизма – тхеравады (хиньяны).

Отношение к материальным вещам, к быту, строится в буддизме, в первую очередь, по примеру самого Будды, который отказался от имущества и жил под открытым небом, имея одну лишь одежду и чашу для подаяния, не носил украшений, соблюдал меру в еде и не занимался ни торговлей, ни производством [10, 187]. В идеале это же требуется и от его последователей-монахов, чему можно найти подтверждение в текстах Палийского канона.

В Мадджхима Никае говорится: «Монахи, будьте моими наследниками в учении, а не моими наследниками в материальных вещах...» [9, 16]. Дхаммапада говорит о различности способов для достижения конечной цели бытия и для достижения материального процветания: «Ибо одно средство ведет к приобретению богатства, другое – к нирване. Зная же это, бхикшу, ученик Будды, не возрадуется почестям, но возлюбит одиночество» [5, 71]. В Ангуттара Никае сказано: «Вот монах, являющийся учеником, имеет множество заданий и обязанностей, он сведущ в различных хозяйственных делах, которые следует выполнять, поэтому он пренебрегает затворничеством и не посвящает себя внутреннему успокоению ума. Такова первая вещь, которая ведёт к упадку монаха, который является учеником» [8, 75]. Следуя указанию наставника, монахи тхеравады отказываются от мирских забот или пытаются сводить их к минимуму. В отличие от них, махаянские монахи в Китае и Японии, ссылаясь, например, на некоторые места из Лотосовой сутры, считают нормальным заниматься ремеслами [10, 188].

Все выше приведенные выдержки из сутр обращены к монахам. Для мирян же действует другая установка. Еще в своей первой проповеди Будда, говоря о благородном Восьмиричном Пути, называет пятым членом этого Пути «правильный способ поддержания жизни» [3, 115], что традиционно понимается как «воздержание от любых занятий и профессий, способных повредить благу других существ...» [2, 46]. В Ангуттара Никае 5.41 Будда, обращаясь к домохозяину-мирянину, говорит о том, как необходимо правильно тратить богатство. Он называет пять способов для его использова-

ния, чтобы впоследствии не было сожаления, даже если имущество уменьшится: 1) забота о членах своей семьи и прислуге; 2) помощь друзьям; 3) запасы на случай стихийных бедствий и других несчастий; 4) пожертвования родственникам, друзьям, умершим, правителям и богам; 5) поддержка искренних аскетов и священнослужителей [8, 36-37]. Причем в начале этой речи Будда говорит о том, что богатство это «благородный ученик приобрел, прилагая силы, усердием рук, в поте лица своего, праведным и честным путем...» [8, 36]. В Сигаловадда сутте (Дигха Никая 31), Будда также учит тому, как необходимо поступать с прибылью, об обязанностях мирянина в социуме [4]. Таким образом, связанные с экономикой представления, от правильных способов зарабатывать на жизнь до отношения к потреблению материальных благ, органично встроены в социальную жизнь и регламентируются установками, в основе которых лежат религиозные принципы.

Если продолжить разговор о мирянах тхеравадинских стран, то можно констатировать следующий факт: богатство рассматривается как естественная награда за заслуги согласно закону кармы [1, 207]. Однако важным является внутренняя установка обладателя богатства: осуждается стремление к его накоплению как жизненная стратегия, привязанность к богатству, но не равнодушное владение им. Также осуждается расточительство. «Монахи, есть два типа людей, которых трудно удовлетворить. Какие два? (1) Того, кто накапливает то, что он получает, и (2) того, кто расточает то, что он получает. Эти два типа людей трудно удовлетворить» [7, 86]. В Дигха Никае перечисляются различные непозволительные способы рассеивания богатства: пьянство, гулянье на улицах в неурочное время, частое посещение развлекательных мероприятий, азартные игры, порочные знакомства и безделье [4].

Равнодушное и бесстрастное обладание богатством, наоборот, может принести пользу, поскольку дает возможность его владельцу совершать религиозные подношения – дана, с помощью чего происходит перераспределение заслуг, являющееся важнейшим принципом социальной программы буддизма. Также можно констатировать факт: буддисты в южноазиатских странах чаще и охотнее инвестируют прибыль в их религию, а не в экономику.

В середине XX в. английский экономист Э. Ф. Шумахер, работая в Бирме, создает концепт «буддийской экономики», противопоставляя ему принципы экономики западной. В буддийской экономике, следуя вышесказанным установкам, ключевым является не охота за прибылью, не рост потребления как показатель благополучия, а его ограничение. «Буддийская экономика старается максимально удовлетворить потребности путем оптимального потребления, в то время как западная наука ориентирована на максимальное потребление с помощью оптимального производства» [6, 65]. Кроме того, буддийский принцип ненасилия распространяется не только на живых существ, но и на природные ресурсы, которые необходимы для роста

производства, но с которыми, согласно буддийскому мировоззрению, нужно поступать ответственно, ограничивая их использование.

Итак, в буддизме осуждается не обладание богатством, а жадность. Всячески поощряются щедрость и благотворительность. Материальное богатство само по себе не обладает самостоятельной ценностью, но и не является злом, мерзостью, чем-то недозволенным, непременно мешающим на пути к спасению, если им просто безучастно пользоваться, не стремясь к его постоянному накоплению.

1. Агаджанян А.С. Буддийский путь в XX веке: Религиозные ценности и современная история стран тхеравады. – М.: Наука. Издательская фирма «Восточная литература», 1993. – 295 с.
2. Альбедиль М.Ф. Буддизм. – СПб.: Питер, 2006. – 208 с.
3. Андросов В.П. Будда Шакьямуни. Современное истолкование древних текстов. – М.: Наука, 2001. – 508 с.
4. Дигха Никая 31. Сигаловада сутта. Беседа с Сигалой – кодекс дисциплины для мирянина. URL: <https://dhamma.ru/canon/dn/dn31.htm> (Дата обращения 12.12.2022).
5. Дхаммапада / пер. В.Н. Топоров. – М.: Издательство восточной литературы, 1960. – 161 с.
6. Шумахер Э. Малое прекрасно. Экономика для человека. – РСПИ, 2007. – 490 с.
7. Die Lehrreden des Buddha aus der Angereichten Sammlung / Nyanatiloka (übers.), I Band. – Aurum Verlag – Braunschweig, 1993. – 273 S.
8. Die Lehrreden des Buddha aus der Angereichten Sammlung / Nyanatiloka (übers.), III Band. – Aurum Verlag – Braunschweig, 1993. – 277 S.
9. Die Reden des Buddha. Mittlere Sammlung / Aus dem Pali-Kanon übersetzt von Karl Eugen Neumann. – Verlag Beyerlein – Steinschulte. – 1197 S.
10. Greschat Hans-Jürgen. Die Religion der Buddhisten. – Ernst Reinhardt Verlag: München, Basel, 1980. – 230 S.

*Шляхтенко Олег Дмитриевич, иерей*

*магистрант МицДА, Виленский Свято-Духов монастырь, Литва.*

## **Пирамида в Мяркине:**

### **обзор нового религиозного движения**

С крушением Советского Союза Литва приобрела политическую независимость, свободу слова, свободу совести. Это привело к чрезвычайной популярности индивидуальной религиозности и различных нетрадиционных альтернативных духовных практик. Одновременно с этим рост национального самосознания приводит с одной стороны к возрождению древних этнических религиозных практик и культов, а с другой - к вкраплению национального религиозного элемента в систему традиционных религиозных практик. В этих условия в национальном региональном парке Литвы близ местечка Мяркине появился культ Исцеляющей Пирамиды.

Профессор Алишаускиене, исследовавшая феномен Пирамиды, считает, что "строительство Пирамиды и события, окружавшие её, можно интер-

претировать, как рождение новой религии" [3, 37]. В становлении этого религиозного движения можно обозначить следующие важные моменты.

1. Повилас Жекас (1983г.р.), лидер и основатель движения, получил религиозное воспитание в традициях католической церкви. Это отразилось на его учении, важных объектах культа, атрибутах.

2. В 2002 году он ставит Пирамиду, посвящённую св. Троице, на своём участке и начинает рассказывать о своих видениях, о своём избранничестве, уникальности, а также об особой энергетической силе места, где было явление столпа света, которое "особым способом затронуло (трансформировала) саму территорию события. С того времени люди здесь постоянно чувствуют Божественную энергию и Божественную близость" [2]. Повилас обещал, что "во время молитвы и медитации они будут чувствовать близкую связь с Богом и набирать духовный опыт, вырастая духовно посетители возвратят и физические силы – будет много чудесных исцелений" [2]. На этом этапе Повиласа поддерживает семья, а также вокруг него начинает формироваться небольшой круг его последователей.

3. В 2003 году курия местного епископата разослала обращение к клирикам и мирянам, в котором характеризует новое движение Пирамиды, как синкретическое религиозное движение "New Age", которое с точки зрения социологии "не является сектой или культом, поскольку не имеет четкой организации..., вероучительной доктрины, которую надо было исповедовать. Это движение - гибрид духовных, социальных и политических сил" [4]. Письмо осуждает посещение Пирамиды, как грех.

4. В 2004 году выходит первая книга "Слово, освещающее мир". Не исключено, что причиной (или поводом) этой книги стали слова упомянутого обращения католического епископата к клиру о том, что движение Мяркинская Пирамида не имеет структуры и чёткой доктрины. Эта книга состоит из жизнеописания лидера движения, которое изложено так, чтоб напоминать агиографическую литературу, и второй части - "Познание", которая позиционируется, как " Слово Бога - Слово Правды" [1, 31]. В ней в форме диалога с Богом изложено учение культа, которое Жекас получил посредством откровения. В последствии в 2011 году появляется ещё три вероучительных публикаций: Конспект "Духовная информация" в 2х частях и Конспект "Грехи и добродетели".

5. В 2009 году происходит переломное событие, связанное с борьбой общины за право построить стеклянный геодезический купол над Пирамидой в национальном парке. Противление властей этой затее воодушевило последователей Повиласа Жекаса и организовало их и привело к тому, что община была официально зарегистрирована. Борьба за купол расценивалась многими последователями, как исповедание веры. Некоторые члены общины даже сравнивали власти, с советской властью, преследовавшей религию [3, 49].

6. В период с 2010 по 2015 годы на священной территории, где стоит Пирамида, Жекас устраивает ряд мест для поклонения, обозначенные по-

клонными крестами (распятиями). Эти места связаны с жертвами советских репрессий, похороненных здесь. Таким образом, в культ примешивается национальный мотив, связанный с идеей свободы от советского режима.

Учение Повиласа Жекаса

Учение далеко от системности и чёткости и представляет собой набор разрозненных христианских понятий, принципов, как нравственных, так и богословских, подвергнутых сильному влиянию со стороны идей движения "New Age" и откровений самого Жекаса. Внешне его культ напоминает традиции Католицизма. В первую очередь тем, что его Пирамида посвящена Св. Троице, а каждая грань в отдельности - конкретному Лицу Святой Троицы. В культе Пирамиды используются кресты, чётки, иконы, характерные для католической традиции. Так что при поверхностном знакомстве с Пирамидой может показаться, что вы находитесь в духовном центре Католической Церкви. Профессор Алишаускиене по этому поводу замечает: "подобная связь с христианством - это возможно стратегия легитимизации в социальном окружении, в котором доминирует католицизм" [3, 41]

Внутренне в самой сути учения от христианства остаются только некоторые общие понятия о Боге и частично нравственные категории. Можно обозначить несколько важных пунктов учения Повиласа, характеризующих его культ. В первую очередь - это цель человеческого бытия. "Познать Добро, Правду, Свет, развивать ощущение внутренней гармонии - цель человека и его души" [1, 31]. В этом процессе совершенствования Пирамида, разумеется, играет важную роль. Ещё два важных аспекта богословия Повиласа - место Бога и эсхатология. Бог, согласно откровению Жекаса, внутри каждого человека (хотя имеет форму овала и конкретное место во Вселенной). Впрочем, Бог не единственен. В конце времён, говорит откровение, души людей должны вернуться в их духи, духи вернуться к ближайшему господину Солнечной системы (Христу), Тот в свою очередь возвращается к владыке галактики, владыка галактики к богу Мира (который и говорит к Повиласу), а бог Мира к владыке Вселенной и так далее до Самого Отца [5, 46].

Богословие Повиласа, хотя и публикуется на сайте культа и известно его последователям, не является обязательным для исповедания всем, пользующимся Пирамидой для совершенствования и гармонии. Посетители могут даже не знать того, чему учит культ Пирамиды. Для посетителей есть ряд внешних предписаний: план, как надо себя вести в Пирамиде, чтоб получить божественную силу, ощутить Бога. Этот перечень внешних действий вообще не связан с богословием культа, он скорее напоминает магические действия, которые должны "сработать" независимо от внутреннего изменения человека от зла к добру и свободы Бога. Под духовным очищением здесь подразумевается скорее не реальное изменение мыслей человека, а процесс внушения себе определённых ощущений и мысленных образов.

Феномен Мяркинской Пирамиды (её успех и эволюция) интересны тем, что в нём эзотерические и оккультные идеи трансформировались в традиции и идеи, знакомые местному населению и приняли особую национальную

форму. Его трудно определить по принципу - секта/ культ, поскольку, как пишет профессор Милда Алишаускиене, в нём есть элементы и того и другого. Как секта - религия Повиласа вышла из среды Католической Церкви и получила крайне негативную оценку последней, можно сказать запрет на культивирование. Но, как культ, она имеет слабую структуру, лишённую постоянства [3, 40].

1. Жекене, О. Слово, освещающее мир / О. Жекене, П. Жекас. - Литва, 2004. - 46 с
2. Исцеляющая Пирамида в Литве [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://merkinespiramide.lt/ru/glavnaya/>. - Дата доступа: 2019.11.26
3. Ališauskienė, M. Catholic Pyramid? Locating the Pyramid of Merkinė Within the Field of Religion and Beyond / M. Ališauskienė. // Nova Religio. Journal of Alternative and Emergent Religions. - 2017. - #3. p - 36-56.
4. Žeižienė E. Laiškas kunigams dėl Česukų piramidės [Электронный ресурс] / E. Žeižienė // XXI amžius. - 2003. - #34. - Режим доступа: [http://www.xxiamzius.lt/archyvas/xxiamzius/20030502/orae\\_03.html](http://www.xxiamzius.lt/archyvas/xxiamzius/20030502/orae_03.html) / Дата доступа: 2019.11.25
5. Žėkienė O. Žodis apšviečia pasaulį. O. Žėkienė, P. Žėkas. - Merkinės sen., Česukų km., 2004. p - 63.



## Оглавление

<i>Авдей Ольга Васильевна</i>	<b>Экономическая стратификация как одно из условий развития гражданского общества</b> .....	3
<i>Агеенкова Екатерина Кузьминична</i>	<b>К вопросу полемики о принадлежности к буддизму центров Карма Кагью, созданных О. Нидалом</b> .....	5
<i>Андреев Анастасия Андреевна</i>	<b>Основные задачи современного образования</b> .....	7
<i>Артёмов Роман Юрьевич, иерей</i>	<b>Священник в реанимации: практика духовной помощи</b> .....	10
<i>Базылева Полина Александровна</i>	<b>Музыкальное искусство и молитва в белорусской армии (к постановке проблемы)</b> .....	13
<i>Безуглая Виктория Александровна</i>	<b>Нейромаркетинг как инструмент управления потребностями в обществе потребления</b> .....	15
<i>Белоусов Константин Юрьевич</i>	<b>Корпоративная социальная ответственность российских компаний: формирующиеся тренды в области устойчивого развития</b> .....	18
<i>Ван Мэнжун</i>	<b>Генезис художественного текста европейской музыкальной культуры</b> .....	21
<i>Гапличник Наталья Юрьевна</i>	<b>Претворение традиций лицевого шитья и народной вышивки в современной вышитой иконе: творчество Г.П. Курносой</b> .....	24
<i>Голубев Константин Иванович, иерей</i>	<b>Христианское понимание труда в работах священномученика Владимира (Богоявленского)</b> .....	26
<i>Голубев Константин Иванович, иерей</i>	<b>Высшее образование как общественное благо</b> .....	28
<i>Грдзелишвили Нодар Шалвович</i>	<b>Демографические проблемы населения высокогорных регионов Грузии</b> .....	30
<i>Грдзелишвили Нодар Шалвович</i>	<b>Некоторые особенности ресурсной базы и оценки развития туризма в регионах Грузии</b> .....	33
<i>Гриб Николай Дмитриевич</i>	<b>Японская Православная Церковь в годы русско-японской войны</b> .....	35

<i>Густова-Рунцо Лариса Александровна</i>	
<b>Художественная трактовка священных текстов в православном богослужении белорусской Церкви</b> .....	40
<i>Данилов Андрей Владиленович</i>	
<b>Религиозная коммуникация и религиозный рынок</b> .....	42
<i>Дашкевич Мария Александровна</i>	
<b>Свойства малобюджетных маркетинговых коммуникаций в рамках рекламных компаний</b> .....	45
<i>Дудкин Вадим Леонидович, иерей</i>	
<b>Корпоративная социальная ответственность: особенности трактовки в Европе и США</b> .....	48
<i>Еловая Елена Михайловна</i>	
<b>Инструментарий и особенности применения геобрендинга как коммуникационной технологии</b> .....	50
<i>Ещенко Сергей Анатольевич</i>	
<b>Практические проблемы регулирования механизма исчисления прибыли застройщика в долевом строительстве</b> .....	53
<i>Кирко Артемий Сергеевич, иерей</i>	
<b>Учение о браке митрополита Михаила (Десницкого) (1761-1821)</b>	54
<i>Кольда Андрей Иванович, иерей</i>	
<b>Особенности православной миссии в информационном интернет-пространстве</b> .....	57
<i>Кудаш Денис Сергеевич</i>	
<b>Совладающее поведение студентов духовной семинарии</b> .....	59
<i>Куделич Галина Петровна</i>	
<b>Идентичностный бриколаж, религии и новый тип социальных связей</b> .....	61
<i>Лемещенко Петр Сергеевич</i>	
<b>К столетию образования СССР: краткий теоретико-экономический дискурс</b> .....	64
<i>Лепин Сергей Леонидович, протоиерей</i>	
<b>Фарисейская традиция рукоположений и иерархическое священство Нового Завета</b> .....	70
<i>Лермонтова Мария, монахиня (Лермонтова Татьяна Николаевна)</i>	
<b>Проблема равенства человеческих личностей мужчины и женщины в свете проблемы троичного догмата</b> .....	75
<i>Литвиненко Даниил Викторович</i>	
<b>Современные подходы к мотивации персонала</b> .....	77
<i>Лукин Сергей Владимирович</i>	
<b>Библейские идеи о разнородности денег и имущества</b> .....	80
<i>Лю Цзин</i>	
<b>Создание ландшафтного пространства в традиционных китайских садах в рамках концепции пяти элементов и концепции инь-ян</b> .....	81
<i>Малова Маргарита Олеговна</i>	
<b>Философия и искусство в кашмирском шиваизме: современный взгляд</b> .....	84

<i>Маляренко Александр Владимирович</i>	
<b>Инфляционные ожидания как фактор институционального доверия и трансформации макроэкономической политики .....</b>	<b>86</b>
<i>Мартинovich Владимир Александрович</i>	
<b>К вопросу о количестве новых религиозных движений.....</b>	<b>88</b>
<i>Медведева Виктория Руслановна</i>	
<b>PR в комплексе маркетинговых коммуникаций современной организации.....</b>	<b>90</b>
<i>Новик Алина Александровна</i>	
<b>Цифровая трансформация логистических бизнес-моделей .....</b>	<b>92</b>
<i>Новиков Михаил Николаевич, иерей</i>	
<b>Роль священнослужителя в социально-экономической реадaptации граждан, находящихся в лечебно-трудовых профилакториях Республики Беларусь.....</b>	<b>96</b>
<i>Ожигина Вера Владимировна</i>	
<b>Институциональный уровень системы интеграционных отношений .....</b>	<b>98</b>
<i>Павленко Денис Алексеевич</i>	
<b>Духовная образовательно-просветительская работа как одно из перспективных направлений тюремного служения Белорусской Православной Церкви .....</b>	<b>101</b>
<i>Пашкевич Илья Анатольевич</i>	
<b>Экзегетические особенности трудов Оригена .....</b>	<b>107</b>
<i>Переунов Александр Александрович</i>	
<b>Семья как духовный союз.....</b>	<b>109</b>
<i>Петрович Вероника Сергеевна</i>	
<b>Маркетинговое управление конкурентоспособностью товара ..</b>	<b>111</b>
<i>Пушкин Сергей Николаевич</i>	
<b>Евразийцы о постреволюционной России .....</b>	<b>116</b>
<i>Рунцо Дмитрий Владимирович</i>	
<b>Христианство и культурная глобализация в современном мире.....</b>	<b>118</b>
<i>Рязанова Светлана Владимировна</i>	
<i>Митрофанова Анастасия Владимировна</i>	
<b>Закрытое религиозное сообщество: два взгляда на одну обитель (на примере Покровской обители г. Перми) .....</b>	<b>121</b>
<i>Сорокоходов Александр Андреевич</i>	
<b>Учение о семье в нравственной системе Климента Александрийского.....</b>	<b>121</b>
<i>Сподобаева Елизавета Игоревна</i>	
<b>Построение стратегии выхода компаний на зарубежные рынки</b>	<b>123</b>
<i>Сюз Цзе</i>	
<b>Образ преподобной Евфросинии Полоцкой в современной белорусской живописи и графике.....</b>	<b>129</b>
<i>Усский Владимир Николаевич</i>	
<b>«Подрывные» технологии в трактовке Клейтона Кристенсена и Клауса Шваба.....</b>	<b>131</b>

<i>Фадеев Андрей Юрьевич, прот.</i>	
<b>Конструирование реальности в рамках концепции культовой среды.....</b>	<b>133</b>
<i>Федоров Олег, иерей</i>	
<b>Антропософские основания вальдорфской педагогики .....</b>	<b>136</b>
<i>Филиппович Алексей Валентинович</i>	
<b>Сущность и основные черты христианской теософии.....</b>	<b>138</b>
<i>Харитонашвили Джемал Васильевич</i>	
<b>Поиск альтернативной модели экономического развития.....</b>	<b>140</b>
<i>Хорольская Елизавета Дмитриевна</i>	
<b>Мимикрия бренда как маркетинговая стратегия в условиях рыночной экономики .....</b>	<b>141</b>
<i>Чайковская Юлия Валерьевна</i>	
<b>Анализ транспортно-логистического комплекса ЕАЭС.....</b>	<b>144</b>
<i>Шатило Александра Борисовна</i>	
<b>Рекламная кампания как инструмент продвижения товаров и услуг организации .....</b>	<b>149</b>
<i>Шатравский Сергей Иосифович</i>	
<i>Кочанова Ольга Анатольевна</i>	
<b>Религиозные практики как способ интеграции общества .....</b>	<b>152</b>
<i>Шатравский Сергей Иосифович</i>	<i>155</i>
<b>Влияние буддизма на принципы построения экономики на примере стран тхеравады .....</b>	<b>155</b>
<i>Шляхтенко Олег Дмитриевич, иерей</i>	
<b>Пирамида в Мяркине: обзор нового религиозного движения ....</b>	<b>157</b>

*Научное издание*

## **Социум и христианство**

Сборник статей участников  
VII Международной научно-практической конференции  
28–30 января 2023 г., Минск

*Редакция:*

иерей Константин Голубев, Лемещенко П. С.,  
Лукин С. В., Мартинович В. А.

*Технический редактор*

Л. А. Волкова

*Ответственный за выпуск*

А. В. Слесарев

Подписано в печать 04.01.2023. Формат 60х84<sup>1/16</sup>.  
Печать цифровая. Бумага офсетная.  
Усл. печ. л. 9,59. Уч.-изд. л. 11,05. Тираж 53 экз.  
Заказ 864.

РО «Минская духовная академия имени Святого Кирилла Туровского  
Белорусской Православной Церкви (Белорусского Экзархата  
Московского Патриархата)».

Свидетельство о ГРИИРПИ № 1/478 от 30.09.2015.

Ул. Зыбицкая, 27, 220030, г. Минск.

Тел./ факс: (017) 327-59-06. E-mail: secretariat.minda@yandex.ru

Отпечатано с готового оригинал-макета в ООО «Ковчег»

Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий

№ 1/381 от 01.07.2014

Ул. Л. Беды, 11/1-205, 220040 г. Минск.

Тел./факс: (017) 379 19 81, email: kovcheg\_info@tut.by Instagram:  
kovcheg\_info, Facebook: infoKOVCHEG