

Иванов Д.А.

Кандидат философских наук

МГПУ (СФ) (Московский городской

педагогический университет,

Самарский филиал)

Самара

Использование методов Паблик Рилейшнз деструктивными религиозными организациями.

Религиозность в современных условиях.

Перед гуманитарными науками в последнее время стоит целый ряд вопросов, касающихся взаимодействия общества и религии: какую роль в его функционировании современного общества играет религии, какое место они занимают в решении проблем общества и государства, идет ли секуляризация или клерикализация?

Характеризуя религиозную ситуацию в США и Западной Европе, социологи часто применяют термин "религиозный супермаркет"[1]. В указанных регионах человек оказывается в уникальной ситуации выбора между традиционными религиями и так называемыми новыми религиозными движениями (НРД). Число НРД, будь то экзотические культы, ответвления традиционных религий или полностью оригинальные движения, пытающиеся совместить веру и достижения современной науки, постоянно растет. Причины роста НРД

Рост безработицы, инфляции, стоимости жизни, широкое распространение преступности, алкоголизма, наркомании, разгул терроризма, пагубное воздействие индустрии на окружающую природную среду, страх перед ядерной катастрофой все это вызвало сдвиги в общественном сознании, породив представление о том, что обществом распоряжаются какие-то иррациональные силы.

Отдельного внимания заслуживают экономические и культурные факторы. Уже длительное время философы и культурологи предсказывали и ожидали кризис общества потребления. Этот кризис происходит и выражается в том, что потребление натолкнулось на чисто технические трудности: достигнут максимально возможный при современном развитии цивилизации уровень жизни, технические и информационные ресурсы, доступные людям, не используются в полной мере. Иными словами – потреблять больше нечего. Но для комфортного существования человеку в обязательном порядке нужны какие-то цели, и такой целью может стать, в том числе религия. При переходе к т.н. «духовному потреблению» традиционные религии испытывают давление со стороны НРД.

Кризис общества потребления косвенно затрагивает и Россию. Совершенно естественным является ситуация, когда экономика развивающейся страны не может обеспечить большинству населения западные стандарты жизни. Однако население, под воздействием ряда информационных продуктов, уже ориентировано именно на западные стандарты и имеет повышенные притязания(это касается в большей степени молодёжи, но именно молодёжи будет формировать облик страны и общественное мнение в ближайшем будущем). Когда указанные притязания не оправдываются, неизбежно возрастает социальная напряжённость. Снятию состояния депривации могут и будут помогать как традиционные так и новые религиозные движения.

Новые религиозные движения чутко реагируют на насущные потребности современных обществ, и отталкиваются от них в своей пропагандистской деятельности. К таким проблемам относятся, например, экологические угрозы, опасность ядерной катастрофы, увеличение количества рисков[6] и необходимость овладения методами психорегуляции и саморазвития личности и др. Указанные проблемы не могут быть в полной мере решены государством или рыночными структурами современного общества, но, тем не менее, они жизненно необходимы всей системе в целом. С другой стороны, удовлетворение многих видов потребности прямо или косвенно грозит

снижению работоспособности и даже разрушению общественной системы. Примеры наркомания, курение, алкоголизм, проституция, порнография и т.п.[1].

В сложившейся исторической ситуации, акторы экономической сферы не ставят задачей способствовать гармонизации и оздоровлению общественной жизни, а государственные инстанции столкнулись с целым рядом новых проблем, требующих специфического инструментария (например, терроризм, от которого современные государства не могут защищаться имеющимися средствами), новые религиозные движения берут свой психологический и пропагандистский реванш.

Изменения в картине религиозных предпостений вызывают интерес как у представителей традиционных вероисповеданий, так и у академических ученых, причем, как правило, оценки этому явлению даются совершенно различные. Мы постараемся избежать эмоциональной оценки анализируемых далее религиозных организаций, а сосредоточимся на конкретных примерах их идеологической работы.

Не следует забывать, что сектантство не настолько опасное явление, как принято считать. Даже если не бороться с сектами, они просто физически не в состоянии охватить более 10% населения. В нашей стране такая "группа риска" составляет около 4-5 процентов[5]. Даже если человек не принадлежит к общине традиционной религии, но имеет трезвый ум, в секту он никогда не попадет, сколько его не вербуй.

Конкретные методики PR в деятельности новых религиозных организаций.

"Рансеньеман Женеро" - спецслужба МВД Франции, занимающаяся, в частности, наблюдением за сектами, сформулировала десять критериев секты:

- дестабилизация сознания;
- непомерные финансовые притязания (поборы);
- навязывание разрыва с прежним окружением;
- покушения на физическое здоровье;
- вербовка детей;

- антиобщественные высказывания;
- нарушения общественного порядка;
- привлечение к суду или следствию по серьезным обвинениям;
- нарушение норм экономической деятельности (утаивание средств);
- попытки проникновения во властные структуры[2].

Эти критерии интересны, прежде всего, тем, что они являются первой попыткой законодательно зафиксировать понятие «секта». Однако, указанные критерии достаточно расплывчаты, чтобы их можно было обойти, или наоборот, использовать их для давления на обыкновенные некоммерческие организации. В отечественном законодательстве вопрос о сектах и деструктивных религиозных организациях обстоит несколько иначе. Законодательно закреплён религиозный плюрализм, а деление религий на «традиционные» и «нетрадиционные» не даёт сколь ни будь полезных результатов. В связи с этим термин «новые религиозные организации» является наиболее приемлемым.

Изучение приёмов Паблик Рилейшнз в пропагандистской деятельности Деструктивных религиозных организаций может приблизить ответ на более насущный вопрос о влиятельности и эффективности вербовочных механизмов подобных организаций. СО являются значительной и важной частью информационной работы любой организации и способны значительно влиять на общественное мнение. Под PR мы в дальнейшем будем понимать – усилия направленные на то, чтобы убедить общественность изменить свой подход или свои действия, а также усилия, направленные на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности, и наоборот[7;24].

Для иллюстрации приёмов PR-деятельности будут использованы описания методик применяемых организациями, которые признаны деструктивными. В качестве примера рассмотрим деятельность трёх организаций: Свидетели Иеговы, Церковь Сайентологии и Новый Акрополь.

Свидетели Иеговы – одна из самых старых деструктивных религиозных организаций. Эта организация была основана в США около 1872 года и на

сегодняшний день является одной из крупнейших НРД. Методы пропаганды и миссионерской работы этой организации ограничиваются традиционными средствами.

Первым и наиболее эффективным в индустриальную эпоху является, безусловно, метод личных контактов: «Посещение частных домов, квартир, учреждений, предприятий, обращение к прохожим на улице, соседям, коллегам по работе и т.п. осуществляются массированным образом «по квадратам» подобно тому, как менеджер обходит все точки, где он может предложить свой товар»[3]. Эффективность межличностных контактов не ставится под сомнение, однако, в России люди не склонны общаться на околорелигиозные темы с посторонними людьми. Это объясняется как особенностями традиции, так и напряжённой криминогенной обстановкой. По этому вербовка на улице, скорее всего не является основным каналом распространения информации.

Наиболее разработанным методом информирования о своём учении для Свидетелей Иеговы является распространение литературы, в том числе периодики. По данным А. Дворкина с 1920 по 1996 г. в мире было издано и распространено свыше 9 миллиардов экземпляров книг, журналов и брошюр более чем на 200 языках[4;138]. Эти данные прекрасно показывают объёмы распространяемой литературы. Следует также отметить, что печатная продукция издаваемая Свидетелями Иеговы прекрасно иллюстрирована, написана простым и понятным языком, но совершенно не соответствует культуре той страны в которой распространяется. И текст и картинки воспринимаются как «западные» и «чужие», поскольку во-первых, скопированы с американских образцов, а во-вторых, изготовлены индоктринированными людьми, которым необычайно трудно учитывать точку зрения светского обывателя.

Интернет страничка Свидетелей Иеговы, на первый взгляд выполнена на высоком техническом уровне. Поражает внимание яркость графического оформления, которое, при этом, не перегружает сайт. Названия материалов броские и яркие. Особого упоминания достойна поддержка множества языков в

том числе на сайте доступно видео на языке жестов. Однако, сайт страдает теми же недостатками, что и печатная продукция, и даже в чём-то усиливает их. Половина материалов, освещающих интересные этические вопросы (например, межличностные отношения), рассчитаны на самих Свидетелей, а не на внешние аудитории.

Методы Паблик Рилейшнз Свидетелями Иеговы практически не освоены. Это утверждение легко иллюстрируется через рассмотрение двух важных аспектов: паблисита (создание привлекательного имиджа через материалы СМИ) и специальные мероприятия. Получить положительные публикации в СМИ или добиться освещения своих мероприятий Свидетели Иеговы на территории России практически не могут. Большинство изданий относится к этой организации предвзято, поскольку образ СИ «секты» уже сформировался.

Представители Международной церкви Сайентологии, в отличие от предыдущей организации, освоили несколько более широкий спектр PR-методик. Сайентология была разработана Л. Роном Хаббардом. В 1954 году в Лос-Анжелесе была создана церковь Сайентологии.

Приведём мнение А. Дворкина, который утверждает: «главное в сайентологии – это чрезвычайно эффективный, агрессивный, напористый и навязчивый маркетинг»[4;163]. С этим мнением можно частично согласиться, поскольку именно маркетинговые, а не PR приёмы более характерны для сайентологов.

В 1996 г. Рон Хаббард написал: "Помните: церкви обычно воспринимаются как группы, занимающиеся социальным служением. И мы должны действовать как группа, занимающаяся социальным служением"[8], таким образом, ещё основатель организации пытался учитывать интересы общественности. Из арсенала СО сайентологи применяют такую методику как создание специальных организаций. В пример можно привести наиболее известную сайентологическую организацию - «Нарконон» - которая направлена как на лечение и профилактику наркотической зависимости[11], так и на пропаганду доктрины организации. Кроме того, деятельность по борьбе с наркоманией

способствует повышению позитивного имиджа Наркокона. Однако, эффективность «Наркокона» с точки зрения формирования имиджа не может оцениваться как высокая. Наркокон не всегда ассоциируется с Сайентологией, и кроме того, во многих странах (в т.ч. в России) деятельность Наркокона признана ненаучной, что не прибавляет популярности этой организации. Ещё одной организацией, которая представляет определённый интерес является Международный фонд «Молодёжь за права человека», который в отличие от Наркокона, ещё не успел себя дескредитировать.

Церковь Сайентологии представлена на нескольких Интернет страничках. Российский сайентологический сайт создан, судя по всему, любителем и, с точки зрения дизайна и оформления является весьма посредственным. Зато именно на этом сайте представлена ссылка на сайентологический видеоканал. Разумеется, по чисто техническим причинам создание полноценного видеоканала очень затруднено, но на указанном ресурсе размещено около 80 роликов на русском языке. Ролики освещают основные пропагандистские направления церкви Сайентологии.

Официальный сайт выполнен на более высоком техническом уровне. Но информация, размещённая на этом ресурсе является практически дословным переводом англоязычного сайта и вряд ли будет восприниматься российскими читателями позитивно. В качестве примера приведём следующее высказывание: «Саентологические священники исполняют большинство традиционных обрядов и служб, характерных для большинства религий, но кроме того, саентологические священники предоставляют те услуги, которые существуют исключительно в саентологических церквях.»[9]. Далёко не каждый житель России способен воспринять проведение обряда как услугу.

Организация «Новый Акрополь», позиционирующая себя как культурная ассоциация, была основана в 1957 г. Вопрос о принадлежности НА к деструктивным религиозным организациям ставится многими авторами под сомнение. НА функционирует как общественная организация, ведущая «общественную, просветительную, экологическую и благотворительную»[10]

работу. В задачи статьи не входит однозначная классификация этой организации как деструктивной. PR-деятельность НА будет рассмотрена в качестве одного из блестящих примеров по работе с общественным мнением.

Одной из наиболее удачных мер НА, является распространяемая бесплатно газета «Форточка». Это относительно небольшое издание содержит несколько небольших статей на различные темы, а также цитаты известных исторических личностей и анекдоты. К газете почти всегда прикрепляется приглашение на лекции о философии и истории древних цивилизаций. Особенности данного издания является лёгкий литературный стиль, правильная вёрстка и удобный формат. «Форточка», безусловно, является привлекательной для целого ряда аудиторий, прежде всего для молодёжи и интеллигенции.

Работа со СМИ в НА организована достаточно профессионально. На сайте представлено 69 материалов различных СМИ о деятельности Нового Акрополя. Следует отметить, что деятельность НА освящают в основном региональные СМИ («Вечерняя Москва», «Самарские известия»).

Но особого внимания заслуживают специальные мероприятия, проводимые членами НА. К таким мероприятиям относятся: Программа «Музей своими руками», регулярные экологические акции (уборка территорий парков), благотворительные и историко-краеведческие акции (например, «Красная книга крепостей»). Все мероприятия проводятся на добровольческой основе и затрагивают важные вопросы существования российского общества, а значит, имеют возможность вызвать общественный резонанс.

Вывод, к которому мы приходим, рассмотрев перечисленные выше примеры достаточно прост. На PR-активность новых религиозных организаций влияют два фактора: возраст их существования и та роль, в которой видят себя сами члены организации. Так Свидетели Иеговы, являясь наиболее старой из перечисленных организаций и позиционирует себя как религиозная организация. Методы работы с общественностью у иеговистов «законсервированы» на эпохе начала XX века. На другом полюсе находится «Новый Акрополь». Эта организация позиционирует себя как общественная и

имеет значительно большую свободу действий. Кроме того, PR-методы НА приближены к современным. Продолжив эту тенденцию в будущее можно предположить, что религиозные организации, которые появятся в XXI веке будут использовать значительно более широкий арсенал PR-методов и более эффективно взаимодействовать с общественностью.

Сноски

1. Балагушкин Е.Г. Нетрадиционные религии в современной России. // <http://ru.philosophy.kiev.ua/iphras/library/bal/index.html>
2. Бангерский А. Франция объявила войну сектам. // НГ Религии N 12 (58) 28.06.2000
3. Галицкая И. А., Метлик И.В. Экспертное заключение по содержанию вероучения и практике деятельности религиозной организации «Свидетели Иеговы» // <http://www.iriney.ru/sects/witness/007.htm>
4. Дворкин А., Сектоведение. Нижний Новгород., 2000.
5. Минин С. Пророки, жаждущие власти. Представители новых религий обладают особой сектантской психологией, считает Роман Силантьев // НГ Религии N 17 (170) 16.11.2005
6. О рисках в современном обществе см., например: Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000.
7. Чумиков А.П., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб.пособие. М., 2006. С. 24.
8. Комментарий к приказу министра, "Метафразис", N25(46), 21-27 июня 1996г. // <http://nodrugs.ksu.ru/info/1-5.html>
9. Цитата с сайта <http://www.scientology.org.ru/html/part04/index.html>
10. Цитата с сайта <http://newacropol.ru/na/about/>
11. Научность и эффективность методик «Нарконона» - тема отдельного исследования и в данной статье рассматриваться не будет.