



СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ НОВЫХ РЕЛИГИОЗНЫХ ДВИЖЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В. А. МАРТИНОВИЧ¹⁾

¹⁾Минская духовная академия, ул. Зыбицкая, 27, 220030, г. Минск, Беларусь

Анализируются средства коммуникации новых религиозных движений в Республике Беларусь. Отмечается, что ввиду высокого уровня закрытости подавляющего количества новых религий для анкетирования, интервью, наблюдения и эксперимента их средства коммуникации с обществом являются наиболее доступным для исследования документальным источником первичной социологической информации. В рамках мониторинга конфессионального пространства страны, проводившегося с 1997 г., собрана информация о 1113 новых религиозных движениях. Документально зафиксированы средства коммуникации, используемые ими для трансляции религиозных идей и учений, в том числе в публичном пространстве Республики Беларуси. Выявлен ряд методологических проблем, связанных с анализом средств коммуникации новых религиозных движений. Установлена частота обращения новых религий к печатным СМИ, интернету, листовкам, книгам и специализированным периодическим изданиям. В зависимости от целевой аудитории все средства разделены на внутренние, внешние и универсальные. Проанализирована степень информативности внешних и универсальных средств, в том числе для научного анализа. Отмечено, что открытость новых религиозных движений для общества, предполагающая раскрытие новыми религиями значительной части внутренней информации, не означает автоматического признания и принятия социума, готовности к конструктивному диалогу с ним. Выявлена связь между типом новых религиозных движений по структуре и количеством используемых ими средств коммуникации. Установлено минимально доказуемое количество новых религиозных движений, заявляющих о себе в публичном пространстве посредством доступных для широких слоев населения средств коммуникации.

Ключевые слова: средства коммуникации; новые религиозные движения; печатные СМИ; листовки; нетрадиционная религиозность; анализ документов.

MEANS OF COMMUNICATION OF NEW RELIGIOUS MOVEMENTS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

V. A. MARTINOVICH^a

^aMinsk Theological Academy, 27 Zybickaja Street, Minsk 220030, Belarus

This article is devoted to the analysis of the means of communication of new religious movements in the Republic of Belarus. Due to the high level of closeness of the overwhelming number of new religions for questioning, interviews, observation and experiment, their means of communication with society are the most accessible documentary source of primary sociological information for research. As part of the monitoring of the confessional space of the country, conducted since 1997, information was collected on 1113 new religious movements. The means of communication used by them to broadcast religious ideas and teachings, including in the public space of the Republic of Belarus, are documented. A number of methodological problems related to the analysis of the means of communication of new religious movements are identified. The frequency of appeals of new religions to print media, the Internet, leaflets, books and specialised periodicals has been

Образец цитирования:

Мартинovich ВА. Средства коммуникации новых религиозных движений в Республике Беларусь. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология*. 2021;3:75–83.
<https://doi.org/10.33581/2521-6821-2021-3-75-83>

For citation:

Martinovich VA. Means of communication of new religious movements in the Republic of Belarus. *Journal of the Belarusian State University. Sociology*. 2021;3:75–83. Russian.
<https://doi.org/10.33581/2521-6821-2021-3-75-83>

Автор:

Владимир Александрович Мартинович – доктор теологии, кандидат социологических наук; заведующий кафедрой апологетики.

Author:

Vladimir A. Martinovich, doctor of science (theology), PhD (sociology); head of the department of apologetics.
nrm2@yandex.ru





established. The entire set of means, depending on the target audience, is divided into internal, external and universal. The degree of informativeness of external and universal means of communication for scientific analysis, is analysed. It is noted that the openness of the new religious movements to society, which implies the disclosure of a significant part of their internal information, does not automatically mean recognition and acceptance of society, readiness for a constructive dialogue with it. The connection between the type of structure of the new religious movements and the number of different means of communication used by them is revealed. The minimum provable number of new religious movements working in the public space through means of communication accessible to the general population has been established.

Keywords: means of communication; new religious movements; printed media; leaflets; unconventional religiosity; documentary analysis.

Введение

Существует большое количество исследований, посвященных проблематике отношения новых религиозных движений (НРД) к обществу в целом и его институтам в частности [1–5]. Классификации такого отношения с разной степенью точности определяют его специфику [6]. Исследователями глубоко проанализированы отдельные НРД в многообразии их взаимодействий с миром [7; 8]. Однако без внимания остаются средства коммуникации, посредством которых НРД транслируют в общество свои религиозные идеи и учения. Несмотря на то что известен перечень средств коммуникации отдельных НРД, нет ответов на ключевые вопросы по этой теме для репрезентативных выборок НРД, т. е. на макроуровне анализа. Необходимо изучить, какие средства коммуникации используются, какова частота обра-

щения к ним разных НРД, а также соотношение друг с другом. Анализ средств коммуникации, наиболее активно использующихся разными НРД, приобретает особое значение с учетом высокого уровня их закрытости для анкетирования, интервью, наблюдения и эксперимента. Данные средства коммуникации являются наиболее доступным для ученого документальным источником первичной социологической информации на эту тему. Вслед за тезисом М. Маклюэна о том, что средство коммуникации есть сообщение, представим наши рассуждения на тему значения самих средств коммуникации НРД безотносительно их содержания [9]. Настоящая статья является введением в заявленную проблематику и не может претендовать на полноту охвата темы и анализ всех релевантных для нее вопросов.

Разновидности средств коммуникации НРД

Необходимо проводить различие между каналами и средствами коммуникации. Под каналом коммуникации следует понимать путь, маршрут трансляции сообщения от источника к одному или более получателям. Средством коммуникации выступает совокупность способов, а также технических и иных приспособлений, посредством которых осуществляется трансляция сообщения. Речь, жест, письмо, книга, афиша, телеприемник, интернет относятся к средствам коммуникации. Всю совокупность средств коммуникации НРД можно разделить по разным основаниям на следующие группы:

1) по целевой аудитории: внутренние (рассчитанные только на членов НРД), внешние (используемые только для коммуникации с обществом), универсальные (рассчитанные на использование внутри и вне организации одновременно);

2) по характеру транслируемого содержания: религиозные и нерелигиозные;

3) по вариантам использования НРД: одиночные (представленные только одной группой средств коммуникации) и комбинированные (представленные двумя и более группами).

Все НРД имеют внутренние средства коммуникации, но не у всех есть внешние и универсальные. Не все коммуникации НРД имеют религиозное содер-

жание. Наконец, не все НРД пользуются всеми доступными для них средствами коммуникации. Настоящее исследование посвящено анализу внешних и универсальных средств коммуникации НРД, применяемых для трансляции исключительно религиозного контента в одиночном и комбинированных вариантах использования.

Совокупность известных НРД любой страны не распределена по типам отношения к обществу и используемым средствам коммуникации. Ни для одной страны ученые с достоверностью не могут определить, какие конкретно средства коммуникации НРД используют чаще всего. Тем более не установлена связь между типом НРД по структуре и содержанию со спецификой отношения организации к обществу и/или возможным набором используемых средств коммуникации. Не доказано существование связи между количеством и спецификой средств, используемых НРД, и особенностями их отношения к обществу. Сохраняя ярко негативное отношение к миру, НРД может как активно распространять свои идеи с опорой на разные средства коммуникации, так и максимально дистанцироваться от любых контактов с миром. Так, представители Великого Белого Братства во время своего наиболее острого конфликта с обществом в 1991–1993 гг.,



когда оно предрекало конец света и полное уничтожение всего мира, активно проповедовали на улицах, распространяли литературу, развешивали листовки, давали рекламные объявления в белорусской прессе. Пензенские затворники ожидали конца света в землянках и не пытались воспользоваться средствами массовой коммуникации. В то же время НРД может достаточно хорошо относиться к обществу, но табуировать общение с миром на религиозные темы. Это касается значительного числа оккультно-мистических НРД. Члены таких групп являются гражданами, полностью интегрированными в жизнь общества. Однако они нигде, никогда и ни в какой форме не обсуждают религиозные темы, не распространяют учение НРД, никому не сообщают о факте существования НРД и своего членства в нем. Такие сообщества незаметны как отдельные общественные акторы. Они пытаются влиять на общество не проповедью своих идей, а формированием мировоззрения, системы ценностей и поведения своих последователей. Тем не менее можно предположить, что большое количество разных средств коммуникации является основным маркером стремления НРД донести какую-то информацию до мира. При этом содержание ее может быть разным: от агрессивного отторжения до попытки конструктивного диалога.

Средства коммуникации НРД обладают разной степенью информативности. Универсальные средства часто содержат достаточно важную информацию о религиозных движениях. Их использование является одним из маркеров открытости НРД к обществу, так как сторонним наблюдателям предлагается возможность изучать те же материалы, которыми пользуются члены НРД. Универсальные средства часто содержат много полезной для исследования информации и делают НРД более доступными для научного анализа. Отпадает необходимость в дополнительном сборе данных, контакте ученого с НРД – таким образом экономится время. Иначе обстоит ситуация с внешними средствами, которые по своей сути являются указателями, направляющими внимание человека на НРД. Их основное содержание сводится к ссылке на НРД, при установлении контакта с которым человек получает дополнительную информацию. Нередко вся информация сводится к анонсу встречи на религиозную тему с указанием названия религиозной организации и места собрания. Внешних средств достаточно для проведения исследования только в ситуации, когда социолог предварительно знаком с рекламирующим себя НРД, а краткая информация в печатных СМИ интегрируется им в массив иных данных по этой же организации. В противном случае реклама с выходными данными организации будет являться одновременно единственным источником информации об НРД. Она также может быть полезна при проведении самых неприятных по своим

целям исследований, например для установления самого факта деятельности множества разных НРД в стране. Однако любые чуть более сложные исследовательские проекты потребуют целого комплекса мер по сбору и анализу дополнительной информации об обучении НРД, его структуре, методах работы и т. д.

Открытость ряда НРД нельзя путать с признанием общества, принятием доминирующих в нем норм и ценностей, готовностью к диалогу с его институтами. Часто НРД раскрываются для внешнего мира только для того, чтобы продемонстрировать и обосновать его отторжение. Однако закрытые НРД не имеют универсальных средств коммуникации. Они поддерживают только внешние средства коммуникации, посредством которых приглашают людей в группу и сообщают о ней самые общие сведения. Важно отметить, что это правило действует исключительно для высоко- и среднеструктурированных типов НРД (сект и культов, клиентурных культов). Слабоструктурированные НРД в лице аудиторных культов не имеют развитого учения, которое они могли бы от кого-то скрывать. Внутренние средства коммуникации у них развиты слабо. Обращение к внешним средствам для них является не столько вопросом выбора стратегии работы с обществом, сколько наиболее доступным, экономичным и закономерным способом контактирования с миром. Они могут затратить определенные усилия на издание книг и т. д. Однако, становясь на путь развития внутренних и универсальных средств коммуникации, они одновременно инициируют процесс собственного организационного развития. Последний приводит их в конечном итоге к трансформации в более развитый по структуре тип НРД – клиентурные культы. Политика в области открытости организации становится вопросом простого выбора стратегии развития.

С течением времени средства коммуникации НРД могут меняться, что, как правило, связано с изменениями в политике открытости НРД и, как можно предположить, в отношении НРД к обществу в целом. Полный отказ от контактов может уступить попыткам убедить весь мир в истинности своего учения либо наоборот. Корректировки в средствах коммуникации могут также осуществляться и без какой-либо связи с изменениями в отношении НРД к миру, например, если НРД посчитает одну группу средств малоэффективной и предпочтет ей другую.

Наконец, НРД поддерживают разную частоту выходов на контакт с обществом. Регулярный контакт весьма распространен, но встречаются также примеры единовременного контакта (на начальной стадии работы) либо выхода на связь в строго ограниченные периоды времени, скажем, один раз в 10 лет (Небесные врата). При этом далеко



не всегда, опираясь на имеющийся в распоряжении ученого документ НРД, можно сделать однозначный вывод о частоте выходов организации на контакт с миром. Более того, однократные выходы НРД на контакт с миром непредсказуемы, а их документирование представляется сложнейшей задачей, так как заранее неизвестно, где, когда, в какой форме, на какой информационной пло-

щадке НРД попробует что-то рассказать о себе в обществе.

Поправку на актуальное учение и перипетии исторического развития НРД можно и нужно делать при изучении отдельных групп. Однако на уровне анализа совокупности НРД конкретной страны можно лишь де-факто фиксировать имеющиеся у них средства коммуникации.

Методология исследования

Анализ средств коммуникации НРД сопряжен с рядом сложностей, обусловленных обозначенной спецификой объекта исследования. В силу ряда методологических проблем, связанных с поиском документов по НРД [10], материалы для исследования собирались методом доступной выборки начиная с 1997 г. Был создан систематизированный архив, общий объем которого на 1 августа 2021 г. составил более 500 тыс. единиц хранения информации. В архиве собраны документы, фиксирующие деятельность 1113 НРД (их предполагаемая генеральная совокупность) в 916 населенных пунктах Республики Беларусь. Хронологические рамки исследования охватывают 1988–2020 гг. Процесс появления в стране ранее неизвестных НРД протекает на постоянной основе. Имеющаяся у нас информация о появлении НРД в Беларуси в 2021 г. и их средствах коммуникации в исследование не включалась. Не учитывались также невербальные, устные (проповеди на улицах либо среди знакомых) и аудиовизуальные средства коммуникации.

Для каждого из 1113 НРД собрано от одного до нескольких тысяч источников, документально фиксирующих их внутренние, внешние и/или универсальные средства коммуникации. Для настоящего исследования не имеют значения каналы коммуникации НРД, а также результаты попыток их контакта с миром. На объявление НРД в газете либо листовку мог никто не отреагировать. Значение имеет лишь само стремление НРД публично заявить о своем существовании, выраженное в доступном для анализа документе. Содержательное наполнение источников значимо лишь для их идентификации с конкретным НРД. Данная процедура проводилась на стадии сбора и первичного анализа документов. Разбору ее методологических особенностей посвящено отдельное исследование [11]. Для каждого НРД подсчитывалось количество разных средств коммуникации без поправки на частоту их использования. При этом были выделены пять основных групп средств коммуникации, используемых НРД в нашей стране для трансляции религиозного содержания. Рассмотрим каждую из них подробно.

1. Печатные СМИ Беларуси. К данной группе мы отнесли инициированные НРД рекламные объявления и статьи, размещенные в белорусских печат-

ных СМИ. В них сообщается о работе организации в стране, в упрощенном варианте доносится дополнительная информация об учении, культовой практике и других религиозных составляющих НРД. Для каждого НРД учитывался только факт рекламы, но не ее частота.

Печатные СМИ являются внешним средством коммуникации НРД. Газеты в редких случаях выделяют более одной страницы для рекламы конкретного НРД, которая никогда не содержит какой-то новой и важной для членов НРД информации. Последние имеют постоянный доступ к более содержательным и надежным источникам сведений по своей организации. Некоторые крупные НРД периодически перепечатывают статьи светских печатных СМИ на страницах собственных изданий, но исключительно в качестве свидетельства своего влияния на прессу и общество, т. е. для внутренней нерелигиозной коммуникации. В XX в. документально зафиксировано только одно НРД, для которого публикации в светских СМИ были универсальным средством. Это Трансмиссионная группа. Для данного НРД статьи в печатных СМИ являлись также важным средством внутренней религиозной коммуникации: от их наличия ставилось в зависимость второе пришествие мессии. Однако сегодня это НРД в Беларуси не представлено.

2. Листовки, афиши, плакаты информационного, рекламного и агитационного содержания, публично транслирующие сведения об НРД. Листовки и другие материалы могут быть разных размеров (от А6 до А0), цветов, могут быть напечатаны в типографии, распечатаны на принтере либо написаны от руки. Они могут распространяться из рук в руки, наклеиваться на столбы и здания, развешиваться в местах общего пользования, раскладываться в библиотеках, магазинах и других многолюдных помещениях, размещаться на стендах, официально предусмотренных для рекламы. Уличные листовки НРД под влиянием погодных условий достаточно быстро приходят в негодное состояние, но даже материалы, представленные в помещениях, в большинстве случаев уничтожаются после устаревания содержащейся в них информации. Нередко жизненный цикл листовки ограничивается одной-двумя неделями. Основная часть листовок датируется с точностью



до года и месяца, но для нашей работы важно было только попадание даты в хронологические рамки исследования. Заранее неизвестно, где, когда, каким образом и какие НРД будут распространять листовки, что делает мониторинг этого типа средств коммуникации достаточно сложным лонгитюдным предприятием. В исключительно редких случаях в Беларуси появлялись листовки НРД, не имеющих представительств в стране. В данном исследовании они не учитывались. Листовки НРД относятся к внешнему средству коммуникации религиозного содержания и внутри НРД практически не используются.

3. Книги и брошюры с информацией об учении, культовой практике НРД. Тираж, место издания, статус издательства, объем, особенности полиграфии и иные характеристики изданий не учитывались. Значение имела лишь фактическая доступность издания для не членов НРД без поправки на канал коммуникации. Так, книги, распространявшиеся через сеть государственных и/или частных книжных магазинов Республики Беларусь, входили в эту группу наравне с самиздатовской литературой, предлагавшейся прохожим на улицах городов. К этой же группе материалов относилась реклама НРД в так называемых каталогах новой духовности, а также во всевозможных сборниках работ, посвященных описанию деятельности представителей разных НРД. В книжных магазинах страны продается также литература большого количества НРД, не имеющих представительств в Беларуси. В исследовании она не учитывалась.

Книги, распространяемые НРД в Беларуси, относятся к универсальному средству коммуникации. В то же время целый ряд НРД имеет литературу, предназначенную исключительно для внутреннего пользования, недоступную для широкой общественности («Письма МО» у Детей Бога). Эти книги очень редко попадают в книжные магазины (как правило, букинистические), ведь они могут содержать телефонный номер или личную подпись владельца, что до определенной степени позволяет проконтролировать НРД и определить, от кого из членов произошла утечка внутренней информации. Само их наличие делает необходимым деление литературы на универсальную и внутреннюю. Большинство НРД с литературой для внутреннего пользования, как правило, имеют книги, публично распространяющиеся в стране. Именно они и фиксировались в исследовании.

Более глубокий анализ предполагает также деление литературы НРД на устаревшую и актуальную. Так, достаточно часто в публичном пространстве распространяются книги, уже вышедшие из употребления в НРД, например их ранние издания. В настоящей работе поправка на актуальность литературы НРД не делалась, хотя с учетом хронологических ра-

мок исследования определенная часть изученной литературы неизбежно устарела по меркам самих НРД.

4. Интернет-материалы, представленные собственными сайтами НРД и их рекламными публикациями на сторонних интернет-ресурсах. В исследовании учитывались сайты только на русском и белорусском языках, ссылающиеся на деятельность НРД в Республике Беларусь. Многие НРД выкладывают в интернете достаточно большой пласт информации о себе.

Периодически в интернете появляются массивы внутренних оригинальных документов и материалов НРД. Такие вбросы порой достаточно надежной информации представляют большой интерес для ученых, но в данном исследовании они не учитываются, так как не отражают стремление самого НРД к использованию интернета в качестве средства коммуникации. Интернет сделал возможным уход белорусов в НРД, никогда не действовавшие на территории Беларуси. Нам встречались примеры отъезда белорусов в другие страны для участия в НРД исключительно после знакомства с группой в интернете. Однако такие НРД не рассматривались в качестве фактически действующих в Беларуси, а их сайты не учитывались в исследовании.

Интернет-материалы также отличаются определенной нестабильностью. В силу этого релевантные для исследования сайты документировались в виде фотокопий экрана в формате .jpg с отражением белорусской специфики, интернет-адреса ресурса, даты. Тем самым, несмотря на любые изменения в работе НРД с интернетом, релевантная для социологического анализа информация сохранялась в ряде случаев спустя десятилетия после ее фиксации.

Интернет-материалы мы отнесли к универсальному средству коммуникации религиозного контента НРД. Ряд НРД имеет интернет-платформы с закрытым доступом исключительно для членов организации. Однако, как и в случае с книгами, в настоящем исследовании учитывались только общедоступные онлайн-сервисы.

5. Газеты и журналы НРД. Это специализированные периодические издания НРД либо издания, полностью посвященные распространению и рекламе учений и практик различных групп нетрадиционной религиозности. Начиная с 1988 г. в Республике Беларусь издавалось не менее 150 таких изданий и столько же ввозилось из стран ближнего зарубежья. Подавляющее большинство из них относятся к внутренним средствам коммуникации и рассчитаны исключительно на членов НРД. Однако среди них есть небольшая группа газет и журналов, распространявшихся в общественно доступных местах, например через киоски РУП «Белсоюзпечать» (газета «Тайна души» и др.) либо в процессе публичной проповеди (журнал «Сторожевая башня» и др.). Они изначально задумывались как универсальные



средства коммуникации и в настоящем исследовании учитывались именно в этом качестве. При этом достаточно часто одно издание в разных номерах рассказывало о деятельности совершенно разных НРД. Внутренние газеты и журналы НРД мы оставили без внимания.

В исследовании учитывалось использование НРД тех или иных средств религиозной коммуникации не в целом, а лишь в отношении Республики Беларусь. Так, например, в архиве автора есть оригинальные листовки и литература Аум Синрикё на японском и других языках, но в Беларуси их использование этой группой не зафиксировано. В то же время в стране была в обращении литература данного НРД на русском языке, давалась реклама в печатных СМИ страны, что и принималось во

внимание. Нам удалось отметить отличия средств коммуникации, используемых НРД в разных странах, но эта тема является предметом для отдельного исследования и выходит за рамки настоящей статьи.

Несомненно, целым рядом НРД используются средства коммуникации, которые не были зафиксированы автором на стадии сбора информации: определенная часть листовки не была вовремя обнаружена, сайты не задокументированы и т. д. При работе с 1113 разными организациями такие пробелы в сборе столь разнородных источников неизбежны. Именно поэтому все количественные данные в рамках исследования необходимо рассматривать лишь как минимально доказуемые значения.

Результаты исследования

В рамках исследования было документально зафиксировано следующее:

- реклама 567 НРД в 76 белорусских газетах (рекламные материалы НРД, не действующих в стране, не учитывались)¹;
- использование листовок, афиш и плакатов 313 НРД;
- распространение 7102 наименований книг 258 НРД;
- размещение в интернете ресурсов 375 НРД;
- реклама 60 НРД в специализированных газетах и журналах НРД.

Таким образом, печатные СМИ с большим отрывом лидируют среди всех средств коммуникации по частоте использования НРД в Республике Беларусь. За ними следуют интернет, листовки, книги и периодические издания самих НРД. Популярность прессы вызвана не в последнюю очередь оптимальным соотношением затрат времени и ресурсов НРД, необходимых для достижения результата. Разместить платную рекламу в газете проще, чем издать книгу, подготовить, напечатать и расклеить листовки, создать сайт в интернете.

Можно предположить, что рассмотрение наиболее активно используемых НРД средств коммуникации в диахронической перспективе показало бы, что печатные СМИ доминировали в 1990-е – начале 2000-х гг., а затем внимание стало переключаться на интернет. Данная тема выходит за рамки настоящей статьи, хотя и обладает большим эвристическим потенциалом. Подтверждение этого означало бы смещение акцента в работе НРД с внешних средств коммуникации на универсальные. Это, в свою очередь, стало бы одним из свидетельств в пользу увеличения степени открытости НРД к обществу, обусловленного изменениями в системе средств массовой коммуникации в целом.

По вариантам использования средства коммуникации разделяются на две группы. В первую вошли 648 НРД, задействовавшие одиночные средства. Из них 356 рекламировали себя только в печатных СМИ, 127 – в интернете, 77 – посредством листовок, 51 – через литературу и 37 – в периодических изданиях НРД. Во вторую группу вошли 362 НРД, использовавшие комбинированные средства трансляции религиозного контента. Из них 219 НРД прибегали к двум разным средствам коммуникации, 87 НРД – к трем, 53 НРД – к четырем и 3 НРД – к пяти средствам коммуникации. Таким образом, 1010 НРД, или 90,7 % от предполагаемой генеральной совокупности НРД Беларуси, транслируют информацию о себе посредством внешних и (или) универсальных средств коммуникации. Это означает, что информация о большинстве НРД, деятельность которых документально зафиксирована в стране, доступна из открытых для населения источников. Основная масса НРД не только не скрывает факт своей деятельности в стране, но и транслирует о себе информацию на разных платформах. Однако доступность этих сведений для населения не означает автоматически ее достигаемость для ученых. В своей совокупности она малозаметна, так как неравномерно распределена географически, размещена на разных информационных площадках, хронологически рассеяна по Беларуси в последние три десятилетия. Для ее фиксации необходим постоянный мониторинг конфессионального пространства страны. Лакуны в мониторинге для тех же листовок и афиш НРД практически невосполнимы. То же можно сказать о временных интернет-ресурсах НРД (некоторые сайты существуют всего несколько месяцев) и литературе, которая далеко не всегда попадает в библиотеки и магазины. Самым доступным для исследователя источником являются печатные СМИ, которые,

¹С момента нашей последней публикации [12] была найдена информация о рекламе в прессе еще трех НРД.



в отличие от других средств коммуникации, сохраняются в Национальной библиотеке Беларуси.

Предшествующее исследование показало, что печатными СМИ Республики Беларусь в той или иной форме идентифицируется не более 139 НРД. Можно предположить, что для других институтов общества этот показатель не будет выше. Таким образом, общество реагирует только на 13,8 % публично распространяющих о себе информацию НРД, в то время как 86,2 % НРД остаются незамеченными. Причины столь избирательного внимания общества к НРД, а также дистанцирование от реакции на их деятельность и рефлексии на эту тему требуют объяснения. Можно предположить, что отсутствие реакций общества обусловлено тем, что сами НРД не делали никаких публичных заявлений о своей деятельности. Но настоящее исследование делает эту версию несостоятельной, так как показывает, что НРД транслируют информацию о себе и своей работе на разных публичных платформах с опорой на разные средства коммуникации. Соответственно, избирательность внимания общества к НРД все еще требует объяснения.

Исключительно внешние средства коммуникации (одиночные или комбинированные) используют 45,9 % НРД. Только к универсальным средствам обращаются 24 % НРД. Одновременно внешние и универсальные средства трансляции религиозного содержания используют 30,1 % НРД. Таким образом, более половины (54,1 %) НРД публично сообщают о себе информацию, выходящую за рамки простой рекламы и указания на факт своего существования и деятельности. Для социологического исследования значение сопряженных со всеми средствами коммуникации документов зависит от его целей и задач. Однако ввиду того, что большинство НРД запрещают проводить с их членами интервью и анкетные опросы, документы сообщества представляются не только наиболее доступным, но и основным, а для многих НРД единственным источником первичной социологической информации об учении.

Для 84 из 1113 НРД не были обнаружены внешние или универсальные средства коммуникации. Информация об этой группе базировалась исключительно на их внутренних материалах. Далеко не все ее представители дистанцируются от контактов с обществом. Определенное их количество занимается устной проповедью на улицах городов и среди знакомых. Большинство из них может принять в свои ряды новых членов, но те не готовы заявить о себе публично через средства массовой коммуникации. Документы, подтверждающие их существование, поступают к ученым по трем каналам: от бывших членов НРД; от действующих членов НРД в результате нарушения норм и правил внутреннего распорядка сообщества (без согласования с руко-

водством они могут из лучших побуждений показать посторонним рассчитанную на внутренний круг книгу основателя НРД и другие материалы); из всевозможных документов и текстов, которые недоступны для широкой общественности и распространяются на мероприятиях НРД (съездах, специализированных выставках и др.). Всю эту информацию достаточно несложно найти, если начать ее искать целенаправленно, что и делают специалисты по НРД. Ознакомление не членов НРД с соответствующими материалами предполагает определенный уровень их увлеченности всевозможными идеями и практиками нетрадиционной религиозности. Периодически разные НРД этой группы создают всевозможные открытые обращения, заявления и послания, адресованные миру и обществу, но не используют при этом никаких внешних средств коммуникации для донесения своей информации до широкого круга людей. Достаточно часто они посылают эти документы в органы госуправления разного уровня, что не делает эти материалы более открытыми для общества. В тех случаях, когда НРД все же публиковало свое обращение к миру в газете, оно сразу попадало в группу работающих с внешними средствами коммуникации. Однако даже этот ни к чему не обязывающий шаг оказывается сложным барьером для большинства НРД этой группы. В нашем архиве собраны внутренние средства коммуникации большинства из 1113 НРД, однако в рамках настоящего исследования они учитывались по остаточному принципу для тех НРД, которые не имеют внешних и универсальных средств коммуникации.

Информация о группе из оставшихся 19 НРД доступна исключительно из критических материалов печатных СМИ. Ввиду того, что пресса отличается достаточно высоким уровнем неточности в донесении информации об НРД, искомые материалы учитывались только при наличии в них сведений, доступных для независимой перепроверки: ссылок на судебный процесс с участием НРД в Беларуси, хроники событий в пересказе представителей органов госуправления, детализированных журналистских расследований, в том числе с фотографиями, указанием непосредственных участников, свидетелей, и др.

Как и ожидалось, НРД в целом склонны выбирать одно, реже – два разных средства коммуникации. Распределение НРД по типу структуры и количеству используемых средств коммуникации дало предсказуемый результат: секты и культы, как наиболее развитый по структуре и в экономическом отношении тип НРД, чаще используют четыре или три средства коммуникации, чем менее структурированные клиентурные культы и слабоструктурированные аудиторные культы (см. таблицу).



Соотношение типа НРД по структуре и количества используемых средств коммуникации, %

The ratio of new religious movements type by structure and the number of the means of communication used, %

Количество используемых средств коммуникации	Тип НРД		
	Секты и культы	Клиентурные культы	Аудиторные культы
0	6,9	9,5	9,5
1	30,3	44,5	80,1
2	22,9	31,6	7,9
3	19,4	9,7	2,3
4	20,0	4,1	0,2
5	0,6	0,5	0

Как видим, секты и культы в меньшей степени, по сравнению с иными типами НРД, опираются на внутренние средства коммуникации (6,9 %). Клиентурные культы чаще других типов НРД используют два средства. Предсказуемым также является сильный акцент аудиторных культов (80,1 %) только на одном средстве коммуникации. Аудиторные культы представлены целителями, магами, колдунами, которые останавливаются чаще всего на рекламе в СМИ либо распространении листовок. Этого им вполне хватает для выведения своей работы на достаточно серьезный по меркам этого типа НРД уровень.

Анализ соотношения типов НРД по структуре с группами средств коммуникации показал, что секты и культы наиболее часто прибегают к транс-

ляции своих идей через универсальные средства. Клиентурные культы активно работают с обоими типами средств коммуникации с небольшим перевесом в сторону универсальных. Аудиторные культы доминируют в обращении к внешним средствам.

Результаты исследования позволяют также детально описать соотношение типа НРД по структуре с использованием разных групп средств коммуникации. Так, например, известно, к каким средствам обращаются НРД восточной ориентации при трансляции своих идей и чем они отличаются от распределения средств коммуникации в НРД христианской, оккультно-мистической и иной ориентации. Однако анализ этих результатов выходит за рамки объемов настоящей статьи.

Заключение

Большинство НРД транслируют в общество информацию о специфике своего учения, культовой практике, времени и месте проведения собраний посредством общедоступных средств коммуникации. Объемы доносимой информации варьируются в зависимости от группы используемых средств коммуникации и ряда иных факторов. Для социологического исследования эти сведения доступны только при условии лонгитюдного мониторинга конфессиональ-

ного пространства Республики Беларусь. Результаты такого мониторинга, проводимого нами с 1997 г., показали, что никакая отдельно взятая группа средств коммуникации не отражает в полноте многообразие НРД, деятельность которых документально зафиксирована в стране. Наибольшую популярность среди НРД имеют печатные СМИ. Высокоструктурированные НРД используют большее число разных средств коммуникации, чем слабоструктурированные.

Библиографические ссылки

1. Баркер А. *Новые религиозные движения*. Санкт-Петербург: Издательство Русского христианского гуманитарного института; 1997. 284 с.
2. Beckford JA, editor. *New religious movements and rapid social change*. London: SAGE; 1986. 247 p.
3. Robbins T, Anthony D. New religious movements and the social system. Integration, disintegration, or transformation. *The Annual Review of the Social Sciences of Religion*. 1978;2:1–28.
4. Stark R, Bainbridge WS. *Religion, deviance, & social control*. New York: Routledge; 1997. 205 p.
5. Lewis JR. *Legitimizing new religions*. New Jersey: Rutgers University Press; 2003. 256 p.
6. Wilson BR. A typology of sects. In: Bocock R, Thompson K, editors. *Religion and ideology*. Manchester: Manchester University Press; 1985. p. 297–311.
7. Metraux AD. *Aum Shinrikyo's impact on Japanese society*. New York: Edwin Mellen Press; 2000. 165 p.
8. Carter LF. *Charisma and control in rajneeshpuram*. Cambridge: Cambridge University Press; 1990. 316 p.
9. Маклюэн М. *Понимание медиа. Внешние расширения человека*. Москва: Канон-пресс-Ц; 2003. 464 с.
10. Мартинович ВА. Методологические проблемы мониторинга новых религиозных движений. *Социологические исследования*. 2016;6:56–65.



11. Мартинович ВА. Методологические проблемы в идентификации документов новых религиозных движений. *Научный результат. Социология и управление*. 2016;2(4):52–62.
12. Мартинович ВА. Реклама новых религиозных движений в печатных СМИ. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология*. 2019;3:17–24.

References

1. Barker E. *Novye religioznye dvizheniya* [New religious movements]. Saint-Petersburg: Izdatel'stvo Russkogo khris-tianskogo gumanitarnogo instituta; 1997. 284 p. Russian.
2. Beckford JA, editor. *New religious movements and rapid social change*. London: SAGE; 1986. 247 p.
3. Robbins T, Anthony D. New religious movements and the social system. Integration, disintegration, or transformation. *The Annual Review of the Social Sciences of Religion*. 1978;2:1–28.
4. Stark R, Bainbridge WS. *Religion, deviance, & social control*. New York: Routledge; 1997. 205 p.
5. Lewis JR. *Legitimizing new religions*. New Jersey: Rutgers University Press; 2003. 256 p.
6. Wilson BR. A typology of sects. In: Bocock R, Thompson K, editors. *Religion and ideology*. Manchester: Manchester University Press; 1985. p. 297–311.
7. Metraux AD. *Aum Shinrikyo's impact on Japanese society*. New York: Edwin Mellen Press; 2000. 165 p.
8. Carter LF. *Charisma and Control in Rajneeshpuram*. Cambridge: Cambridge University Press; 1990. 316 p.
9. McLuhan M. *Ponimanie media. Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding media: the extensions of man]. Mos-cow: Kanon-press-Ts; 2003. 464 p. Russian.
10. Martinovich VA. Methodological problems in monitoring new religious movements. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2016;6:56–65. Russian.
11. Martinovich VA. Methodological problems in identifying the documents of new religious movements. *Scientific Result. Sociology and Management*. 2016;2(4):52–62. Russian.
12. Martinovich VA. Advertising new religious movements in print media. *Journal of the Belarusian State University. Socio-logy*. 2019;3:17–24. Russian.

Статья поступила в редколлегию 02.09.2021.
Received by editorial board 02.09.2021.