

**ЦЕННОСТЬ ИВЕНТ (EVENT)-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕЛИГИОЗНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В ПРОЦЕССЕ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ³⁰**

**VALUE EVENT-ACTIVITIES OF RELIGIOUS ORGANIZATIONS IN THE PROCESS OF
MODERNIZATION OF THE RUSSIAN REGIONS.**

П.Ф. Сироткин
Pavel F.Sirotkin

Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия
Perm state national research University, Perm, Russia

Процесс модернизации российских регионов затрагивает широкие социальные группы, в том числе такие специфические, как религиозные. Изменения, происходящие вокруг религиозной общины не могут не сказаться на формах и методах работы религиозной организации, инновационность которых, в свою очередь, является одним из элементов модернизации духовной и общественной жизни на региональном или местном уровне.

The process of modernization of the Russian regions, a broader social group, including such specific religious. Changes occurring around religious communities cannot fail to affect the forms and methods of work, religious organizations, innovation which, in turn, is one element of the modernization of spiritual and social life at the regional or local level.

Ключевые слова: Религиозные организации, ивент-деятельность, религиозная идеология, модернизация идеологии

Keywords: Religious organizations, event activities, religious ideology, modernization ideology

В последнее время появилось достаточно много различных исследовательских работ посвященных пониманию наполнения понятий, связанных с ивентом. Зарубежными и российскими исследователями описываются понятия ивента, функции и задачи ивент-менеджера, механизмы ивент-маркетинга. Так Н. А. Андрианова отмечает, что выбор этого слова связан с заимствованием принципов работы в данной отрасли у западных аналогов. До января 2009 г. оно относилось к группе варваризмов, то есть перенесённым на русскую почву иностранным словом, употребление которого носит индивидуальный характер. [1]. Наиболее частые прямые переводы английского термина «event» дают следующие варианты: 1) событие; 2) случай; 3) происшествие.

Н.Н. Старцева определяет несколько терминологических систем «ивент», первая из которых может разрабатываться в рамках культурологи, вторая – в пределах управленческого знания, третья – в русле теории маркетинга и, наконец, четвёртая – в рамках социологического подхода. [2].

Однако понятие ивент может рассматриваться гораздо шире, исходя из практического наполнения содержания ивента. Анализируя понятия и характеристики, применяемые различными исследователями к пониманию сущности ивент-процесса можно сделать вывод о том, что все четыре подхода могут применяться в описании одного социального явления – религиозной деятельности, которое особенно показательно проявляется у представителей новых для российских регионов религиозных движений.

Если рассматривать ивент-среду как составляющую социальной среды религиозной общины или движения то можно выделить несколько её элементов. Во-первых, это созна-

³⁰ Публикация подготовлена при финансовой поддержке РГНФ (грант № 14-03-00155).

тельное программное планирование, управление и конструирование важных, с точки зрения религиозной общины, религиозных событий. Во-вторых, это проведение религиозных обрядов и церемоний с использованием символов своего культа, использование всех доступных форм и методов, в том числе и достаточно креативных, для продвижения своих религиозных идей. В-третьих, это использование для этого определенной социальной группы – религиозных деятелей, священников, лидеров, пророков.

Религиозное действо призвано удовлетворять конкретные потребности людей путем их участия в том или ином событии, которое может быть традиционным, если мы говорим о формах и методах работы представителей традиционных религиозных учений, а может быть и креативным, сконструированным под конкретную социальную среду, что присуще представителям новых религиозных движений. Под традиционными религиями мы понимаем конфессии, деноминации или культы, действующие на протяжении длительного времени (допустим около 100 лет) на определенной территории и передающиеся последующим поколениям для воспроизводства религиозных практик. В процессе социального развития общества данные религиозные практики претерпевают некоторые изменения, несущие на себе отпечаток соответствующих этнических или государственно-идеологических особенностей и являющиеся важнейшим механизмом воспроизводства моральных норм, религиозного опыта, знаний. Традиционные религии значительно укоренены в бытовом поведении жителя данной местности, системе государственных праздников и локальных обрядов, отражаются на типе и способе мышления, культуре, психологии человека.

Традиционное религиозное мышление по природе своей консервативно, а священники традиционных вероучений настороженно относятся к любым вопросам социокультурной модернизации той социальной среды, того российского региона, в котором они существуют.

Соответствующим образом термин «новые религиозные движения» применяется нами ко всем иным, не укоренным на данной территории религиозным организациям.

По мнению С.Б. Васильевой, быстрое распространение новых религиозных движений, сект и культов оказывает существенное влияние на развитие религиозной ситуации в стране, на динамику отношений между конфессиями и их взаимоотношения с государством.[3] Комплекс социокультурных и политико-экономических причин, одной из которых являлась начавшаяся социокультурная модернизация постсоветского общества привела к активному распространению новых религиозных движений. При этом можно выделить три тенденции распространения новых религиозных движений: одну связанную с модернистским направлением христианства – протестантизмом различного толка (неопятидесятники, адвентисты седьмого дня,) или около христианские культы (мормоны, свидетели иеговы), вторую – имеющую в основе своей опору на восточные культы (большей части индуистские модернизированные культы) и третью – имеющую в своем начале мифологизированное этническое родноверие – язычество (староверы-инглинги, звенящие кедры) или фантастическое наукообразием (радостя-ритмология, дианетика-саентология, откровение нового века с квантовым переходом). Появление данных организаций привело к тому, что в достаточно традиционной сфере религиозных практик российских регионов появились новые формы религиозной жизни. Произошла модернизация религиозной сферы. Различные новые религиозные движения в своей богослужебной деятельности внесли различные ивент-элементы, позволяющие современному жителю российской глубинки не только противостоять социокультурной модернизации с консервативных позиций, но и получить возможность встроиться в изменяющуюся социокультурную среду, путем своего участия в ивент-деятельности новых религиозных движений.

Распространение новых религиозных идей является определенным событийным проектом. А.Е. Назимко определяет событие (ивент) как мероприятие, изменяющее отношение целевой аудитории и бренда, событийный маркетинг как комплекс мероприятий, направленных на продвижение бренда посредством организации специальных событий, а событийный менеджмент – как управление событием (ивент-проектом) «под ключ»[4].

Анализируя миссионерскую деятельность членов новых религиозных движений можно отметить, что организация ярких событий, ивент-программ презентующих новую идеологию религиозной группы, несущие совершенно новые социокультурные послылы, соответствует целям и задачам входящей на чужое религиозное пространство новой религиозной организации. Как пример полноценного ивент-проекта в религиозной сфере можно отметить проведение пермской неопятидесятнической церковью «Новый завет» мероприятия, получившего название «картонная евангелизация». Яркое необычное событие, проводимое группой адептов данного вероучения одновременно в разных частях города, с раздачей печатной продукции, агитацией под видом проведения «социологических исследований» и расстановкой самодельных транспарантов, вырезанных из картонных коробок из под холодильников и телевизоров привлекает внимание как простых горожан, так и журналистского сообщества. Так как ивент-проектам не важна привязка к некоей традиции, например датам, «картонная евангелизация» стала с 2011 года достаточно регулярным явлением в Пермском крае, а начинается оно, как привило, с появления пророчества о необходимости усилить миссионерскую деятельность. В частности, неопятидесятники церкви «Новый завет» получают такие пророчества достаточно регулярно, на основании чего с 2009 года пермская церковь проводит целый цикл ивент-мероприятий объединенных под единым названием «Год для Иисуса». Удачное начало на пермской земле позволило Российской Церкви Христиан веры евангельской с сентября 2010 года и в масштабе страны объявить ивент-проект «Год для Иисуса» всероссийским проектом. В рамках этого проекта церковное руководство разрабатывает масштабные миссионерские действия. По данным пятидесятнического епископа А. Дербенева на 01 января 2012 года проект «Год для Иисуса» 33 агитационные команды работают в 28 регионах России. Проповедано 2,8 миллиона человек, посещено 9 тысяч населенных пунктов, начато 430 новых домашних групп и церквей [5]. Это масштабный церковный ивент-проект с одной стороны продвигает активную миссионерскую деятельность христиан веры евангельской, с другой стороны, его проведение имеет еще и рекламно-маркетинговый смысл, так как шумное проведение проекта привлекает внимание жителей к деятельности церкви. Другие христианские деноминации с 2012 года проводят ивент-мероприятия похожего содержания.

Религиозная практика, вышедшая из соответствующих культовых зданий на улицы, является ярким примером социокультурной трансформации религиозной жизни российского региона. Необычным является и сама деятельность адепта в такой ситуации. Человек не просто приходит на религиозное действо – он организует его сам, сам ищет старую коробку из под холодильника или телевизора, сам придумывает текст транспаранта, сам несет его в массы. Опыт, пережитый при такой религиозной практике, явно будет отличаться от традиционного религиозного богослужения в пассивной форме. В подобной деятельности нам видится достаточно большая ценность, когда ивент-среда, созданная новыми религиозными движениями, создает иную практику поведения верующего, закрепляет новые ценности, модернизирует консервативную среду и консервативные религиозные практики.

Список литературы

1. Андрианова Н.А. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук на тему «Терминология событийного маркетинга (на материале терминологических систем Ивент/ SpecialEvent)» С-ПБ, 2012, с.11.
2. Старцева Н.Н. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук на тему «Ивент-менеджеры как профессиональная группа : процесс формирования в современной России» Екатеринбург, 2014, с 18-22
3. Васильева С.Б. Традиционная и нетрадиционная религиозность в современном мире / Вестник Бурятского университета №8, 2010, с. 6
4. Назимко Е.А. Событийный маркетинг: руководство для заказчика и исполнителей. М: Вершина, 2007, с.14-30.
5. Дербенев А. Десять тысяч церквей: перед РЦ ХВЕ стоят новые задачи// Вера и общество. Пермь. 2012. №05(261)