

of research, and assists more thorough and system analysis of the state of electoral space, further prognostication and design of his development, exposure of problems of electoral campaigns and others like that.

Keywords: electoral space, humanitarian approach, self-reactance approach, quality methods, quantitative methods, factor analysis, cross-correlation analysis, factors.

Шелемба М. М., аспірант кафедри політології та державного управління, Государственное высшее учебное заведение “Ужгородский Национальный Университет” (Україна, Ужгород), shelemba.m@gmail.com

Методологические аспекты использования гуманитарного подхода к исследованию электорального пространства

Статья нацелена на систематизацию основных научных взглядов на использование гуманитарного подхода относительно исследования электорального пространства. Анализируются методологические аспекты применения гуманитарного подхода с использованием качественных методов исследования электорального пространства. Доказано, что методы гуманитарного подхода могут быть использованы в качестве вспомогательных к параметрическим методам исследования, и способствуют более полному и системному анализу состояния электорального пространства, дальнейшему прогнозированию и моделированию его развития, выявлению проблем избирательных кампаний и др.

Ключевые слова: электоральное пространство, гуманитарный подход, параметрический подход, качественные методы, количественные методы, факторный анализ, корреляционный анализ, факторы.

* * *

УДК 324

Денисова А. Ю.
аспірантка кафедри політології,
Донецький національний університет
(Україна, Донецьк), khyliko.m@gmail.com

ЧОРНИЙ ПІАР ПІД ЧАС ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРІВ 2014 РОКУ

Стаття присвячена використанню “чорних” піар-технологій під час парламентської передвиборчої кампанії 2014 року. У статті розглянуті найбільш цікаві приклади Чорного піару, котрий використовувався на мажоритарних округах та мав успіх. Автор дійшов висновку, що у 2014 році, “чорні” технології використовувались у меншій кількості, у порівнянні з попередніми роками. Це пов’язано з тим, що сьогоднішні вибори проходили на тлі трагічних воєнних подій, а це значить, що будь-яка агітація може сприйнятися негативно. Зневіреність у політиці змінилась впевненістю, що разом – суспільство здатне змінити хід історії. Це призвело до зросту політичної культури, політичної активності та підвищенню якості Чорного піару.

Ключові слова: Чорний піар, політична культура, маніпулятивні технології, передвиборча кампанія 2014, воєнний піар.

Парламентські вибори 2014 року проходили на тлі драматичних подій у країні. Це суттєво вплинуло на використання брудних маніпулятивних технологій. Варто сказати, що якщо в попередні роки кількість подібних прийомів “чорних” технологій лише збільшувалась, то сьогодні їх кількість зменшилась і зменшилась суттєво. Все тому, що основна увага потенційного електорату була спрямована не на самі вибори, а на фронт, бойові дії якого розгорнулись на буремному Сході.

Але, це і стало причиною появи нового виду “Чорного піару”, адже з’явилися “кандидати-фронтвики”, “кандидати-волонтери” та кандидати, які просто дуже “співпереживають” людям, котрі знаходяться на Донбасі. На противагу їм, з’явилися піарщики, котрі, або займаються викриттям подібних міфів, або вигадками подібних міфів про інших кандидатів. Отже, піару поменшало, але він не зник зовсім.

Вже за традицією, найбільше відзначились у використанні “чорного піару” кандидати-

мажоритарщики. 90% порушень виникали у передвиборчих кампаніях кандидатів-мажоритарщиків, а не в загальнонаціональному масштабі. Масштаб зловживань на цих виборах, все-одно був меншим, ніж у минулі рази, так як, після Майдану та під час АТО, будь-яке порушення розглядається емоційніше. Тоді люди були впевнені, що систему змінити не вдасться. Сьогодні – навпаки.

Отже, розглянемо основні випадки Чорного піару, які були офіційно зафіксовані на території України під час парламентських виборів 2014 року.

Із досвіду попередніх передвиборчих кампаній – не складно згадати, що найпопулярнішим засобом завжди був підкуп виборця. І робили це у різний спосіб: від продуктивних наборів, до великих сум грошей. За законодавством вважається, що якщо сума становить більше 3% мінімальної заробітної плати – це хабар. Але, навчилися все проводити цілком законно. Кандидат може заключити угоду з 5000 виборцями свого міста про те, що вони є офіційними агітаторами. А агітували вони, чи ні – ніхто і ніколи не з’ясує.

Арсен Аваков Міністр ВС України, у мережі Фейсбук сповістив, що “від початку виборчого процесу – була заведена 141 справа про підкуп виборців.

Величезна кількість випадків Чорного піару пов’язана з тим, що проти кандидата спрямовувався потік неправдивої інформації, що дискредитувала його імідж. У Києві від партії “Свобода”, начебто від Ю. Левченка був розповсюджений білборд, напис на якому був таким: “Росія має стати цвинтарем”. Сам “свободівець”, спростовує свою причетність до таких радикальних заяв. Дуже часто траплялись випадки, де у різних регіонах, кандидатів звинувачують у тому, що вони дуже розкішно живуть, а в країні війна. Або, дуже модним стало звинувачувати кандидатів у причетності до Партії Регіонів та Віктора Януковича [1].

Деякі кандидати використовували білборди, у яких кольори та шрифт були такими ж, як і у Блока Петра Порошенка. Сам Порошенко, звісно, до таких кандидатів ніякого відношення не мав. Але, подібних випадків було багато, так як кандидати просто хотіли попіаритись на знаменитій партії.

Головним “хітом сезону” – був піар на АТО. Кандидати, як могли виставляли себе у ролі захисників та героїв. Яскравим прикладом тут є Олег Ляшко. Кандидат показово відвідував зону бойових дій, роздавав допомогу і, навіть, “брав участь” у бойових діях. Поступово, обман почав викриватись. Ще одна цікава риса, що зменшилось використання адмінресурсу. Організація Опора зафіксувала випадок у Києві, коли виборцям надходив лист з пропозицією проголосувати за конкретного кандидата, підписаний директорами шкіл певного округу. Але такі випадки були поодинокі. Це перестало бути системою.

Представники ENEMO вважають парламентську виборчу кампанію спокійною та зауважують, що мітинги та збори менш популярні, ніж особисте спілкування. “Виборчу кампанію у всіх частинах країни можна охарактеризувати як спокійну і помірну. Слід зазначити, що кампанія “від дверей до дверей” є основним інструментом, який використовується в межах цієї виборчої кампанії, в той час як невеликі збори і мітинги відбуваються в обмеженій кількості.

Можна було побачити рекламні щити, намети, брошури провідних партій в регіонах. Загалом рекламна агітація самовисуванців, що балотуються в одномандатних округах, менш помітна. Всі політичні суб'єкти мають намір залучити значну кількість волонтерів у кампанії, а також провести навчання, щоб вони могли бути короткостроковими спостерігачами у день виборів. Політичні партії наголошують, що вони проводять кампанію за підтримки окремих спонсорів та волонтерів, – йдеться у проміжному звіті від громадської організації “Опора”. У Житомирській області міжнародними спостерігачами не зафіксовані випадки зловживання адмінресурсом, використання реклами на громадському транспорті для агітації, політичного тиску, насильства проти кандидатів, але є підкуп виборців та чисельний “чорний піар” проти кандидатів у Житомирі [2].

“Зафіксовано велику кількість випадків надання виборцям товарів та послуг. Багато новостворених благодійних організацій, що названі на честь зареєстрованого кандидата або його сім'ї, зараз використовуються для підкупу виборців. Крім того, під час проведення свят та різних заходів кандидати та партії займаються благодійністю, в основному для уразливих груп чи армії, щоб прорекламувати себе. Випадки хабарництва виборців були помічені в Запорізькій, Харківській, Дніпропетровській, Миколаївській, Одеській, Сумській, Кіровоградській, Чернігівській, Київській, Черкаській, Житомирській, Волинській областях та місті Києві... Спостерігачі повідомили про використання так званого “чорного піару” та “джинси” проти кандидатів. Наприклад, були зафіксовані чисельні випадки “чорного піару” проти кандидатів у Вінниці, Чернівцях, Тернополі, Сумах, Житомирі, Хмельницьку, Івано-Франківську, Львові, Києві, Запоріжжі. “Джинса” була помічена в ЗМІ в Сумах, Києві, Тернополі, Волині, Запоріжжі і т.д.”, – інформують спостерігачі місії ENEMO [2].

Жители Оржицького району, що на Полтавщині, по 148 виборчому округу отримували друковані видання з елементами чорного піару проти кандидата у народні депутати Володимира Пилипенка.

По поштовим скринькам розходила газета “Новий вісник”, начебто надрукована у Києві. Там закликали не голосувати за кандидата-самовисуванця по 148 виборчому округу Володимира Пилипенка. Назва провокаційної статті була надзвичайно красномовною: “Кат українського суспільства”. Спостерігачі мережі ОПОРА вирішили зв'язатись з друкарнею, котра вказана на звороті газети та дізнатись, хто є замовником. Реквізити, що були зазначені на газеті – ніколи не існували у дійсності, отже знайти замовників не вдалось [3].

За тиждень до виборів у Приірпінні з'явилися листівки, на яких нібито Наталія Королевська пише листа про підтримку кандидата від блоку Петра Порошенка – Олександра Тигова. У тексті говориться про те, що Королевська йде від “Опозиційного блоку” й зараз підтримує чомусь Тигова, який колись балотувався на Дніпропетровщині від її партії. Це при тому, що від “Опозиційного блоку” йшов інший кандидат – Юлія Кульчицька. Кандидат в нардепи

Олександр Тигов стверджує, що це – провокація, і він до того не причетний. Його штаб вночі полював на тих, хто клеїть ці листівки, і їм таки поталанило. Молодиків передали правоохоронцям. Ті кажуть: їх просто попросили невідомі порозкидати листівки за 200 гривень. Працівники штабу Тигова стверджують, що з'ясували імена цих хлопців і переконані, що це працівники штабу кандидата в нардепи Анатолія Федорука.

Але Тигов не єдиний, хто зацікавив конкурентів. Якщо йому пригадали те, що він балотувався кілька років тому від Королевської, то невідомі особи нагадали виборцям, що экс-регіонал Анатолій Федорук цього року не вийшов з ПР під час розстрілів на Майдані.

Чорний піар пішов і проти Тигова, і проти Гаврилюка. З'явилась ще одна листівка, де нібито Тигов паплюжить ім'я відомого козака Гаврилюка, над яким на морозі знущались беркутівці. Одним “пострілом” вбивають двох конкурентів. Адже, Тигов, начебто, не приховує своє ім'я, паплюжачи при цьому у листівці Гаврилюка, та закликаючи голосувати за себе [4].

На Оболоні конкуренти взяли за Білецького, розгорнувши антипропагандистську кампанію, аби виставити його нацистом. Дуже поширена сьогодні тема, яка непогано продається. Спосіб найпоширеніший: листівки. На цих листівках зображений “вовчий гак” з герба батальону “Азов” поруч з закликами “Смерть кацапам”, “Мати, відпустисина на війну”, або свастикою. З його ж зображенням розповсюджували листівки, у яких було написано: “Не пустите фашиста в Верховну Раду України”. Але далі жодного доказу фашизму Білецького – наприклад, жодної його відповідної цитати, а лише загальні слова про нацизм Правого сектору, Соціал-Національної Асамблеї та Патріота України, знов-таки, практично без доказів, зате чимало пересмикування щодо подій Зимової революції і нинішньої війни, а то й відвертої брехні, про те, що Патріот України виступає за входження України в “руський мир”, а упор робиться на те, що усьому винен Аваков, котрий є ставленником Кремля [5].

Також, у цьому році відзначалась і Кіровоградщина. Там у 99 та 100 виборчих округах точився конфлікт міжсімейними тандемами кандидатів.

Виборча кампанія до ВР у виборчому окрузі № 102 (центр: місто Знам'янка, включає: міста Знам'янка, Світловодськ, Знам'янський, Новгородківський, Олександрівський, Онуфріївський, Світловодський райони) запам'яталась значними порушеннями. Зокрема, у газеті “Свобода Кіровоградщини” № 1(5) жовтень 2014 розміщено матеріали з негативною інформацією на одного з кандидатів по округу Олесь Довгого: “Нашестя” довгоносиків “у 102-му окрузі”, “Від зустрічей за зачиненими дверима до виборів без виборців” та “Кандидат-свободівець зустрівся з своїми однодумцями”. Інший потік негативу на цього ж кандидата розміщено в газеті “Наддніпрянська Зоря” № 4: “Бандити йдуть... київські?” та “Хочеться вірити”. В цій же статті розміщено позитивну інформацію про кандидата у народні депутати по цьому округу Віктора Бойка.

Також, у матеріалі газети “Світловодськ Інформ” № 40 від 02.10.2014 року, розміщено стаття негативна

інформація про партію “Свобода” та кандидата від цієї партії Руслана Степуру: “Вадим Бондар: “Свобода” робить все, як того хоче Путін”. Вадим Бондар – кандидат у народні депутати від Блоку Петра Порошенка.

У виборчому окрузі № 101 (центр – смт. Голованівськ, межі – Гайворонський, Голованівський, Маловисківський, Новоархангельський, Новомиргородський, Ульяновськийрайони) також поширюють листівки з ознаками “чорногопіару”. Велику кількість таких листівок з негативною інформацією про кандидата у народнідепутативід Блоку Петра Порошенка Олега Голімбієвського спостерігачі ОПОРИ зафіксували на території смт. Голованівськ та Новоархангельськ. Наклад листівок 120 000 примірників, інших вихідних даних не вказано. У листівці використовуються такі епітети як “п’яниця”, “бидло”, “хамло”, “рейдер”, “брехло”, “кровопивця”, “зłodій”. Також в листівці розміщено кольорові ілюстрації. Спостерігачу ОПОРИ кандидат у народні депутати Олег Голімбієвський повідомив, що листівки розповсюджують невідомі вночі з машин [6].

У порівнянні з минулими парламентськими виборами на Івано-Франківщині дуже мало “чорногопіару” та контрагатації. Станом на початок травня ОПОРА зафіксувала з десяток прикладів “чорногопіару”, найскравіші – проти Петра Порошенка та свободівця Василя Поповича, який балотується до Верховної Ради по округу № 83.

Першим прикладом “чорногопіару” стала поява газети проти Петра Порошенка, яку розкидали у під’їздах напередодні візиту кандидата до Івано-Франківська. На першій шпальті газети розміщено матеріал “Вибори – боротьба олігархів за повернення влади” та подано фотографію із підписом “Віденський альянс: Фірташ-Кличко-Порошенко”. Майже у кожному матеріалі йдеться про те, що Порошенко – кандидат від олігархів, засновник Партії Регіонів. У матеріалах без підпису розповідається також про те, що Порошенко збагатився за Президента Януковича і що кандидат – ставленик Путіна, божодного разу не засудив його агресії. Наостанок газета повідомляє, що Порошенко отримав сан у російській православної церкві. “У вихідних даних цього інформаційного бюлетеня неповний перелік передбаченої законом інформації, за яким неможливо встановити, кому з кандидатів він належить, а тим більше чи виготовлений він за кошти фонду кандидата. Тому даний випадок можна класифікувати не лише як використання брудних технологій у політичній боротьбі, але й як порушення встановлених законом правил агітації”, – коментує Іван Маруняк, координатор Громадянської мережі ОПОРА в Івано-Франківській області. Ще один зразок чорного піару проти Порошенка – листівка “Не зраджу ваш голос!” без вихідних даних, яка розповідає виборцям, що Порошенко заснував Партію Регіонів, був членом фракції СДПУ(о), депутатом від “Нашої України” та працював в уряді Азарова. “Чорногопіару” на інших кандидатів на посаду Президента ОПОРА не зафіксувала. Серед кандидатів у нардепи по 83-му округу лідером за кількістю “чорногопіару” є свободівець Василь Попович. Після того, як в Івано-Франківську невідомі заляпали білборди кандидата

зеленкою, в Інтернеті з’явилася серія віртуальних білбордів, які псують імідж Поповичу та ображають честь і гідність кандидата. “Чорнийпіар” в Інтернеті застосовано також проти самовисуванців Максима Кицюка та Олександра Шевченка [7].

Отже, на відміну від попередніх років, сьогоднішній Чорний піар зазнав деяких змін. І президентські, і парламентські вибори відбувались на тлі воєнних подій, необґрунтованих звинувачень з боку Росії та надзвичайного героїзму українських солдат. Велика кількість смертей, що сталася напередодні, не могла не вплинути на відношення українців до використання Чорного піару. Воно було вкрай негативним. Тому і використовувати його треба було дуже обережно, бо маніпулювати доводилось вже не зневіреним у політиці натовпом, а людьми, котрі повірили у той факт, що об’єднавшись – можна переломити хід історії. Чорні технології використовувались відповідні і актуальні. Деякі ідеї були запозичені у російського телебачення, бо звинувачення, котрі були на грані нацизму – мали місце у деяких мажоритарних округах. Мажоритарщики залюбки писали один на одного листівки, де змальовували конкурента як: “расиста”, “терориста”, “спільника режиму Януковича”, “олігарха, що живе не по прибуткам”, тощо. Засоби голослівних звинувачень – не нові. Тематика – свіжа. Зовсім новим вважався піар з фронту. Кандидати депутати їздили в зону АТО, фотографувались із солдатами, а потім, поширювали ці фотографії всіма доступними їм засобами. Подібний піар будувався і на “допомозі” фронтовикам. Самі фронтовики не дуже помічали реальну допомогу, але на фотосесію погоджувались. Такий “воєнний піар” додавав “бали” кандидатів очам електорату. В цьому році, у політичних війнах активно приймають участь і телеканали. Звісно, що телеканали ніколи не були незалежними. А їх власник, найчастіше, є причетним до котроїсь з партій та має свої політичні орієнтації та симпатії. Одними з головних каналів, котрі грішать замовленими односторонніми матеріалами – це Інтер та ТРК Україна, котрі, схвально ставляться до Опозиційного блоку та не запрошують дві сторони, для надання врівноважених коментарів. Така одіозна особа, як Ігор Коломойський – була підвержена низці замовлених матеріалів на телеканалі Інтер, у котрих намагаються пояснити його патріотичну позицію елементарним бажанням наживи. Причому, можливості відповіді йому надано не було.

Не зважаючи на це, кількість Чорного піару була помітно меншою. Це тимчасовий фактор, але, це дозволило сьогодні провести відносно чесну гонку. Вагомим фактором став рівень політичної культури електорату, який підвищився. Такий електорат вже складно надурити. Отже, чорні технології зобов’язані бути вишуканішими.

Список використаних джерел

1. Святослав Хоменко “Избирательные нарушения 2014: подкуп, джинса, чёрный пиар” [режим доступу]: <http://prportal.com.ua/Peredovitsa/izbiratelnye-narusheniya-2014-podkup-dzhinsa-i-chernyy-piар>.
2. Звіт місії спостереження ENEMO, [режим доступу]: http://www.zhitomir.info/news_140334.html
3. Дар’я Черкашина “Полтавщина: “Чорний піар” проти кандидата-самовисуванця Володимира Пилипенко”. [режим доступу]: <http://opora.ua.org/osbb/article/6816-poltavshchyna-lchornyj-piарr-proty-kandydata-samovysuvancja-volodymyra>

pylypenko

4. Звіт громадської організації ОПОРА. “Чорний піар: 95-й округ закидали листівками”, [режим доступу]: <http://www.kotsubynske.com.ua/2014/10/23>

5. Дмитро Десятерик “Дуже Чорний піар”, [режим доступу]: <http://uainfo.org/blognews/422738-duzhe-chorniy-par-na-obolon-ostann-dn-htos-seryozno-vzyavysya-za-bleckogo.html>

6. Патруль Євгеній “Кіровоградщину заповнив Чорний піар” [режим доступу]: <http://gre4ka.info/suspilstvo/13736-kirovohradshchynu-zapolonyv-peredvyborchyi-chorniy-piar>

7. Звіт громадської організації ОПОРА “ЧОРНИЙ ПІАР ПО – ФРАНКІВСЬКІ”, [режим доступу]: <http://zl.if.ua/>

References

1. Svyatoslav Khomenko “Yzbyratel'nye narusheniya 2014: podkup, dzhynsa, chernyy pyar” [rezhym dostupu]: <http://prportal.com.ua/Peredovitsa/izbiratelnye-narusheniya-2014-podkup-dzhinsa-i-chernyy-piar>.

2. Zvit misiyyi sposterezheniya ENEMO, [rezhym dostupu]: http://www.zhitomir.info/news_140334.html

3. Dar'ya Cherkashyna “Poltavshchyna: “Chornyy piar” proty kandydata-samovysuvantsya Volodymyra Pylypenko”. [rezhym dostupu]: <http://oporaua.org/osbb/article/6816-poltavshchyna-lchornyy-piarr-proty-kandydata-samovysuvancja-volodymyra-pylypenko>

4. Zvit hromads'koyi orhanizatsiyi OПОРА. “Chornyy piar: 95-y okruh zakydaly lystivkami”, [rezhym dostupu]: <http://www.kotsubynske.com.ua/2014/10/23>

5. Dmytro Desyaterik “Duzhe Chornyy piar”, [rezhym dostupu]: <http://uainfo.org/blognews/422738-duzhe-chorniy-par-na-obolon-ostann-dn-htos-seryozno-vzyavysya-za-bleckogo.html>

6. Patrul' Yevheniy “Kirovohradshchynu zapovnyv Chornyy piar” [rezhym dostupu]: <http://gre4ka.info/suspilstvo/13736-kirovohradshchynu-zapolonyv-peredvyborchyi-chorniy-piar>

7. Zvit hromads'koyi orhanizatsiyi OПОРА “ChORNYI PIAR PO – FRANKIVS'KI”, [rezhym dostupu]: <http://zl.if.ua/>

Denisova A. Y., graduate student of department of political science, Donetsk national university (Ukraine, Donetsk), khyenko.m@gmail.com

Black PR during the parliamentary elections in 2014

Article is devoted to the use of “black” PR technologies during the parliamentary election campaign in 2014. The article describes the most interesting examples of black PR, which was used in the majority districts, and prospered. The author concludes that in 2014, “black” technology used in smaller amounts, compared to previous years. This is due to the fact that today’s elections took place against the backdrop of the tragic events of the war. This means that any campaign may be perceived negatively. Disillusionment with politics has changed the confidence that together – society can change the course of history. This has led to an increase in political culture, political activity and improve the quality of black PR.

Keywords: Black PR, political culture, manipulative techniques, campaign 2014, a military public relations.

Денисова А. Ю., аспирант кафедри політології, Донецький національний університет (Україна, Донецьк), khyenko.m@gmail.com

Черный пиар во время парламентских выборов 2014 года

Статья посвящена использованию “черных” пиар-технологий во время парламентской предвыборной кампании 2014 года. В статье рассмотрены наиболее интересные примеры Черного пиара, который использовался в мажоритарных округах и имел успех. Автор пришел к выводу, что в 2014 году, “черные” технологии использовались в меньшем количестве, по сравнению с предыдущими годами. Это связано с тем, что сегодняшние выборы проходили на фоне трагических военных событий, а это значит, что любая агитация может восприниматься негативно. Разочарованность в политике изменилась уверенностью, что вместе – общество способно изменить ход истории. Это привело к росту политической культуры, политической активности и повышению качества Черного пиара.

Ключевые слова: Черный пиар, политическая культура, манипулятивные технологии, предвыборная кампания 2014, военный пиар.

* * *

УДК 32.019.51

Алейникова С. М.

кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник НИИ теории и практики государственного управления Академии управления при Президенте Республики Беларусь (Беларусь), vasilchuk84@bk.ru

“Духовность–ОПК–Светскость” – “Святая Троица” РОССИЙСКОЙ ИДЕОЛОГИИ

Поиск национальной идеи России, формирование религиозно-политического единомыслия, проблемы сохранения и межпоколенной передачи социокультурных ценностей – остро актуальные задачи современной российской идеологии. Решение подобных глобальных задач все чаще связывают с деятельностью Русской православной церкви (РПЦ), которой отводится значимая роль в “перекодировании” как прошлого страны, так и формировании ее будущего – в первую очередь, в лице подрастающего поколения.

В данном контексте автором рассматривается один из ведущих российских идеологических трендов “Духовность–ОПК–Светскость”, в последние годы активно внедряемый в общественное сознание. Однако концепты духовности и светскости не лишены внутренних противоречий, а введение в российских школах “Основ православной культуры” сопровождалось острыми дискуссиями, способствовавшими не столько консолидации, сколько скрытой конфронтации общества.

Ключевые слова: образование, светскость, Русская православная церковь, национальная идея, религиозная политика, свобода совести.

(статья друкється мовою оригіналу)

Кризис идентичности и проблемы легитимизации политической власти, с одной стороны, и неоднозначное восприятие на постсоветском пространстве любой официальной идеологии, с другой стороны, обусловили необходимость поиска и разработки новых ценностных ориентиров, идеологических трендов, моделей и схем, инструментом реализации которых все чаще выступает Русская православная церковь (далее – РПЦ).

В последние годы одним из ведущих российских идеологических трендов становится конструкция “Духовность–ОПК–Светскость”, активно внедряемая в общественное сознание и призванная поддержать широко пропагандируемую декларацию религиозно-политического единомыслия российского общества. В то же время концепты духовности и светскости не лишены внутренних противоречий, а введение ОПК в российских школах сопровождалось острыми дискуссиями, способствовавшими не столько консолидации, сколько скрытой конфронтации общества.

Духовность

Именно концепт “духовности” на сегодняшний день можно обозначить как один из самых популярных в политической и конфессиональной риторике, и в то же время наиболее “размытых” в семантическом плане. Духовность традиционно противопоставляется процессам вестернизации и релятивизации ценностных систем, выступая в качестве образа безусловного “друга” и одного из главных ориентиров разработки национальной идеи, способствующей сохранению социокультурной идентичности и консолидации российского общества.

Сам термин духовности в обыденном понимании отождествляется с верой в сверхъестественное и, как правило, ставится в один ряд с традиционной религиозностью. Однако духовность более обоснованно можно обозначить как смысловое новообразование-“новодел”, что в значительной мере подменяет его