

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ И ДУХОВНОЙ ЖИЗНИ SOCIOLOGY OF CULTURE AND SPIRITUAL LIFE



Оригинальная статья

УДК 327

DOI: 10.18413/2408-9338-2021-7-4-1-2

Безнюк Д. К.

Религиозный фактор в социальном управлении:
опыт социологического прочтения

Государственное научное учреждение «Институт социологии Национальной академии наук
Беларуси»
ул. Сурганова, 1, корп. 2, Минск, 220072, Республика Беларусь
mayo-r-r-r@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблема выявления и реализации управленческого потенциала религии в условиях секулярного общества и требований предельного рационализма в управленческой деятельности. Автор предлагает методологические схемы из области религиоведения и социологии религии, которые могут служить базой анализа возможностей религии в сфере социального управления: М. Вебер (религиозная мотивация нерелигиозного действия), теории секуляризации (факт видоизменения религии), Р. Белла (теория «гражданской религии»), Н. Смарт (сравнительный анализ религиозных и светских идеологий). Наиболее репрезентативным полем применения этих схем выступает взаимодействие религиозного и иных социальных институтов. На основе функционального и структурного анализа религии возможно установить ее характеристики, которые в теории и на практике можно представить, как условия и инструменты управленческой деятельности. В рамках разницы восприятия религиозной веры разными людьми, религия, как инструмент социального управления, используется с разной интенсивностью, в разных формах и разных культурных «упаковках». В качестве примера такой ситуации автор предлагает рассмотреть особенности корпоративной культуры как специфической сферы сращивания религии и системы управления. В современной теории и практике организационной культуры предлагается выделять логику построения корпоративной культуры по лекалам религиозной культуры: корпоративная культура, бренд, реклама, система связи с потребителем выстраиваются в рамках системы, которая содержит слишком много аналогий с религией.

Ключевые слова: религия; религиозный фактор; управление; социальный фактор; корпоративная культура; секуляризация

Информация для цитирования: Безнюк Д. К. Религиозный фактор в социальном управлении: опыт социологического прочтения // Научный результат. Социология и управление. 2021. Т. 7, № 4. С. 180-190. DOI: 10.18413/2408-9338-2021-7-4-1-2.

Dmitry K. Bezniuk 

**Religious factor in social governance:
experience in sociological reading**

National Academy of Sciences of Belarus, Institute of Sociology
bld. 2, 1 Surganov St., Minsk, 220072, Republic of Belarus
mayo-r-r@mail.ru

Abstract. The article deals with the problem of identifying and realizing the managerial capacity of religion in a secular society and the requirements of extreme rationalism in managerial activity. The author offers methodological schemes from the field of religious studies and sociology of religion, which can serve as a basis for analyzing the possibilities of religion in the field of social management: M. Weber (religious motivation for non-religious action), the theory of secularization (the fact of the modification of religion), R. Bellah (the theory of “civil religion”), N. Smart (comparative analysis of religious and secular ideologies). The interaction of religious and other social institutions is the most representative field of application of these schemes. It is possible on the basis of a functional and structural analysis of religion to establish its characteristics, which in theory and practice can be presented as conditions and tools of management activity. Religion, as an instrument of social management, is used with different intensity, in different forms and in different cultural “packages” within the framework of the difference in the perception of religious faith by different people. The author proposes to consider the features of corporate culture as a specific sphere of fusion of religion and the management system as an example of such a situation. It is proposed in modern theory and practice of organizational culture to single out the logic of building corporate culture according to the patterns of religious culture: corporate culture, brand, advertising, a system of communication with the consumer are built within a system that contains too many analogies with religion.

Keywords: religion; religious factor; management; social factor; corporate culture; secularization

Information for citation: Bezniuk, D. K. (2021), “Religious factor in social governance: experience in sociological reading”, *Research Result. Sociology and management*, 7(4), 180-190. DOI: 10.18413/2408-9338-2021-7-4-1-2.

Введение (Introduction). Социальное управление, что давно является хрестоматийной истиной, надо рассматривать как важнейший фактор успешного существования (функционирования и развития) общественной системы любого масштаба – от отдельной фирмы до международного объединения. При поиске факторов, повышающих эффективность управленческой деятельности, ее субъекты все чаще обращаются к культурным сюжетам, которые, на первый взгляд, далеки от области управления. Одним из таких сюжетов ока-

зывается сфера религии. Российский менеджер А. Абрамов как-то заметил, что «наука управления была создана не в девятнадцатом веке, а три тысячелетия до нашей эры. Ровно четыре тысячелетия назад! И уж точно не Тейлором, Макдауэллом и прочими уважаемыми учеными нашего времени. Оказывается, Библия – это еще и книга об управлении» (Абрамов, 2004: 2).

Современная теория и практика управления обязательно должны распространять свой интерес на проблему изуче-

ния и использования управленческого потенциала религии: не использовать потенциал религии как инструмента социального управления, значит упускать возможность повысить его эффективность. Особенно это актуально в периоды трансформации социальных систем: советский и российский историк А. Кузьмин, например, замечательно продемонстрировал переход роли религиозного фактора в социально-политическом управлении древней Руси с языческого к христианскому в связи с изменением запросов правящей элиты и базовых ценностных установок населения (Кузьмин, 1988).

Целью статьи выступает предварительное обобщение материалов и уточнение следующей проблемы: насколько иррациональное (религия) востребовано рациональным (социальное управление, менеджмент) и как иррациональное (религиозные и квазирелигиозные схемы) существует в поле рационального (реальные управленческие практики, корпоративная культура). Болгарский исследователь В. Проданов замечает, что «изменения в форме, средствах и измерениях насилия связаны с ростом инструментальной рациональности, которую несет с собой капитализм, и это означает взрывную рационализацию средств, которые сами по себе становятся самоцелью» (Проданов, 2005: 72). Эта позиция может быть распространена на сферу управления (которая без той или иной степени насилия не существует), но требует уточнения по поводу декларируемой «рациональности».

Методология и методы (Methodology and methods). Методологической базой реализации заявленной цели выступают вполне осязаемые истины, которые были добыты и апробированы в рамках религиоведения (включая, социологию религии) периода XIX-XX веков. Мы имеем в виду, во-первых, функционалистский подход и, во-вторых, его приложение в рамках анализа межинституционального взаимодействия религии.

По поводу функционализма следует отметить следующее. Саму по себе социальную функцию религии следует понимать, как характер и направление воздействия религии на общество и его подсистемы. Западный религиовед и писатель М. Томпсон настаивает, что «невозможно как следует понять общество, будь то в глобальном или локальном масштабе, не осознавая, какую роль играла и играет в нем религия» (Томпсон, 2001: 8). Роль религии – результат выполнения ею целого набора социальных функций, позволяющих относиться к религии как необходимому элементу истории, культуры и общества.

Стоит обратить внимание на то, что многие социологи, анализируя роль религии в обществе и механизмы ее воспроизводства, указывали на такие функции, которые можно отнести к сюжетам социального управления. Например, Г. Тард в своей «Социальной логике» писал, что религия – есть первая форма социального управления мыслями и поступками людей: «она является вначале единственным правилом для их верований и единственной уздой для их желаний» (Тард, 1996: 187). Э. Дюркгейм настаивал на солидаризирующей функции религии, на ее способности сплачивать коллектив (Дюркгейм, 2018). Его последователь, британский антрополог А. Рэдклифф-Браун напрямую связывал функции религии с социальными потребностями группы (общества): религия – это средство социального контроля, которое предотвращает девиантное поведение и способствует упрочению социальной интеграции и стабильности. Американский социолог Т. Парсонс указывал на узаконивающую функцию религии, функцию ограничения действий членов общества через обоснование системы норм и ценностей.

Однако, сделаем оговорку, что при функциональном анализе религии (с целью экспликации ее управленческого потенциала) необходимо четко представлять себе методологические особенности этого ана-

лиза, а именно следующие положения: одно явление может выполнять различные по значимости функции и одна и та же функция может выполняться различными элементами системы (на этом настаивал Р. Мертон); выделение универсальных (вневременных) функций носит условный характер; различные религии могут выполнять неодинаковые функции в одинаковых условиях; одна и та же религия в различных условиях (культура, время) может выполнять различные (даже противоположные) функции.

По поводу анализа межинституционального взаимодействия (взаимодействия и взаимовлияния религии и других институтов, а шире, и других социальных процессов и явлений) необходимо указать на то, что он позволяет взглянуть на религию не как на архаичный, музейный экспонат в рамках современного общества и культуры, а как на вполне «рабочий» элемент социальной системы. Эта работоспособность определяется некоторыми специфическими характеристиками религии, которые и лежат в плоскости нашего исследования – связи религии и социального управления – и концентрируется в понятии религиозного фактора.

Белорусский исследователь А. В. Шерис, анализируя смысловой спектр применения понятия «религиозный фактор», обнаруживает его использование в трех контекстах: «во-первых, в общественно-политическом измерении, когда речь идет об общественных событиях или тенденциях, причины которых усматриваются во влиянии религии. Так, например, упоминание о религиозном факторе на Северном Кавказе или Ближнем Востоке вызывает вполне определенные ассоциации с конфликтами, где одна из сторон принадлежит исламскому миру. Во-вторых, «религиозный фактор» может фигурировать в контексте общесоциального влияния религии. В этом случае речь идет о воздействии религии на цивилизационные особенности, культуру, социальные структуры, процессы и т.п. В-третьих, в психологическом

контексте «религиозный фактор» может обозначать воздействие религии на социально-психологические параметры как индивида, так и группы. В этой связи речь обычно идет о негативном влиянии закрытых религиозных организаций (например, тоталитарных сект) на психику и социальную активность людей» (Шерис, 2014: 110).

Так или иначе, речь идет о возможности религии влиять на какую-либо характеристику социальной системы, а влияние (осуществляемое сознательно, с какой-либо определенной целью) есть составная часть управления, что и порождает интерес к возможности практического использования религии в рамках социального управления.

Здесь опять необходимо сделать методологическое отступление. Рассуждая о связи религии и политики, известный российский религиовед Л. Н. Митрохин, задался вопросом о наличии у религии некоторых особенностей, позволяющих «объяснить ее исторически ранний альянс с официальной политикой и эффективность защиты последней» (Митрохин, 2008: 623). Ответ на этот вопрос, полезен для нашего исследования, так как он достаточно универсален в контексте управленческих возможностей религии.

Первой такой особенностью религии выступает ее язык. Особенность религии в качестве управленческой схемы заключается в символическом языке, который: 1) понятен народу и 2) абстрактен и гибок (пластичен), что дает простор для ситуативных интерпретаций. Например, гуситские войны XV века, где рождение чешской нации и ее борьба за место под солнцем против немецких и австрийских феодалов, шли на языке религии. Под видом богословской дискуссии о форме причастия – вино и хлеб (опресноки) для духовенства или только хлеб для остальных – выражалось противостояние интересов классовых и национальных групп, проживавших на чешских землях Священной Римской империи. Язык религии, прежде

всего, язык чешской Реформации, сумел четко выразить и эффективно донести до адресата национальные и классовые интересы коренных жителей Чехии, способствовал идеологической и военной мобилизации населения, легитимизировал насильственные действия.

Второй особенностью можно считать то, что в любой религиозной культуре (цивилизации) религия есть закономерный, а иногда и решающий способ систематизации и оформления стихийно складывающегося сознания социальных групп и условий о должном порядке и соответствующей системе его достижения и поддержания, то есть системе управления. «... Религия обладает способностью представлять конкретные классовые интересы в форме общечеловеческих, универсальных ценностей» (Митрохин, 2008: 628), служить управленческо-организационной сердцевиной массовых движений и масштабных социальных процессов. Ярким примером может выступать ситуация первого крестового похода 1096 года. Его идея, как и идея всего крестового движения, берет своё начало в обстановке конца раннего Средневековья, когда тогдашняя Европа столкнулась с ростом внутренних военных конфликтов в рамках перераспределения и без того скудных материальных ресурсов. Говоря языком Л. Н. Гумилева, внутренняя пассионарность, грозящая взорвать устоявшийся порядок и систему управления, требовала выхода. Способом ее канализирования во вне и стали крестовые походы. Благословляя крестовый поход 26 ноября 1095 года, папа Урбан II сказал: «... От пределов Иерусалима и из города Константинополя к нам пришла важная грамота, и прежде часто доходило до нашего слуха, что народ персидского царства, народ проклятый, чужеземный, далекий от бога, отродье, сердце и ум которого не верит в господа, напал на земли тех христиан, опустошив их мечами, грабежом и огнем, а жителей отвел к себе в плен или умертвил... церкви же божии или срыл до основания, или обратил на

свое богослужение... Кому же может предстоять труд отомстить за то и исхитить из их рук награбленное, как не вам... Вас побуждают и призывают к подвигам предков величие и слава короля Карла Великого... и других ваших властителей... В особенности же к вам должна взывать святая гробница Спасителя и Господа нашего, которою владеют нынче нечестные народы... Земля, которую вы населяете, сдавлена отовсюду морем и горными хребтами, и вследствие того она сделалась тесною при вашей многочисленности: богатствами она необильна, и едва дает хлеб своим обработывателям. Отсюда происходит то, что вы друг друга кусаете и пожираете, ведете войны и наносите смертельные раны. Теперь же может прекратиться ваша ненависть, смолкнет вражда, стихнут войны и задремлет междоусобие. Предпримите путь ко гробу святому; исторгните ту землю у нечестного народа и подчините ее себе. Земля та... «течет медом и млеко». Иерусалим – плодоноснейший перл земли, второй рай утех...» (цит. по Ракузина).

Л. Н. Митрохин отмечает, что в конкретных исторических условиях создание цельной программы, «могущей приводить в действие большие массы людей, было возможно лишь в рамках и средствами религии, способной придать им универсальную, завершённую мировоззренческую форму» (Митрохин, 2008: 630). И не надо наивно полагать, что эти исторические условия прошли. В XXI веке существуют мощные социальные и политические движения и партии, которые вдохновляются религиозными мотивами.

Третья особенность религии, интересующая нас в контексте ее связи с управлением, заключается в том, что и религия, и управление опираются на идеологию порядка и требуют соблюдения строгой системы норм и предписаний, за которыми стоят общие для группы ценности. Этот порядок, в конце концов, сам выступает как высшая ценность, которая, в конкретных исторических и культурных условиях допускает или не допускает его развитие

(изменение, модернизацию). Эту ситуацию, относительно религии, но с возможностью экстраполяции на какую-либо управленческую программу (политическую, организационную и пр.), прекрасно описал Э. Фромм, выделивший гуманистическую и авторитарную тенденции в функционировании религии. В своей работе «Психоанализ и религия» он писал: «Вопрос не в том, *религия или ее отсутствие*, но в том, *какого рода религия*: или это религия, способствующая человеческому развитию, раскрытию собственно человеческих сил, или религия, которая эти силы парализует» (Фромм, 1989: 161). Суть гуманистической тенденции выражена в следующих положениях религиозного вероучения (ранний буддизм, даосизм, учение пророка Исаи, раннее христианство): утверждение самоценности человеческого бытия; стимулирование возможности самореализации (самосовершенствования) человека; воспитание чувства любви, единства и равенства среди людей; Бог выступает как символ человека, идеал совершенства и нравственной чистоты; познание и самопознание через разум; возвышение человека над природой (человек-творец); «жизнь в Боге» понимается не как механический магический ритуал, а как творчество и самовозрастание; преобладание духовности над иными (политическими, социальными, экономическими, эстетическими и т.п.) ценностями.

Авторитарная тенденция заключена в следующих установках (их Э. Фромм находит в иудаизме, позднем христианстве и исламе): признание стоящей над человеком сверхсущности, управляющей его судьбой и требующей поклонения и служения; причина поклонения божеству кроется не в его моральном авторитете, а в страхе перед его непредсказуемой силой (Бог – не любовь и справедливость, а власть и сила); сближение с этим божеством невозможно, оно в запредельном для человеческих сил мире; как следствие всего этого религиозность сводится к механическому ритуалу, заклинанию, магической

формуле; вера в личную или групповую богоизбранность.

В конечном счете, самым «существенным элементом авторитарной религии и авторитарного религиозного опыта является полная капитуляция перед силой, находящейся за пределами человека. Главная добродетель этого типа религии – послушание, худший грех – непослушание» (Фромм, 1989: 161).

Говоря о причинах, вызывающих к жизни ту или иную тенденцию, Э. Фромм указывал на весь способ жизненной практики, точнее, социально-экономическую и политическую структуру общества. Авторитарная тенденция суть следствие дегуманизирующих мотивов религии, которые появляются в результате институционализации (социального оформления) культовых систем, ведущей к приспособлению ранней проповеди к настоящим политическим и экономическим условиям. «В обществах, которые управляются могущественным меньшинством, держащим массы в подчинении, индивид настолько охвачен страхом, настолько неспособен к сильному и независимому чувству, что его религиозный опыт с необходимостью окажется авторитарным» (Фромм, 1989: 167). Позволим отметить, что это распространяется не только на религию, но и на ситуацию социального управления как такового.

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion). Заканчивая методологическое отступление, возвратимся к анализу религиозного фактора, то есть возможностей религии влиять на какую-либо характеристику социальной системы.

Естественно, что система социального управления является многоуровневым образованием. Это дает возможность предположить многовариантность использования религии как инструмента влияния и управления: на различных уровнях общественной системы, в различных ее сферах и институтах следует искать «местные», особенные механизмы использования религиозного фактора. Уместно обра-

титься к схеме немецкого социолога и экономиста М. Вебера «протестантизм – капитализм», в рамках которой он попытался обосновать тезис о том, что религия – мощный механизм мотивации нерелигиозных форм поведения человека, в частности экономического поведения (см. Вебер, 1990: 61-272).

На практике с таким инструментом социального управления как религия следует обращаться исходя из особенностей восприятия религии конкретным социальным субъектом (человеком, группой, культурной общностью). В религиоведении (в частности, в социологии религии) это восприятие отражено в типологии состояний сознания субъекта: религиозный, квазирелигиозный, колеблющийся и нерелигиозный типы. Возможны и другие типологии, и классификации, но главное заключается в том, что на процедурном уровне социального управления речь идёт о том, что восприятие религии у различных субъектов различно: религия имеет для разных субъектов разный удельный вес, содержание, мобилизационный потенциал... Например, возможно выделить следующие формы восприятия религии субъектом – религия есть:

культурно-историческая традиция, признак принадлежности к конкретному обществу, этносу, культуре;

вера и культ в традиционном смысле; особый вид знания (ситуация, когда человек добивается когнитивного комфорта, ищет такое знание, которое альтернативно как классической науке, так и традиционной религии);

полусветская-полусакральная идеология, мотивирующий комплекс действий, выходящих за рамки религиозных действий: эксплуатация религиозных идей в другом поле – политике, бизнесе и пр.

Знание о специфике восприятия религии тем или иным субъектом (объектом управления) может позволить субъекту управления более полно использовать свои возможности.

В свое время автор этих строк предложил обратить внимание на ситуацию проникновения в поле рационального организационного (корпоративного) менеджмента иррациональных, схожих с религиозной сферой, сюжетов, повышающих эффективность управленческих программ (Безнюк, 2004).

В качестве объяснительной основы такого факта можно опираться на несколько теоретико-методологических схем, разработанных в рамках западной социологии религии:

1. М. Вебер, анализируя этику протестантов (кальвинистов, прежде всего), обнаружил совпадение требований *религиозной* протестантской этики и *светских* норм поведения успешного, рачительного хозяина. Этим он объяснял экономический успех протестантских стран и регионов.

2. Изучение процессов секуляризации западной культуры привело некоторых социологов (Р. Белла, Т. Лукман, П. Бергер и др.) к выводу, что религия не исчезает, как того требует формальная логика секуляризма, а видоизменяется, приспособляется к новым условиям по форме, но не по сути.

3. Американский религиовед Р. Белла, анализируя особенности религиозной и политической жизни США, предложил понятие «гражданская религия». Ее содержание – непротиворечивое смешение и симбиоз религиозных и политико-гражданских сюжетов, важных для американского народа. Как заметил В. Легойда «Бог гражданской религии, по словам Беллы, в большей степени имеет отношение к порядку, закону и праву, чем к спасению и любви» (Легойда, 2007).

4. Британский религиовед Н. Сمارт, разрабатывая свой проект «философии мировоззрений», предложил аналитическую схему сравнительного анализа религиозных и светских идеологий. Они обе не имеют принципиальных различий в качестве средства направлять человека относительно смысла жизни (Smart, 1968).

В качестве примера «работы» этих теоретико-методологических схем можно привести анализ феномена корпоративной культуры, в рамках которого обнаруживается парадоксальная ситуация совпадения требований рационального управления с характером поведения верующего человека.

Корпоративная культура как модель поведения компании и ее сотрудников, формируется в ходе функционирования компании и представляет собой материализацию ее философии – норм, ценностей, видение развития и миссии, форм взаимодействия и так далее. Корпоративная культура распространяется не только на сотрудников, в ее орбиту вовлекается и потребитель, клиент.

В корпоративной культуре обнаруживаются структурно-функциональные и социально-психологические аналоги религии, позволяющие ей (корпоративной культуре) быть средством, способом, механизмом управления.

Базовые элементы корпоративной культуры – миссия организации, ее базовые цели, кодекс поведения и пр. – полностью соответствуют по значению и функциям таким компонентам религии, как сакральное, вероучение (догматика), заповеди (праведный образ жизни).

Психологическое подобие наблюдается в том, что корпоративная культура преподносится сотруднику не только как предпочтительная, но как единственно возможная модель организации его поведения и мышления, а модель поведения на рабочем месте превращается в моральный кодекс жизнедеятельности. Трудовой коллектив (часто звучит аналогия с семьей, вторым домом) становится подобен религиозному братству, а вполне светские элементы корпоративной культуры (миссия, товарный знак) переключиваются в сферу сакрального.

Знаковые брэнды начинают функционировать в светском пространстве как религиозные символы. Практически, по аналогии со схемами Н. Смарта, они:

- всеобъемлющи (жизнь, здоровье, счастье, смысл);
- выражают (по сценарию разработчиков) жизненно необходимые состояния (успешность, престижность, комфортность и т.п.);
- требуют полного восприятия и преданности как гарантии конечного результата;
- являются самодостаточными и сами готовы породить окружающую среду (сопутствующие товары и товары с генеральным логотипом).

Религиозное восприятие брэнда требует соответствующего поведения, на этот раз со стороны потребителя. И такое поведение появляется – вера материализуется через поведение: сотни и тысячи фанатов Apple ночуют под дождем у дверей магазинов накануне начала продаж нового гаджета любимой фирмы...

Разумеется, что производство такого брэнда требует не простой «фабричной» обстановки, именно корпоративной культуры – культуры избранности и принадлежности чему-то великому, дарящему миру нечто необходимое и уникальное. Примечательно, что многие специалисты только так и видят функционирование корпоративной культуры, только в таком качестве и предлагают «раскручивать» собственный товар до степени «корпоративной религии» (Кунде, 2002).

Можно предположить, что, исходя из такой логики, главной задачей корпоративной культуры становится воспитание у персонала своеобразного культового сознания: требуется не логика, а вера в правильность форм организации и управления в своей фирме. Достаточно взглянуть на формулировки миссий и слоганы подобных корпораций, чтобы заметить аналоги религиозно-миссионерских мотивов.

Последнее весьма характерно для «коммерческих культов», которые действуют по схемам религиозных сект и тайных обществ. Сотрудников этих коммерческих структур воспитывают в преданности миссии организации, в почти сверхъ-

естественные свойства распространяемого товара, в вере в истинность существующей схемы действия.

Абсолютно верный тезис о важности и необходимости наличия корпоративной культуры, на практике может быть доведен до ситуации стирания границ между светским и сакральным, за которой следует подмена одного другим.

Заключение (Conclusions). В заключение предложим два тезиса. Первый касается реальной возможности зафиксировать иррациональность корпоративной культуры, которая преподносится важнейшим элементом эффективности организации и ее управления, с одной стороны, и, с другой стороны, зафиксировать (по аналогии) некоторого рода иррациональность современного (а priori рационального) социального управления. Эта ситуация хорошо ложится в логику развития «философии менеджмента»: оборудование – персонал – технология. Отцы-основатели научного (рационалистического) менеджмента рубежа XIX-XX веков делали ставку на правильную организацию и использование связки «машина – рабочий», когда человек выступал вторичным элементом. Позже, когда техническое оборудование у производителей сравнялось по качеству и доступности, ставку сделали на качество персонала – выиграть у конкурентов можно только за счет профессионализма исполнителей: «потогонная система» Г. Форда уступила место «гуманистическому менеджменту» и теории человеческих отношений. Когда же качество персонала, как и в случае с оборудованием, сравнялось у всех участников рынка, встал вопрос о поиске нового средства победы в конкурентной борьбе. Им стала технология, в самом широком смысле слова, алгоритм сочетания этапов достижения цели. Здесь и появилась возможность иррационализации управления в смысле осознанной иррационализации работника и/или потребителя – цель оправдывает средства...

Второй тезис заключается в том, что инструментом такой иррационализации вполне может выступать религия. Религиоведы фиксируют, что, несмотря на масштабный и длительный (приблизительно с XV века) процесс секуляризации, религия не теряет своего значения в сфере социального управления: ее управленческий потенциал, может не в тех масштабах и не в той форме, как раньше, но остается востребованным и реализуется в двух основных формах:

- в форме прямого воздействия, например, когда мы обнаруживаем религиозный фактор в политической сфере: религия выступает непосредственным мотивом какого-либо политического действия или составной частью политической идеологии (здесь уместно вспомнить ситуацию с религиозно-политическими конфликтами в разных регионах современного мира);

- в косвенной форме специфически трансформированного эквивалента классической религии, квазирелигиозного элемента культуры: от «гражданской религии» Р. Белла до «корпоративной религии» Й. Кунде. В отличие от прямого воздействия религиозного фактора, здесь мы имеем дело с манипулятивными элементами в системе управления, с использованием адаптированных под светскую среду религиозных техник.

Итак, накопленный современной социологией (в частности, социологией религии) исследовательский арсенал позволяет: а) перевести проблему секуляризации религии в плоскость поиска новых форм трансформации последней (как способа приспособления к доминированию светского) в сфере социального управления и организационного менеджмента и б) проблематизировать ситуацию проникновения в поле рациональных управленческих практик иррациональных (религиозных / квазирелигиозных) сюжетов, с целью повышения эффективности управленческих воздействий.

Список литературы

Абрамов А. Библия в стиле «Бизнес». Бизнес в стиле «Библия». СПб.: Издательский дом «Би», 2004. 171 с.

Безнюк Д. К. Религия как фактор современного управления // Проблемы теории и практики управления. 2004. № 6. С. 119-124.

Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.

Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии. М.: Дело, 2018. 736 с.

Кузьмин А. Падение Перуна. М.: Молодая гвардия, 1988. 240 с.

Кунде Й. Корпоративная религия. Создание сильной компании с яркой индивидуальностью и корпоративной душой. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Петербурге, 2002. 270 с.

Легойда В. Гражданская религия: pro et contra, 2003. URL: http://www.religare.ru/2_1555.html (дата обращения: 15.09.2021)

Митрохин Л. Н. Философские проблемы религиоведения. СПб.: Издательство РХГА, 2008. 1046 с.

Проданов В. Насилието в модерната епоха. София: Издательство «Захарий Стоянов», Университетско издателство «Св. Климент Орхидски», 2005. 648 с.

Ракузина И. Крестовые походы, 2008 г. URL: http://www1.rfi.fr/acturu/articles/107/article_1846.asp (дата обращения: 15.09.2021)

Тард Г. Социальная логика. СПб.: Ладоса, 1996. 548 с.

Томпсон М. Философия религии. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. 384 с.

Фромм Э. Психоанализ и религия // Сумерки богов. М.: ИПЛ, 1989. С. 143-221.

Шерис А. В. Вера, стабилизирующая общество. Некоторые аспекты влияния религиозной ситуации на обеспечение национальной безопасности Беларуси // Беларуская думка. 2014. № 7. С. 72-77.

Smart N. *Secular Education and the Logic of Religion*. London: Faber and Faber, 1968. 106 p.

References

Abramov, A. (2004), *The Bible in the style of "Business". Business in the style of "The Bible"*, Publishing House "Bi", St. Petersburg, Russia. (In Russian)

Beznyuk, D. K. (2004) "Religion as a factor of modern management", *Problems of manage-*

ment theory and practice, (6), 119-124. (In Russian)

Weber, M. (1990), *Selected Works*, Progress, Moscow, Russia. (In Russian)

Durkheim, E. (2018), *Elementary forms of religious life: the totemic system in Australia*, Delo, Moscow, Russia. (In Russian)

Kunde, J. (2002), *Building a strong company with a strong personality and corporate soul*, Stockholm School of Economics in St. Petersburg, St. Petersburg, Russia. (In Russian)

Kuzmin, A. (1988), *Fall of Perun*, Molodaya gvardiya, Moscow, Russia. (In Russian)

Legoyda, V. (2003), "Grazhdanskaya religiya: pro et contra" [Online], available: http://www.religare.ru/2_1555.html (Accessed 15 September 2021). (In Russian)

Mitrokhin, L. N. (2008), *Philosophical problems of religious studies*, Publishing House of the RKhGA, St. Petersburg, Russia. (In Russian)

Prodanov, V. (2005), *Violence in the modern era*, Zahariy Stoyanov Publishing House, St. Kliment Orhidski, Sofia, Bulgaria. (In Russian)

Rakuzina, I. (2008), *Krestovye pohody* [Online], available: http://www1.rfi.fr/acturu/articles/107/article_1846.asp (Accessed 15 September 2021). (In Russian)

Tarde, G. (1996), *Social logic*, Ladoga, St. Petersburg, Russia. (In Russian)

Thompson, M. (2001), *Philosophy of Religion*, FAIR-PRESS, Moscow, Russia. (In Russian)

Fromm, E. (1989), "Psychoanalysis and Religion", in *Twilight of the Gods*, IPL, Moscow, Russia, 143-221. (In Russian)

Sheris, A. V. (2014), "Faith that stabilizes society. Some aspects of the influence of the religious situation on ensuring the national security of Belarus", *Belarusian thought*, (7), 72-77. (In Russian)

Smart, N. (1968), *Secular Education and the Logic of Religion*, Faber and Faber, London.

Статья поступила в редакцию 20 сентября 2021 г. Поступила после доработки 28 ноября 2021 г. Принята к печати 10 декабря 2021 г.

Received 20 September 2021. Revised 28 November 2021. Accepted 10 December 2021.

Конфликты интересов: у автора нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflicts of interest to declare.

Безнюк Дмитрий Константинович, доктор социологических наук, профессор, заместитель директора по научной работе Института социологии Национальной академии наук Беларуси, Минск, Республика Беларусь.

Dmitry K. Bezniuk, Doctor of Sociological Science, Full Professor, Deputy Director for Science, Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Republic of Belarus.