

## Диалог между государством и религией как основа для принятия управленческих решений: опыт исследования в регионах Северо-Запада

Байер Ю. П.<sup>1</sup>, Коваленко В. Д.<sup>1, \*</sup>, Родионова Е. В.<sup>2</sup>, Сяндюков Н. К.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация); \*vl.workvl@yandex.ru

<sup>2</sup>Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация

### РЕФЕРАТ

Статья опирается на результаты крупного исследовательского проекта «Государство и религия на Северо-Западе: социологический анализ», который был проведен СЗИУ РАНХиГС в 2020 г. и был направлен на разработку и внедрение междисциплинарной методологии анализа религиозной ситуации в Северо-Западном федеральном округе. В статье приводятся результаты исследования взаимоотношения государства и религиозных институтов по пяти регионам Федерального округа. Авторы анализируют актуальные теоретические наработки в исследованиях современных государственно-конфессиональных отношений, изучения медиатизации религии и делают вывод о многоярусной структуре современной коммуникации между государством и религиозными организациями, в том числе и в сети Интернет, а также о значимости символа и религиозного праздника в общественной публичной сфере. Методами эмпирического исследования выступили контент-анализ и проведение экспертных интервью с акцентом как на различных регионах, так и на совокупность факторов по всему Северо-Западному федеральному округу в целом. В ходе исследования делается вывод о тесной взаимосвязи общественных и религиозных процессов в субъектах федерации. Региональные отличия в религиозной сфере не связаны напрямую с экономическими и социальными показателями развития. Самым значимым каналом коммуникации власти и аудитории являются социальные сети. Через них формируется определенное отношение к участникам государственно-конфессиональных отношений, выделяются значимые акторы и события. Не только медиа влияют на религиозные организации и органы власти, задавая тон для диалога между ними, но и культурные, социальные особенности участников диалога формируют рефлексию в медиа.

*Ключевые слова:* государственно-конфессиональные отношения, медиатизация, социальные противоречия, индекс благополучия, религиозные организации

**Для цитирования:** Байер Ю. П., Коваленко В. Д., Родионова Е. В., Сяндюков Н. К. Диалог между государством и религией как основа для принятия управленческих решений: опыт исследования в регионах Северо-Запада // Управленческое консультирование. 2022. № 6. С. 146–160.

## Dialogue between the State and Religion as a Basis for Managerial Decision-Making: Research Experience in the Regions of the North-West

Julia P. Bayer<sup>1</sup>, Vladimir D. Kovalenko<sup>1, \*</sup>, Elizaveta V. Rodionova<sup>2</sup>, Nikita K. Syundyukov<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (North-Western Institute of Management RANEPА), Saint Petersburg, Russian Federation); \*vl.workvl@yandex.ru

<sup>2</sup>Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russian Federation

### ABSTRACT

The article is based on the results of a large research project “State and Religion in the North-west: a sociological analysis”, which was conducted by the RANEPА in 2020, and was aimed

at developing and implementing an interdisciplinary methodology for analyzing the religious situation in the Northwest Federal District. The article presents the results of a study of the relationship between the state and religious institutions in 5 regions of the Federal District. The article presents theoretical developments in the perspective of modern state-confessional relations, the study of the mediatization of religion, concludes about the multi-tiered structure of modern communication between the state and religious organizations on the Internet, as well as about the significance of the symbol and religious holiday in the public public sphere. The methods of empirical research were content analysis and expert interviews with an emphasis on both different regions and a combination of factors throughout the North-Western Federal District as a whole. The results of the study show that there is a strong interrelationship between social and religious processes in the subjects of the federation. But there are some regional differences, first of all in the role of media in different regions.

*Keywords:* state-confessional relations, mediatization, social contradictions, prosperity index, religious organizations

**For citing:** *Bayer Ju.P., Kovalenko V.D., Rodionova E.V., Syundyukov N.K.* Dialogue between the State and Religion as a basis for managerial decision-making: research experience in the regions of the North-West // *Administrative consulting.* 2022. N 6. P. 146–160.

## Введение

Взаимоотношения между властью и религиозными организациями — это предмет для острой дискуссии и обсуждения. В такой полемике возникают вопросы о том, насколько различные религиозные организации влияют на принятие властных решений и в какой степени религиозная ситуация в регионах связана с работой органов государственной власти. В полиэтничных российских мегаполисах, таких как Санкт-Петербург и Москва, религиозность постепенно утрачивает свое прежнее значение в общественной жизни, но остается опасность возгонки квазирелигиозного конфликта. Подобные столкновения регулярно актуализируются в ситуации пересечения религиозных интересов с экономическими и политическими противоречиями. В условиях конкуренции за материальные и властные ресурсы даже простое разногласие в среде религиозных деятелей может привести к усилению конфликта и его эскалации через средства массовой информации. В качестве примера такого рода нагнетания можно назвать события в одном из монастырей Екатеринбурга, где его бывший настоятель схиигумен Сергей открыто призывал к противодействию конституционному строю. Таких поводов в медиа пространстве становится все больше, и представители религиозных организаций вынуждены реагировать на новые информационные всплески. Подобная ситуация наблюдается в отношении всех основных религий по стране, но, бесспорно, зависит от специфики регионов. Например, в республике Дагестан под пристальным вниманием средств массовой информации и социума находятся все действия представителей ислама, а в высших учебных заведениях республики ведется работа по выявлению экстремистских вербовочных групп. М.М. Шахбанова и А.В. Верещагина в своем исследовании религиозности городского населения Дагестана отмечают, что «не вызывает сомнения, что в политизации межрелигиозных взаимоотношений заключается большая опасность для сохранения стабильности и позитивного климата в современном российском обществе. Такая тенденция несет определенную угрозу и национальной безопасности государства, что не раз демонстрировали события российской и мировой истории» [21, с. 168].

В Северо-Западном федеральном округе своя структура религиозных отношений и здесь объектом пристального внимания (в силу историко-социальных причин) становится Русская православная церковь. В Санкт-Петербурге РПЦ часто является субъектом конфликтных ситуаций экономического, социального, культурного

порядка [15; 16]. Д. Узланер таким образом описывает эти процессы: «РПЦ становится эпицентром практически непрекращающихся конфликтов. Негатив, ассоциируемый с православием, возрос настолько, что почти любой слух, любое обвинение — даже самое несправедливое — «раздувается» и привлекает широкое внимание общественности. Это верно, по крайней мере, в отношении СМИ, неподконтрольных церкви или государству» [19, с. 100].

Особенный интерес представляет собой анализ ситуации в Санкт-Петербурге как поликонфессиональном и полиэтничном регионе, с относительно благополучной социально-экономической обстановкой. В целом можно артикулировать проблему так: развитие современных религиозных процессов характеризуется противоречивыми тенденциями. С одной стороны, церковь и духовные организации выступают важными составляющими общественной жизни даже в условиях глобального мира и продолжающейся секуляризации, с другой стороны, религиозность населения больших городов приобретает квазирелигиозный характер и становится скорее идентификационным маркером принадлежности к той или иной этнической группе или культурной общности. Конфликтотенный же потенциал религиозного фактора для большинства населения является весьма низким, а его влияние переоценивается в силу радикальных проявлений тех или иных групп или из-за особого взгляда в СМИ или медиасфере. Важным становится понимание того, какую роль играют государство и власть в развитии религиозной сферы жизни региона. Каким образом связаны между собой экономическая, политическая и религиозная ситуация в регионе между собой. И конечно, какую роль в этом диалоге между государством и религиозными организациями играют медиа.

Государственно-конфессиональный диалог в современных условиях перестает быть именно взаимодействием двух сторон. Активную роль в этом процессе начинают играть другие социальные акторы. Это могут быть разные неправительственные организации, общественные движения, но, главное — это медиа, чье влияние нельзя не учитывать. Русская православная церковь активно осваивает взаимодействие с аудиторией через интернет [4; 7], что симптоматично для всех традиционных религий, например, в современном буддизме очень широко распространены различные цифровые практики [2]. В медиа пристально отслеживаются как действия религиозных организаций, так и органов государственной власти и вырабатывают представление об этой сфере, играя значительную роль при формировании общественных установок, влияя на создание климата мнений, который так чутко улавливает аудитория, понимая, какие именно взгляды предпочтительнее и не вызовут осуждения со стороны разных значимых социальных групп [9; 11].

Основной тенденцией в развитии в том числе государственно-конфессионального диалога является медиатизация. Концепция медиатизации разрабатывается на протяжении последних 20 лет такими исследователями, как С. Хьюард [25], М. Левхайм [23], А. Хепп [24], Н. Коулдри [22]. Известный подход С. Хьюарда подвергался критике, так как он полагал ключевым лишь влияние медиа на разные институты, в том числе религиозные, упуская из виду возможное воздействие и этих институтов на медийную сферу. Е.И. Гришаева и В.А. Шумкова в своей статье о традиционалистских православных медиа отмечают, что «особенности функционирования религиозных медиа связаны с тем, что религиозные сообщества не только адаптируются к логике медиа, но и адаптируют медиа к своим нуждам, вырабатывают собственные стратегии их использования. Соответственно, если Хьюард рассматривает влияние логики медиа на религию, то критические замечания указывают на то, что этот процесс является двунаправленным» [4, с. 287].

Современные исследователи активно изучают процессы медиатизации социальной реальности, в том числе и в религиозной сфере через призму последних теоретико-методологических концепций, критикуя их и предлагая свои трактовки

и пояснения. Например, Е. А. Островская отмечает, что «в дне сегодняшнем российская социология религии заявляет о себе многообразием школ, направлений и тематик. Она представлена работами научных коллективов и талантливых одиночек, собственными концептуальными открытиями и рефлексией о методологии, методах и теориях зарубежных коллег» [12, с. 4].

Е. А. Островская рассматривает медиатизацию как глобальную и очень важную тенденцию в развитии общества в целом и религиозной сферы в частности. «В глобализированной социальной реальности религии воспроизводят себя в новом сетевом формате, где институты религиозных профессионалов, мирян, религиозного образования функционируют дислокально и вне социокультурной специфики. Глобальные транснациональные сети религиозных идеологий порождают новые транснациональные идентичности, лишённые привязки к конкретным национальностям, культурам и государствам» [13, с. 304].

А. Хепп в своей работе «Тотальная (глубокая) медиатизация (Основные идеи в исследованиях медиа и культуры)» определяет процесс медиатизации следующим образом: «В узком смысле медиатизация связана, с одной стороны, с трансформацией медиа и коммуникаций и, с другой стороны, изменениями культуры и общества... Качественный анализ медиатизации фокусируется и в эмпирическом, и в теоретическом смысле на специфических обстоятельствах поглощения повседневной жизни медиа и на том, к каким социальным и культурным изменениям это ведёт» [24, с. 4].

Анализ современных исследований в сфере религии показывает, что недостаточно просто провести экспертный опрос представителей государственной власти и религиозных деятелей, нужно исследовать роль, которую играют медиа в конструировании этого диалога. Это необходимо учитывать при выработке управленческих решений, направленных на гармонизацию государственно-конфессиональных отношений. Для формулировки практических решений в настоящих социально-политических условиях, крайне важным представляется исчерпывающий анализ религиозной ситуации в различных регионах и создание рекомендаций по работе представителей религиозных организаций в медийном пространстве и с общественным мнением.

Значимые концептуальные исследования не только в СЗФО полностью, но и в таком крупном субъекте, как Санкт-Петербург, практически не проводились. В то же время перед управленческим и экспертным сообществом стоит ответственная задача конструирования и воплощения функциональной межрелигиозной политики, требующей глубокой проработки и мощной информационной базы. Статья опирается на результаты исследовательского проекта «Государство и религия на Северо-Западе: социологический анализ», проведенного на базе СЗИУ РАНХиГС в 2020 г. Результаты исследования в пяти регионах СЗФО могут затем стать основой методики, ее коррекции и распространения на другие регионы и Федеральные округа РФ. Такой мониторинг, в перспективе поставленный на постоянную основу, может стать качественным источником информации для выработки решений в сфере межрелигиозных отношений и этноконфессиональных конфликтов.

Северо-Западный федеральный округ представляет собой весьма интересный объект исследования с точки зрения религиозной ситуации: здесь есть полиэтничный, поликонфессиональный Санкт-Петербург и Ленинградская область, которые являются одними из лидеров по количеству мигрантов, приезжающих на заработки из стран бывшего СССР. На данный момент недостаток экспертной информации искажает понимание ситуации при выработке важных управленческих и политических решений как индивидуально в каждом субъекте, так и концептуально во всем федеральном округе. Архангельская, Псковская и Новгородская область являются теми регионами, в которых присутствует своя специфика религиозных отношений,

добавление этих трех областей в исследование религиозной ситуации позволит собрать материал для сравнительного анализа основных показателей межконфессиональных отношений в разных регионах.

### Материалы и методы

Объектом исследования стала религиозная ситуация в пяти регионах СЗФО: Санкт-Петербурге, Ленинградской области, Архангельской области, Псковской области, Новгородской области.

Предмет: динамика и форма коммуникации между основными акторами, субъектами религиозных, межконфессиональных отношений в регионе.

Специфика предмета исследования определена концептуальной рамкой, в соответствии с которой государственно-конфессиональные отношения включают в себя не только диалог между властью и религиозными организациями, но также и участие других акторов, особое внимание уделяется исследованию медиа.

Управленческая цель: выявление специфики и основных направлений конфликтов/сотрудничества между субъектами религиозных, межконфессиональных отношений в регионе.

Основные гипотезы:

- 1) устойчивость ситуации в регионе зависит от готовности к взаимодействию религиозных организаций и представителей власти, а также таких организаций между собой. При общей открытости сторон конфликтогенный потенциал взаимодействия снижается, при их закрытости, напротив, конфликтогенный потенциал возрастает;
- 2) численность религиозных организаций в регионах постепенно снижается за исключением представителей ислама;
- 3) религиозные организации в значительной степени не контролируют средства массовой информации и освещение событий о себе;
- 4) у большинства руководителей религиозных объединений нет видения стратегического сотрудничества с медиа, они действуют исходя из текущих потребностей своей организации, инертны в смене каналов коммуникации.

Так как изучаемая проблема имеет специфический характер и в научном дискурсе нет сформированных методик исследования государственно-конфессиональных отношений, то была дополнительно сформулирована и научно-прикладная цель. Это разработка и внедрение универсальной междисциплинарной методологии анализа религиозной ситуации в Северо-Западном федеральном округе (как в субъектах в частности, так и по Округу в целом), с фиксацией исследовательского фокуса на положении и соотношении основных религиозных организаций, текущем состоянии государственно-конфессиональных связей, на скрытых и явных очагах межрелигиозной напряженности, проявлениях нетерпимости, для предупреждения возможных конфликтов, противоречий и угроз на религиозной почве.

Методологическая парадигма определила основные методы исследования. Для изучения репрезентации государственно-конфессиональных отношений в медиа был выбран и соответствующим образом адаптирован метод контент-анализа. Процедура контент-анализа разрабатывалась на основании методических разработок А. В. Семеновой и М. В. Корсунской [18]. Качественный контент-анализ направлен на формат публикуемого контента, его объем, смысловое значение, наличие тех или иных видов лексики в текстах и медиаобразах. В качестве основного метода применялось манифестное кодирование, латентное кодирование не было включено, как еще один метод, так как имелись ограничения по времени проведения контент-анализа. Основной единицей анализа стали поздравления в официальных медиа с религиозными праздниками. Таким

образом, систематизированные события сводились в таблицы, а потом обрабатывались вручную.

Вторым методом в рамках мониторинга государственно-конфессиональных отношений стали экспертные интервью с чиновниками от государственной власти, религиозными деятелями и представителями научной общественности, занимающимися изучением религии. Гайд интервью сочетал в себе ряд закрытых и открытых вопросов, что позволило получить, с одной стороны, обобщенные данные, в единообразной форме по всем регионам, а, с другой стороны, в открытых вопросах и пояснениях уточнить нюансы и специфику процессов в каждом из регионов. Основные показатели разрабатывались на основании классической работы И. Ф. Девятко «Методы социологического исследования» [5].

Полевой этап был проведен в период с 1 октября по 15 ноября 2020 г. Эпидемиологическая ситуация наложила отпечаток на формат проведения интервью, ряд интервью с информантами были проведены в очном формате. С информантами из других регионов проводились интервью на различных коммуникативных платформах — ZOOM, SKYPE, Telegram. Также осуществлялся дополнительный обзвон информантов с целью уточнения данных интервью.

Длительность интервью составляла в среднем около 60 мин, в некоторых случаях информанты были готовы подробно объяснить каждый из вопросов и тогда интервью занимало 90 мин, некоторые информанты, напротив, были очень лаконичны и в таких случаях интервью занимало около 50 мин.

Рассмотрим результаты манифестного контент-анализа и интервью подробнее.

## Результаты

Каждый субъект Федерации представляет собой отдельную структуру взаимоотношений и самостоятельное инфополе, поэтому применение единой методологии к изучению различных частей региона является не только аналитическим преимуществом, но и несет в себе возможность для сравнительного исследования. Если после распада Советского Союза национальное самосознание населения было весьма подвижным и динамичным, то на современном этапе обрело статичность. Религиозная же самоидентификация до сих пор находится в состоянии нестабильности, что, во многом, связано с прерванной религиозной традицией в СССР. Необходимо принять во внимание, что каждому региону свойственны все особенности религиозной ситуации в современной России. Основная часть жителей — русские, традиционно исповедующие православное христианство, остальное население представляют другие народы России. Рассмотрим сначала данные исследования средства массовой информации в каждом из регионов. Особую важность феномена медиа подчеркивает обширная медиалогия П. Бурдые, который отталкивался в характеристике принципа работы коммуникационных служб от категории «внимание», которое ограничивается временем. Поэтому важным становится массмедийный капитал в особом «журналистском поле», который является разновидностью символического капитала и напрямую связан с узнаваемостью и закреплением социальных статусов [3].

Используемый нами количественный контент-анализ направлен на анализ числа опубликованных записей с определенной тематикой, публикационной активности и публикационной интенсивности тех или иных медиа. Качественный контент-анализ направлен на формат публикуемого контента, его объем, смысловую направленность.

Объектом исследования являлись публикации в отобранных СМИ и медиа в период с 01.09.2019 по 01.09.2020, так как именно данный период обладает событийной полнотой, включающей основные религиозные праздники, и способной

предоставить нам характеристику религиозной ситуации как до коронавирусной пандемии, во время и после нее. Также для каждого субъекта выборка была составлена с учетом особенностей региона, однако, как предполагает исследование, были выбраны единые эмпирические переменные для всех субъектов.

Далее нас интересовало количество поздравлений и упоминаний о тех или иных религиозных праздниках или событиях в медиа органов власти субъектов, которые являются весьма узкопрофильными медиа, что также обуславливает социальные параметры контента в них. Если общественные медиа направлены на широкий охват аудитории, конфликтуя за внимание потребителя, а узкоспециализированные медиа направлены на определенный сегмент потребителей медиа, то медиа органов власти имеют скорее манифестирующую функцию первой инстанции, отталкиваясь от которой прочие медиа формируют повестку.

Из результатов анализа совокупных данных можно сделать вывод о том, что только в медиа трех из пяти исследуемых регионов присутствуют поздравления нескольким конфессиям, при этом лидером по разнообразию поздравлений выступил Санкт-Петербург. Здесь исследуемые категории были адресованы православным верующим, мусульманам, армянским христианам, католикам и лютеранам, однако отсутствовали поздравления с буддийскими и иудейскими праздниками.

Таблица

**Поздравления религиозных организаций в основных медиа власти, сводная таблица по всем регионам**

Table. Congratulations to religious organizations in the main media authorities, summary table for all regions

Регионы Публикации	Архангельская область	Ленинградская область	Новгородская область	Псковская область	Санкт-Петербург
Поздравляемые религии и религиозные организации	Православие	Православие. Ислам	Православие	Православие. Ислам	Православие, ислам, Армянская апостольская церковь, Римско-католическая церковь, Евангелическо-лютеранская церковь
Кол-во поздравлений в медиа губернаторов	2	3	2	6	3
Кол-во поздравлений в медиа исполнительной власти	3	6	9	6	8
Кол-во поздравлений в медиа законодательной власти	—	5	—	1	8
Итого	5	14	11	13	19

В Ленинградской и Псковской областях присутствовали поздравления православных и мусульман, а в Новгородской и Архангельской — исключительно православных. Во многом это связано с ориентацией органов власти на самую большую часть верующих (во всех представленных регионах это православные христиане), а также со спецификой модели государственно-конфессиональных отношений в России, в которой первое место занимает Русская православная церковь.

Необходимо отметить значимость не только официальных медийных каналов администраций регионов, но и личных каналов коммуникации глав регионов. В персонафицированных медиа губернаторов присутствуют поздравления с двумя самыми важными православными праздниками, а именно, Рождеством Христовым и Пасхой, третьим по значимости стал праздник Крещения, с которым поздравили в Псковской и Архангельской областях, а также упомянули в Ленинградской области. Такая популярность отдельного двенадцатого праздника (12 особо почитаемых в православной традиции праздников, выше которых в иерархии располагают только Рождество и Пасха) связана с укорененной среди населения традицией купания в прорубях, а также с большой популярностью этой достаточно опасной практики среди населения.

Из поздравлений неправославным конфессиям в медиа присутствовали поздравления мусульманам с праздниками Ураза-Байрам в Санкт-Петербурге. Это связано с тем, что в городе сформировалась большая исламская община. Из-за активной медийной политики губернатора Псковской области в региональных СМИ были поздравления мусульман с праздником Курбан-Байрам.

В проанализированных медиа исполнительной власти самым значимым каналом связи с реципиентами стали социальные сети, что объясняется их большей популярностью у населения. В социальных сетях также было больше упоминаний о праздниках. По частоте упоминаний здесь первое место занимает праздник Покрова Пресвятой Богородицы и начало Великого Поста. Последний является важным событием в жизни православных христиан, но не выделяется в отдельную категорию праздника. Поздравления в социальных сетях были связаны с главными праздниками в православной традиции, т. е. с Пасхой и Рождеством Христовым, а также с праздником памяти святых Петра и Февронии, который не является особо почитаемым в церковном каноне и закреплен в общественном дискурсе в качестве всероссийского праздника «День семьи, любви и верности» лишь в 2008 г.

Поздравления с религиозными праздниками или упоминания на официальных сайтах являются не популярными даже в сравнении с аналогичными категориями в социальных сетях. Подобный канал для связи с аудиторией предпочли в трех исследуемых субъектах, а именно в Санкт-Петербурге, Ленинградской и Новгородской областях. В их медиаполе присутствуют упоминания праздника Рождества и Крещения, а также поздравления с главными православными праздниками Пасхи и Рождества, праздником памяти святых Петра и Февронии. Однако именно на официальных сайтах органов исполнительной власти есть поздравления с религиозными праздниками неправославных конфессий и религий, в Петербурге это поздравления с Рождеством армянским христианам, католикам и лютеранам, дата празднования которого выпадает на 25 декабря, а также поздравления с мусульманским праздником Курбан-Байрам на официальном сайте Ленинградской области.

В медиа законодательной власти практически отсутствуют поздравления с религиозными праздниками или упоминания о них. Почти у всех глав законодательной власти отсутствуют персонафицированные медиа. На этом фоне выделяются Санкт-Петербург и Ленинградская область. В социальных сетях присутствуют поздравления исключительно законодательной власти Санкт-Петербурга, которые направлены на православную аудиторию в рамках упоминания праздника Крещения и Рождества, а также поздравления с Пасхой и днем памяти Петра и Февронии.

На официальных сайтах были опубликованы поздравления с Православными праздниками Пасхи и Рождества Христова. В социальных сетях Петербургских законодателей было упоминание о празднике Крещения Господня, а в медиа Ленинградской области присутствовало поздравление с праздником Петра и Февронии.

Подводя итог этой части и описывая роль поздравлений в медиа для конструирования образа религиозных организаций, необходимо отметить, что преобладают поздравления, посвященные православным праздникам, при этом праздникам, имеющим весьма большую популярность у населения, а именно Рождества Христова, православной Пасхи, Крещения Господня и памяти святых Петра и Февронии. В медиаполе Пасха и Рождество являются событиями-спутниками и почти всегда присутствуют в виде поздравлений или упоминаний от одного коммуникатора, несмотря на то, что Рождество является и церковным, и государственным праздником, а Пасха исключительно церковным.

Темы, выбранные органами власти для поздравления, отражают конфигурацию государственно-конфессиональных отношений в регионе. Через эти поздравления, с одной стороны, происходит дополнительное формирование в общественном мнении представлений о значимых религиозных организациях. С другой стороны, это может быть объяснено взаимным влиянием культуры и традиций общества на медийную сферу, так как исследования показывают популярность Рождества и Пасхи среди населения.

Самым значимым каналом поздравлений по данным контент-анализа являются социальные сети. Это можно объяснить их популярностью. Однако стоит отметить, что большая часть медиа поздравлений принадлежит исполнительной власти и ее лидерам — губернаторам. Органы законодательной власти почти не представлены поздравлениями в большинстве регионов, а ее лидеры не имеют персонализированных медиа.

Таким образом, контент-анализ официальных и персонализированных каналов коммуникации администраций регионов показал, что медиа — это эффективный инструмент конструирования общественного мнения. Они предлагают аудитории определенные религиозные праздники в качестве значимых, с одной стороны, но при этом обязательно учитывают культурный контекст, в котором большую роль имеют именно православные праздники Пасха и Рождество. Важны также личные страницы руководителей регионов. Здесь появляются поздравления с религиозными праздниками, и таким образом они выступают в качестве лидеров мнений и транслируют через свои страницы в социальных сетях определенное отношение к разным религиозным организациям.

Теперь рассмотрим данные интервью с экспертами регионов Северо-Запада. Прежде всего, их просили оценить уровень благополучия в разных сферах жизни в своем регионе по шкале от 1 до 7, где 7 — это максимальный уровень благополучия, затем просили подробно объяснить свои оценки. Несмотря на то что Санкт-Петербург является полиэтничным и поликонфессиональным городом с весьма благополучной экономической сферой (значение индекса благополучия экономической сферы составляет 4,8, тогда как в целом по России этот индекс составляет лишь 4,2), эксперты весьма скептически в оценке благополучия религиозной сферы жизни общества, значение индекса здесь ниже, чем в целом по России и составляет 4,8 балла, тогда как в целом по России этот индекс равен 5 баллам.

*«В религиозной сфере в Петербурге у нас хуже, чем в России, это вопрос отношения власти. И даже по сравнению с Москвой у нас хуже. У нас в Петербурге присутствуют лишь внешне благополучные формальные отношения» (И. 19).*

Также тревогу экспертов вызывает и политическая ситуация в Санкт-Петербурге, значение индекса благополучия этой сферы жизни социума также ниже, чем в среднем по России и составляет 4,4 балла.

Индексы экономического и социального благополучия Ленинградской области также высоки (4,8 и 5,2 соответственно) и здесь можно говорить о влиянии Санкт-Петербурга как инвестиционного и экономического центра. В таких хороших экономических, социальных, политических условиях высок уровень благополучия и религиозной сферы, индекс здесь равен 5,4 балла, это выше, чем в целом по России.

Для Архангельской области эксперты отметили такую важную проблему, как отрицательная миграция, когда молодые, образованные жители стремятся покинуть регион, остаются лишь представители старшего поколения.

*«Развитие отдельных областей и населенных пунктов в Архангельской области может значительно отличаться, например, есть большой и экономически развитый город Мирный и есть у нас в епархии небольшая деревенька, где осталось лишь 10 бабушек» (И. 3).*

В целом в остальных регионах ситуация схожая с Архангельском, но каждый из регионов имеет свою специфику и своеобразие. Так, в Псковской области индекс благополучия религиозной сферы жизни общества еще выше, чем в Архангельской области и составляет 5,6 балла. А индекс благополучия экономической сферы также низок и составляет 3,2 балла. Причем необходимо отметить, что в Псковской области эксперты положительно оценивают политическую сферу, не усматривая здесь значимых конфликтов и противоречий. В Новгородской области показатели экономического и социального благополучия несколько выше и составляют 3,6 и 3,4 балла соответственно.

Эксперты владеют ситуацией по всем религиям, кроме буддизма, где зачастую выбор такого ответа был обусловлен недостаточной осведомленностью по теме. Единственная религия, рост прихожан которой эксперты отметили с явным количественным отрывом, — это ислам. Это, безусловно, отражает общемировую тенденцию роста числа прихожан именно этой религии. В тех регионах, которые попали в нашу выборку, рост числа прихожан в исламе был вызван ростом численности приезжающих мигрантов.

В принципе, именно религиозная ситуация в регионах устойчива, остальные сферы жизни, такие как экономическая, социальная и политическая, такой стабильностью не отличаются и потому высоких баллов экспертной оценки не набрали. Такое положение обеспечивается готовностью к диалогу, о которой заявили все эксперты (и представители религиозных организаций, и общественники и представители власти).

Если дополнительно анализировать роль медиа в диалоге между религиями и государством, то здесь она неоднозначна. Если в Санкт-Петербурге и Ленинградской области религиозные организации действительно практически не контролируют СМИ и не могут противостоять потоку нелестной информации в свой адрес, то в регионах представители религиозных организаций (преимущественно православия, ислама и протестантизма) пытаются взаимодействовать со СМИ и зачастую это происходит вполне успешно.

Например, эксперт из Санкт-Петербурга отмечает, что *«отношения со средствами массовой информации — это отдельная больная тема. Очень высок уровень неграмотности журналистов, погоня за сенсацией и жареными фактами» (И. 13).*

Напротив, информант из Архангельской области подчеркивает, что *«в Архангельской области в отличие от Петербурга и Москвы отношения со СМИ конструктивные, возможно это связано с не такой насыщенной повесткой дня и поэтому готовностью идти на сотрудничество» (3).* Также это можно объяснить и феноменом социальной ответственности журналиста перед обществом в малых городах и регионах, и, соответственно, отсутствие таковой и превалирующую погоню за сенсацией и хайпом в крупном мегаполисе.

## Обсуждение

Перейдем к обсуждению основных итогов исследования. Данные интервью позволяют рассматривать религиозную сферу жизни в каждом из регионов как самую благополучную, причем уровень благополучия в этой сфере не связан напрямую с уровнем экономического и социального благополучия. Петербург является лидером по уровню экономического развития, но при этом уровень благополучия религиозной сферы оценивается экспертами весьма низко, а в таких регионах, как Архангельская область, Новгородская область и Псковская область, индекс экономического благополучия значительно ниже, но при этом благополучие религиозной сферы здесь, по мнению экспертов, выше:

*«В религиозной сфере в Петербурге у нас хуже, чем в России, это вопрос отношения власти. И даже по сравнению с Москвой у нас хуже. У нас в Петербурге присутствуют лишь внешне благополучные формальные отношения» (И. 6).*

Особое место среди исследуемых регионов занимает Ленинградская область, здесь самые высокие значения индексов экономического и социального благополучия и также благополучия религиозной сферы. Успешное политическое управление, хорошее, относительно других регионов, экономическое состояние, дополняется высокой значимостью и востребованностью религии, в особенности православия.

*«Очень грамотную политику выбрал губернатор ЛО, разделив на зоны ЛО в период пандемии, этим он снял политическое напряжение, которое возникло в регионе. Дали возможность гибко принимать решения в том числе в религиозной сфере» (И. 5).*

Если рассматривать влияние медиа на государственно-конфессиональный диалог, то во многом оно обусловлено региональной спецификой и насыщенностью повестки дня в регионах. Это показали и данные контент-анализа, и результаты интервью. В Архангельской области медиа настроены на конструктивное взаимодействие с религиозными организациями, тогда как в Петербурге и Ленинградской области преобладает отрицательное отношение в медиа к ним. Во многом это зависит и от личной позиции глав регионов. Если они выступают на стороне разумного диалога, и транслируют эту установку через персональные каналы коммуникации в социальных сетях, то и медиа занимают более конструктивную позицию.

По мнению экспертов, лучше всего выстроили взаимодействие с органами государственной власти и медиа ислам и православие. Также здесь преуспели протестанты, которые, как отмечают эксперты, уверенно завоевывают умы молодежи, предоставляя в церквях и питание, и досуг и, конечно же, моральную поддержку. Буддизм является наиболее закрытой религией, зачастую эксперты терялись в оценке числа прихожан, уровне коммуникации с властью и другими религиями, подчеркивая, что они «сами по себе». Это может быть связано не с реальной представленностью буддизма в регионах, а с ориентированностью буддийских религиозных организаций, общин на взаимодействие не с государством, а именно с обществом, определенными аудиториями. Такой вывод косвенно подтверждается данными социологических исследований буддийских сообществ в социальных сетях [2].

Иудаизм занимает устойчивую позицию, 20 экспертов единодушно отметили, что число прихожан в иудаизме остается неизменным, да и отношения с органами власти и СМИ они выстраивают достаточно умело. В уверенной оценке этой религии эксперты были практически единодушны. Иудаизм, таким образом, сохраняет свою нишу в обществе и хотя и проявляет более низкую активность, чем православие, ислам и протестантизм, тем не менее, является уверенным и постоянным актором во взаимодействии с обществом и властью.

## Заключение

В заключение отметим основные тенденции, которые выявило исследование, представленное в этой статье, и то, насколько они коррелируют с результатами других исследований.

Влияние на восприятие отношений между государством и религиозными организациями оказывает медиатизация, и цифровизация в них самих. Религиозные организации начинают следовать принципу омниканальности в выстраивании диалога с аудиторией. Этот принцип омниканальности недостаточно представлен в органах государственной власти. Омниканальность — это объединение коммуникационных каналов вокруг пользователя, особая стратегия, изначально имевшая маркетинговую природу, позволяющая комплексно воздействовать на клиента, потребителя, пользователя [14; 17]. Но принцип омниканальности в условиях растущего объема информации и умножения каналов ее передачи формируется и в социуме. Теперь слушатель, читатель, зритель предпочитает получать информацию из множества источников, это может быть и телевидение, и радио, и печатные СМИ, и лента новостей в браузере и Youtube-каналы и Телеграм-каналы, блоги, личные страницы значимых акторов и многое другое.

Л. С. Астахова и Я. В. Бухараев отмечают, что «православный контент из вспомогательного средства в духовной жизни становится для многих людей основным или даже вообще единственным» [1, с. 46]. Эти процессы влияют на саму религиозность, в которой менее значимым становится взаимодействие со священником и другими верующими. Н. Н. Емельянов объясняет развитие такой формы религиозности редким посещением причастия и ограниченностью религиозного предложения [8]. Таким образом, медиатизация и цифровизация лишь закрепляют эту тенденцию, связанную с ограниченностью религиозного предложения. Подобное развитие необходимо и органам государственной власти для объективного и исчерпывающего освещения своей деятельности, в том числе в сфере диалога с религиозными организациями. При их развитии не будет оснований для формирования мифов и стереотипов в общественном мнении о «сращивании церкви и государства».

Измерение благополучия в религиозной сфере играет важную роль при принятии управленческих решений, так как многочисленные отечественные и зарубежные исследования показывают, что степень удовлетворенности жизнью выше среди сильной группы верующих, чем среди слабой группы верующих [6]. Результаты интервью убедительно доказывают, что благополучие в религиозной сфере не связано напрямую с уровнем экономического и социального благополучия в регионе. Но есть проблемы, которые непосредственно влияют на благополучие, в том числе в религиозной сфере. Например, миграционный отток населения из региона ведет к сокращению численности приходов в Архангельской области.

При выработке управленческих решений в сфере государственно-конфессиональных отношений представителям власти необходимо не просто учитывать влияние медиа, а активно использовать их ресурсы для информирования населения и трансляции знаний об основных конфессиях. Эту роль также подчеркивают С. Д. Лебедев и В. А. Скларова в своем исследовании о социальном запросе на знание о религии: «в части трансляции знаний о религии экспертами подчеркивается определяющая функциональная роль культуры и массовых коммуникаций» [10, с. 34].

## Литература

1. Астахова Л. С., Бухараев Я. В. Стратегии воцерковления в современном российском обществе: между социологией и теологией. Традиционные религии за сильную Россию: религия и политика в многополярном мире: коллективная монография. СПб. : Центр этнорелигиозных исследований: Любавич, 2019. С. 23–50.

2. *Бадмацыренов Т. Б., Скворцов М. В., Хандаров Ф. В.* Буддийские цифровые практики трансцендентности: VK-сообщество «Хамбо Лама Даши-ДоржоИтйигэлов» // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 2. С. 309–332.
3. *Бурдье П.* О телевидении и журналистике. Москва : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 160 с.
4. *Гришаева Е. И., Шумкова В. А.* Традиционалистские православные медиа: структура дискурса и особенности функционирования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 2. С. 283–300.
5. *Девятко И. Ф.* Методы социологического исследования. Екатеринбург, 1998.
6. *Дивисенко К. С., Дивисенко О. В.* Влияние конфессиональной принадлежности и воцерковленности на удовлетворенность жизнью верующих // Вестник СПбГУ. Серия: Социология. 2017. Т. 10. Вып. 1. С. 99–114.
7. *Доброхотова М. А.* Специфика православной медиасферы в России в 1990–2000-е годы на примере печатных периодических изданий // Вестник Пермского университета. Сер.: История. 2014. Вып. 2 (25). С. 134–142.
8. *Емельянов Н. Н.* Парадокс религиозности: откуда берутся верующие? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 2. С. 32–48.
9. *Кубрякова Е. С., Цурикова Л. В.* Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М., 2002.
10. *Лебедев С. Д., Скларова В. А.* Социальный запрос на знание о религии в современном российском обществе в оценках экспертов // Научный результат. Социология и управление. 2019. Т. 5, № 2. С. 25–36.
11. *Ноэль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996.
12. *Островская Е. А.* Российская социология религии: религия общества (вступительная статья приглашенного редактора) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 2. С. 1–31.
13. *Островская Е. А.* Медиатизация православия — это возможно? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 5. С. 300–319.
14. *Пилявская М. М., Гаврилова И. М.* Омниканальность — стратегия реализации товара // Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности / сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии. 2016. С. 16–18.
15. *Родионова Е. В., Байер Ю. П.* Место спасения или мучения: образ Русской православной церкви в светских СМИ во время пандемии COVID-19 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 448–469.
16. *Родионова Е. В., Коваленко В. Д.* Восприятие православных медиа студентами Санкт-Петербурга: «потерянное поколение или заблудшие овцы» // Концепт: философия, религия, культура. 2020. Т. 4. № 3 (15). С. 105–119. DOI: 10.24833/2541-8831-2020-3-15-105-119.
17. *Саушкин О.* Омниканальность — технология вчерашнего дня // Информационный портал CNews [Электронный ресурс]. URL: <http://call.cnews.ru/articles/> (дата обращения: 18.01.2022).
18. *Семенова А. В., Корсунская М. В.* Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / под ред. В. А. Мансурова. М. : Институт социологии РАН, 2010. 324 с.
19. *Узланер Д.* Конец проправославного консенсуса: религия как новый раскол в российском обществе // Новое литературное обозрение. 2020. № 3. С. 96–116.
20. *Хруль В. М.* Религия в текстах массовой коммуникации: структурно-семантические, функциональные и этические аспекты : дис. ... д-ра фил. наук. М., 2018. 412 с.
21. *Шахбанова М. М., Верещагина А. В.* Динамика религиозности городского населения Дагестана // Журнал социологии и социальной антропологии. 2021. № 2. С. 144–180. DOI: 10.31119/jssa.2021.24.2.6.
22. *Couldry N., Hepp A.* The Mediated Construction of Reality. Polity. 2017.
23. *Hepp A., Hjarvard S. and Lundby K.* (2015) 'Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society' // Media, Culture & Society. 2015. N 37 (2). P. 314–324. DOI: 10.1177/0163443715573835.
24. *Hepp A.* Deep Mediatization (Key Ideas in Media & Cultural Studies). 2020.
25. *Hjarvard S.* The mediatization of religion: a theory of the media as agents of religious change // Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook. 2008. Vol. 6. N 1. P. 9–26. DOI: 10.1386/nl.6.1.9\_1.

**Об авторах:**

**Байер Юлия Паулевна**, директор образовательных программ «Социальная работа» и «Социология» Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), кандидат социологических наук; bayer-yr@ranepa.ru

**Коваленко Владимир Дмитриевич**, старший преподаватель, директор проекта лаборатории Росиеведения, евразийства и устойчивого развития Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация); kovalenko-vd@ranepa.ru

**Родионова Елизавета Валерьевна**, доцент кафедры социологии культуры и коммуникации факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета (Санкт-Петербург, Российская Федерация), кандидат социологических наук; e.v.rodionova@spbu.ru

**Сюндюков Никита Кириллович**, старший преподаватель, директор проекта лаборатории Росиеведения, евразийства и устойчивого развития СЗИУ РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация); syundyukov-nk@ranepa.ru

**References**

1. Astakhova L. S., Bukharaev Y.V. Strategies for church in modern Russian society: between sociology and theology. Traditional religions for a strong Russia: religion and politics in a multipolar world: a collective monograph. St. Petersburg: Center for Ethno-Religious Studies: Lyubavich, 2019. P. 23–50 (in Rus).
2. Badmatsyrenov T. B., Skvortsov M. V., Khandarov F. V. Buddhist digital practices of transcendence: VK-community “Hambo Lama Dashi-Dorjo Itigelov” // Monitoring of public opinion: Economic and social changes [Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny]. 2018. N 2. P. 309–332 (in Rus).
3. Bourdieu P. On television and journalism. Moscow: Foundation for Scientific Research “Pragmatics of Culture”, Institute of Experimental Sociology, 2002. 160 p. (in Rus).
4. Grishaeva E. I., Shumkova V. A. Traditionalist Orthodox media: structure of discourse and peculiarities of functioning // Monitoring of public opinion: Economic and social changes [Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny]. 2018. N 2. P. 283–300 (in Rus).
5. Devyatko I. F. Methods of sociological research. Yekaterinburg, 1998. (in Rus).
6. Divisenko K. S., Divisenko O. V. The influence of confessional affiliation and churchiness on satisfaction with the life of believers // Bulletin of St. Petersburg State University. Series: Sociology [Vestnik SPbGU. Seriya: Sotsiologiya]. 2017 Vol. 10. N 1. P. 99–114 (in Rus).
7. Dobrokhotova M. A. Specifics of the Orthodox media sphere in Russia in the 1990–2000s on the example of printed periodicals // Bulletin of Perm University. Series: History [Vestnik Permskogo universiteta. Ser.: Istoriya]. 2014. N 2 (25) P. 134–142 (in Rus).
8. Emelyanov N. N. The paradox of religiosity: where do believers come from? // Monitoring of public opinion: Economic and social changes [Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny]. 2018. N 2. P. 32–48 (in Rus).
9. Kubryakova E. S., Tsurikova L. V. Verbal media activity as a special type of discursive activity // Language of the media / edited by M. N. Volodina M., 2002. (in Rus).
10. Lebedev S. D., Sklyarova V. A. Social request for knowledge about religion in modern Russian society in expert assessments // Scientific result. Sociology and governance [Nauchnyi rezul'tat. Sotsiologiya i upravlenie]. 2019. Vol. 5, N 2. P. 25–36 (in Rus).
11. Noel-Neumann E. Public opinion. Opening a spiral of silence. M., 1996. (in Rus).
12. Ostrovskaya E. A. Russian sociology of religion: religion of society (introductory article by a guest editor) // Monitoring of public opinion: Economic and social changes [Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny]. 2018. N 2. P. 1–31 (in Rus).
13. Ostrovskaya E. A. Mediatization of Orthodoxy is possible? // Monitoring of public opinion: Economic and social changes [Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny]. 2019. N 5. P. 300–319 (in Rus).
14. Pilyavskaya M. M., Gavrilova I. M. Omnikanality — strategy for the sale of goods // Innovative development of the light and textile industry / collection of materials of the Russian Scientific Student Conference. M.: Moscow State University of Design and Technology. 2016. P. 16–18 (in Rus).
15. Rodionova E. V., Bayer Yu. P. Place of salvation or torment: the image of the Russian Orthodox Church in secular media during the COVID-19 pandemic // Monitoring public opinion: economic and social changes [Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny]. 2020. N 6. P. 448–469 (in Rus).

16. Rodionova E. V., Kovalenko V. D. Perception of Orthodox media by students of St. Petersburg: "a lost generation or lost sheep" // *Concept: philosophy, religion, culture* [Kontsept: filosofiya, religiya, kul'tura]. 2020. Vol. 4. N 3(15). P. 105–119. <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2020-3-15-105-119> (in Rus).
17. Saushkin O. Omnikanality — yesterday's technology [Electronic resource] // Information portal CNews. URL: <http://call.cnews.ru/articles/> (in Rus).
18. Semenova A. V., Korsunskaya M. V. Content analysis of the media: problems and experience of application / editor V. A. Mansurova. M.: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, 2010. 324 p. (in Rus).
19. Uzlaner D. The end of the pro-Orthodox consensus: religion as a new split in Russian society // *New literary review* [Novoe literaturnoe obozrenie]. 2020. N 3. P. 96–116 (in Rus).
20. Khrul V. M. Religion in the texts of mass communication: structural-semantic, functional and ethical aspects: doctoral dissertation. Moscow, 2018. 412 p. (in Rus).
21. Shakhbanova M. M., Vereshchagina A. V. Dynamics of the religiosity of the urban population of Dagestan // *Journal of Sociology and Social Anthropology* [Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii]. 2021. N 2. P. 144–180. <https://doi.org/10.31119/jssa.2021.24.2.6> (in Rus).
22. Couldry N., Hepp A. *The Mediated Construction of Reality*. Polity. 2017.
23. Hepp A., Hjarvard S. and Lundby K. (2015) 'Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society' // *Media, Culture & Society*. 2015. N 37 (2). P. 314–324. DOI: 10.1177/0163443715573835.
24. Hepp A. *Deep Mediatization (Key Ideas in Media & Cultural Studies)*. 2020.
25. Hjarvard S. The mediatization of religion: a theory of the media as agents of religious change // *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*. 2008. Vol. 6. N 1. P. 9–26. DOI: 10.1386/nl.6.1.9\_1.

**About the authors:**

**Julia P. Bayer**, Head of "Sociology" and "Social work" programmes of North-West Institute of Management, Branch of RANEPa (St. Petersburg, Russian Federation), PhD in Sociology; [bayer-yp@ranepa.ru](mailto:bayer-yp@ranepa.ru)

**Vladimir D. Kovalenko**, Senior Lecturer, Project Director of the Laboratory of Russian Studies, Eurasianism and Sustainable Development of North-West Institute of Management, Branch of RANEPa (St. Petersburg, Russian Federation); [kovalenko-vd@ranepa.ru](mailto:kovalenko-vd@ranepa.ru)

**Elizaveta V. Rodionova**, Associate Professor, Department of Sociology of Culture and Communication, Department of Sociology, St. Petersburg State University (St. Petersburg, Russian Federation), Candidate of Sociological Sciences; [e.v.rodionova@spbu.ru](mailto:e.v.rodionova@spbu.ru)

**Nikita K. Syundyukov**, Senior Lecturer, Project Director of the Laboratory of Russian Studies, Eurasianism and Sustainable Development of North-West Institute of Management, Branch of RANEPa (St. Petersburg, Russian Federation); [syundyukov-nk@ranepa.ru](mailto:syundyukov-nk@ranepa.ru)