

# СЕКЦИЯ ИСТОРИИ, АРХЕОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ

## ПОЛОЦКО-ВИТЕБСКАЯ ЕПАРХИЯ В 1917–1939 ГОДАХ

*А. А. Азаренкова (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)*

*Научн. рук. В. И. Сычев,*

*ст. преподаватель*

Период с 1917 по 1939 гг. вошел в историю белорусской церкви как время жестокого уничтожения религиозных ценностей и истребления духовенства. Верховные священнослужители считали копейки на свое существование, так как теперь они, а не им должны были платить налоги. Священникам приходилось переводиться из города в приходы сельской местности из-за дороговизны в городе, отказываться от своих санов добровольно, из-за маленькой заработной платы, вследствие чего они вынуждены были искать работу за пределами церкви.

В борьбе с религией советская власть развернула антирелигиозную кампанию. Под разными предлогами (помощь голодающим Поволжья, проведение коллективизации) проводилось изъятие церковной утвари. Многие религиозные активы церковью старались не осуществлять колокольный звон, так как боялись закрытия своих церквей. Проходили различные мероприятия с целью разъяснения народу контрреволюционной и антисоветской направленности религиозной структуры. В середине 20-х годов был создан Союз воинствующих безбожников, задачей которого являлось привлечение значительных масс на позиции воинствующего атеизма. Пропаганда велась в среде красноармейцев и колхозников, в учреждениях образования и на предприятиях. За принадлежность к семье священнослужителя человека могли причислить к антисоветским элементам и в лучшем случае уволить с работы.

В 1922 году произошел раскол церкви на обновленцев и тихоновцев, в котором значительную роль сыграло государство, идущее к своей цели: «... к разложению ... тихоновщины внутри и дискредитации ее в глазах верующих». На примере Витебска видно, как духовенство постоянно колеблется в своих взглядах, они принимают то сторону обновленцев, то тихоновцев. Таким образом, уже на 1936 год в Витебске из 17 церквей были закрыты 16, а большая часть священников была сослана в лагеря либо расстреляна.

### Литература

1 Письма Витебского Епархиального управления // Государственный архив Витебской области (ГАВО). – Фонд 332. – Оп.1. – Д.9.

2 Докладная записка // ГАВО. – Фонд 102-п. – Оп.1. – Д.188. – Л. 93–95.

3 Кривонос, Ф. Очерк из истории Витебска 20–30-х гг. XX ст. / Ф. Кривонос // Витебские епархиальные ведомости. – 2001. – № 1. – С. 23–29.

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС И ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

*Д. Акимцов (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)*

*Научн. рук. М. Я. Тишкевич,*

*ст. преподаватель*

Информационные ресурсы – знания и информация, а также средства их получения и распространения. Далеко не во всех странах мира знания и информация имеют приоритет над экономическими, социальными и силовыми ресурсами, но тенденция повышения значимости информационных ресурсов в современном мире очевидна. В настоящее время

довольно широко используется наряду с категорией «информационные ресурсы» понятие «информационный продукт». Однако нельзя отождествлять эти дефиниции, так как это разноплановые понятия. Информационный продукт – это документированная информация, подготовленная в соответствии с потребностями пользователей и предназначенная или применяемая для удовлетворения потребностей пользователей. Из данного определения видно, что информационный продукт – это информация, которая подготовлена (подобрана, проанализирована) для конкретного потребителя, для использования в конкретных обстоятельствах. Например, нормы Налогового кодекса могут иметь различное практическое значение для бухгалтера и юриста. В соответствии с этим сами нормы НК в чистом виде будут выступать информационным ресурсом и для юриста, и для бухгалтера.

Однако для успешного применения НК на практике издаются различные комментарии официальных органов, которые могут быть подготовлены отдельно для юристов и бухгалтеров. В таком случае специализированный комментарий, подготовленный для практикующего юриста, будет являться для него информационным продуктом. Для бухгалтера указанным продуктом будет выступать соответствующий, предназначенный для профессии бухгалтера, комментарий, который удовлетворит его потребности при применении НК в работе и может не удовлетворить потребности юриста (если не брать во внимание субъективную сторону вопроса). Другим примером информационного продукта может служить информация о детях, оставшихся без попечения родителей. Сам по себе государственный или региональный банк данных о детях, оставшихся без попечения родителей, представляет собой информационный ресурс соответствующего уровня (федерального или регионального). Но информация о конкретном ребенке, которого гражданин желал бы принять на воспитание в свою семью, представленная ему федеральным или региональным оператором банка данных о детях в письменной форме, где указываются сведения о ребенке, будет являться для этого гражданина информационным продуктом, т. е. информацией, подготовленной с учетом его пожеланий и потребностей.

Следует также иметь в виду, что определение информационного продукта в конкретных информационных отношениях зависит от стадии обработки информации каким-либо лицом. Речь идет фактически о том, что одна и та же документированная информация в рамках различных отношений может являться и информационным ресурсом, и информационным продуктом. Например, заметка в газете является для аналитика информационным ресурсом, а то, что у него получится на основе полноценного анализа, созданное им, обработанное – уже информационный продукт. В то же время журналист, писавший заметку, использовал различные информационные ресурсы, а заметка, опубликованная в прессе как результат его творческой деятельности – информационный продукт.

На наш взгляд, главным отличием информационного продукта от информационного ресурса является подготовленность (или неподготовленность) информации для конкретного потребителя. Вместе с этим хотелось бы выделить некоторые характеризующие особенности информационного продукта, имеющие теоретико-практическое значение:

– информационный продукт – это всегда результат труда, порождение или следствие обработки информационного ресурса. Информационный продукт создается в процессе творческой, производственной, аналитической, синтетической и иных полезных видов деятельности;

– информационный продукт может быть вовлечен по желанию собственника в экономический оборот, следствием чего может выступать, к примеру, переход права собственности;

– информационный продукт всегда отвечает потребностям тех или иных потребителей. При создании продукта четко прослеживается идея, т. е. главный замысел, ради реализации которого и создается сам продукт;

– при формировании информационного продукта учитывается две позиции: позиция потребителя информации (заказчика, покупателя), которому требуется информация определенной направленности, и позиция собственника в силу непосредственного организационного формирования информационного продукта.