

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРАВОСЛАВНОГО ХРИСТИАНСТВА В РОССИЙСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НАЧ. XXI В.

Ревитализация религии¹ в последние десятилетия стала общемировой тенденцией, представляющей значимое направление социальных изменений. Формы проявления соответствующих процессов весьма разнообразны. Вместе с тем представляется, что для современного типа общества особое значение имеет такая их составляющая, как расширение и интенсификация религиозного присутствия в медийной сфере. Средства массовой информации и коммуникации едва ли не в наибольшей степени формируют сегодня нашу повседневность, задавая направленность самосознания людей и транслируя нормативные образцы рефлексии. Как следствие, характер и даже сила влияния религиозных агентов на общество в макромасштабе принципиально зависят от репрезентации соответствующей религии в медийном дискурсе.

Религиозную ситуацию в Российском обществе традиционно в существенной, если не в решающей, степени формирует взаимодействие светских институций с институциями православного христианства, представляющего исторически и актуально наиболее распространенную и влиятельную в стране конфессию. Согласно данным ФОМ, ВЦИОМ и Института социологии РАН за 2012 г., к последователям православного христианства относят себя от 68% до 79% жителей России². Данная конфессия имеет, в сравнении с другими, наибольший символический капитал и представлена в обществе самой влиятельной в стране религиозной организацией в лице РПЦ МП. В этой связи как наиболее актуальным, так и наиболее показательным для изучения медийного измерения религиозной ситуации представляется анализ места, занимаемого традиционным православием в современных российских средствах массовой информации.

Для анализа данного предмета представляется целесообразным применение социодинамического подхода, разработанного в его основах в 1950-х – 1960-х гг. известным французским социологом А. Молем. Согласно последнему, культура, понимаемая в широком плане как «интеллектуальное оснащение» мышления и «структура знания», которым располагает человек³, постоянно циркулирует в обществе между модусами опредмеченной «книжной стены» и

¹ Благович М. Ревитализация религии (православия) в Сербии: действительность или миф? // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. - 2012. - Т. 19. - № 2 (121). - С. 71-80.

² Синелина Ю.Ю. Динамика религиозности россиян (1989 – 2012) // Социология религии в обществе Позднего Модерна (памяти Ю.Ю. Синелиной) : материалы Третьей Международной научной конференции. НИУ «БелГУ», 13 сентября 2013 г. / отв. ред. С.Д. Лебедев. – Белгород : ИД «Белгород», 2013. - С. 330-331.

³ Моль А. Социодинамика культуры: Пер. с франц. – М.: КомКнига, 2005. - С. 46.

актуального индивидуального «экрана знаний»¹. Эта циркуляция осуществляется через сумму каналов, передающих сообщения, прямо или косвенно актуализирующие то или иное культурное содержание. В современном обществе такие каналы формируются в основном массовой коммуникацией. «Совокупность всех средств массовой коммуникации в каждый конкретный момент, в конкретную эпоху и в данном месте создает поток сообщений, доступный наблюдению и поддающийся тем самым объективному исследованию. Она являет собой «социокультурную таблицу», анализ содержания которой, получивший название «тематического», выявляет ее статистическую структуру»².

Как следствие, изучение в данном методологическом плане процессов ревитализации православного христианства в российском обществе предполагает анализ актуального дискурса СМИ на предмет тематического потока сообщений, коммуникативная интенция которых прямо или косвенно направлена на осмысление указанной конфессии в современных контекстах. В качестве объекта такого осмысления выступает сумма социально значимых реалий, которую мы предлагаем обозначить термином «православный референтный комплекс». Как отмечает М.М. Мчедлова, «социологические исследования фиксируют разведение в сознании различных мировоззренческих групп религии как веры; как исторической традиции, задающей социокультурную специфику; как церкви – социального и политического института»³. Указанные три момента могут рассматриваться в качестве трех основных групп референций «православия», соотносимых с компонентами известной «триады П.А. Сорокина»: личностью, культурой и обществом соответственно. Конкретным же предметом осмысления «православия» в дискурсе СМИ всякий раз является соотношение какой-то части православного референтного комплекса с определенными сторонами и аспектами социальной жизнедеятельности.

Репрезентация православного христианства в дискурсе современных российских СМИ рассматривается нами, прежде всего, как достаточно интенсивный поток сообщений, тематически связанных с различными аспектами православной культуры, составляющий заметную часть российского информационного поля в последние два десятилетия. Сочетание активизации миссионерской деятельности Православной церкви (прежде всего – РПЦ МП) с устойчивым тематическим информационным запросом светских субъектов повлекло за собой масштабное социокультурное последствие, выразившееся в значительном росте «информационного присутствия» православных символов и смыслов на фоне светского культурного мейнстрима. Следствием этого явилось формирование и развитие специализированного «православного» сегмента в общей социокультурной таблице российского общества.

Указанный факт дает необходимые и достаточные основания для постановки вопроса о конфессиональной, а в ее рамках – православной социокуль-

¹ Там же. С. 83.

² Там же. С. 58.

³ Мчедлова М.М. Современные параметры возвращения религии: ракурсы проблемы // Вестник Института социологии. – № 4. – Май 2012. – С. 18.

турной таблице, как значимой автономной социальной референции в масштабах российского общества.

Рост ресурса трансляции актуальной православной культуры выражается в увеличении плотности и расширении объема соответствующего массива тематических сообщений в информационно-коммуникативном пространстве (социокультурной таблице) общества. В сравнении с советским периодом, даже в его последние годы, постсоветский период характеризуют в этом плане существенные качественные изменения. По образному выражению Г.А. Голицына и В.М. Петрова, здесь «мы видим целый «куст» феноменов, выступающих в качестве ее проявлений: роста разнообразия состояний системы и энтропии распределения по этим состояниям»¹. В данной связи, исходя из центростремительного характера суммарного вектора межкультурного взаимодействия, в модуле тематической трансляции следует выделить два определяющих источника актуализации православной культуры в современном российском социокультурном пространстве.

Первым таким источником и генератором возрастания «православного присутствия» в социокультурной таблице общества стали собственно церковные институции. Стабилизация и рост (восстановление) социального потенциала Русской православной церкви (РПЦ МП), как главного институционального носителя православно-христианской религиозности и соответствующей религиозной культуры в позднесоветский и постсоветский периоды, имели своим следствием наращивание ее влияния во внешней социокультурной среде. М.И. Одинцов отмечает, что уже к середине 1980-х гг., когда на государственном уровне начали сниматься последние серьезные ограничения на деятельность религиозных объединений, Русской православной церковью осуществлялась «активная богословская и пропагандистская деятельность, под которой мы понимаем: культовая практика (богослужения, обряды и таинства, проповедь), издательская деятельность, внебогослужебное общение духовенства с верующими и неверующими, внецерковная деятельность епископата и духовенства, связанная с участием в общественно-политических мероприятиях, и, наконец, функционирование церковного актива»². Говоря иными словами, уже в позднесоветский период в РПЦ достаточно активно функционировало большинство основных каналов трансляции религиозной культуры, значительная часть которых была направлена вовне, за пределы собственно церковной ограды, и при этом имело место постепенное наращивание их возможностей. После снятия последних ограничений на религиозную деятельность в начале 1990-х годов, все эти каналы получили заметное экстенсивное развитие; в дальнейшем к ним стали добавляться новые каналы, в том числе массово-образовательный.

Здесь идет речь об увеличении количества и разнообразия каналов трансляции социальной информации, прямо или косвенно относящейся к религии в целом и православному христианству в частности. Он предполагает тиражирование определенного культурного содержания и форм через средства массовой

¹ Голицын Г.А., Петров В.М. Ук. соч. С. 206.

² Одинцов М.И. Ук. соч. С. 34.

коммуникации, книгопечатание, в также увеличение разнообразия тиражируемых объектов (их номенклатуры). Исследователи еще в первые годы нового столетия отмечали, что за период развития соответствующего «сектора российских СМИ, начало которому было положено на рубеже 80-х – 90-х годов в дни празднования 1000-летия крещения Руси, сделан серьезный шаг вперед в развитии системы религиозной коммуникации и ее содержательного наполнения, каналов распространения информации и их аудиторий»¹. При этом православная система массовой коммуникации в значительной степени задает тон развитию религиозных медиа в целом. Группа авторов из МГУ им. М.В. Ломоносова, в исследовательском проекте «Религия в информационном поле российских СМИ» (2004) выделяет четыре основных компоненты российского медийного поля религии, сложившегося к началу 2000-х гг.:

- 1) многопрофильная конфессиональная печать, ориентированная на все мировые религии, с более разветвленной сетью православных изданий;
- 2) СМИ универсального (светского) характера, в содержании которых присутствует религиозная проблематика;
- 3) специализированные религиозные радиоканалы;
- 4) бурно развивающийся сектор интернет-вещания сетевых СМИ (Интернет)², в котором особое место занимает православный сектор. Как отмечает Н.С. Зимова, на начало 2011 г. общее количество российских православных сайтов достигло 5000³.

Вторым существенным моментом современной актуализации православной культуры в медийном дискурсе представляется то, что значительную и даже определяющую роль в ее активизации играют не собственно религиозные, а светские коммуникации. С конца 1980-х гг. «православная социокультурная таблица», представленная в российской социокультурной среде, активно прирастала на иной основе, связанной с аутентичными церковными источниками весьма опосредованно. Религиозная и в значительной мере – собственно православная – тематика оказалась довольно активно востребована светскими масс-медиа. При этом значительный перевес последних над собственно религиозными медийными мощностями обусловил их функциональное преобладание в обществе. Вследствие этого, как отмечает С.Б. Филатов, в постсоветской России «для большинства населения в целом и верующих в частности основными источниками религиозных знаний, взглядов и верований служат средства массовой информации, художественная литература. Абсолютное преобладание внецерковных источников религиозной информации и религиозного авторитета

¹ Книга «Религия в информационном поле российских СМИ» // http://www.religare.ru/2_26801.html

² Там же.

³ Зимова Н.С. Православный интернет // Социология религии в обществе Позднего Модерна: Материалы Российской научной конференции с международным участием. НИУ «БелГУ», 10 февраля 2011 г. / Науч. ред. С.Д. Лебедев. – Белгород: ИПК НИУ «БелГУ», 2011. С. 144. К этому необходимо добавить появившиеся во 2-й половине 2000-х гг. специализированные федеральные религиозные телеканалы (прежде всего, православный телеканал «СПАС»), а также многочисленные тематические теле- и радиопрограммы как общероссийского, так и регионального масштаба (например, «Слово пастыря» патриарха Кирилла на Центральном телевидении, «Святое Белогорье» – в Белгородской области).

– одна из существенных черт современного российского Православия»¹. Это закономерно связано с тем обстоятельством, что в России, в отличие от большинства европейских стран, «для громадного большинства людей Церковь словно бы создается заново (...) и вместе с тем остается неким фантомом, о котором знают, что он такое, из телевидения и газет»². Другая причина заключается в недостаточной сформированности потребности религиозно ориентированного человека в собственно конфессиональной прессе³ – так же как и в собственно конфессиональной литературе⁴.

Таким образом, в первом приближении, говоря о репрезентации православно-христианской конфессии в российском медийном дискурсе, мы можем сделать вывод, что ее общий характер соответствует сохранению status quo асимметрии репрезентации светской и конфессиональных культур, характерной для секуляризованного общества современности. При всей актуализации религиозной и, прежде всего, православной тематики в массовой коммуникации доминанта рефлексивной оценки/интерпретации православного референтного комплекса остается за светскими агентами, транслирующими свои установки на массовую аудиторию через светские медиа. Как следствие, идущие непрерывно с начала 1990-х гг. процессы роста информационного присутствия православной церкви в российском обществе мы рассматриваем, как увеличение ее «коммуникативного ресурса», не нарушающее пороговых значений и не отменяющее мейнстримного, средообразующего характера российской светской культуры.

О.Б. Молодов

ОТНОШЕНИЕ РОССИЯН К СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Основным гарантом развития демократического процесса в России являются средства массовой информации (СМИ, масс-медиа), которые призваны обеспечить максимально полное информирование граждан о наиболее значимых явлениях и событиях. В информационном обществе власть знания и информации становится решающей в управлении социумом, оттесняя на второй план власть денег и государственного принуждения.

¹ Филатов С.Б. Новое рождение старой идеи: православие как национальный символ // Политические исследования. – 1999. – № 3. – С. 141, 142.

² Там же.

³ Свищев М.П. Религия и «четвертая власть» // Государство, религия и церковь в России и за рубежом. Информационно-аналитический бюллетень. – 2001. – № 3. – С. 115.

⁴ Болотина Д.И., Голосова О.Е. Социальный портрет читателя современной православной литературы // Социология религии в обществе Позднего Модерна: Материалы Российской научной конференции с международным участием. НИУ «БелГУ», 18 апреля 2012 г. / Ред. Л.Я. Дятченко, С.Д. Лебедев, В.В. Сухоруков. – Белгород: ИД «Белгород», 2012. С. 230-233.