

Баталыгина Юлия Александровна

Batalygina Yulia

**«СМИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ РЕЛИГИОЗНОГО И МОРАЛЬНОГО СОЗНАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ»**

**«MASS MEDIA AS A FACTOR OF RELIGIOUS AND MORAL CONSCIOUSNESS FORMATION IN CONTEMPORARY RUSSIA»**

## **АННОТАЦИЯ**

### **Актуальность темы.**

Актуальность темы исследования обусловлена все возрастающим влиянием современных СМИ на общественное сознание. В двадцатом веке цивилизация перешла на новый этап своего существования, названный «информационным обществом». Возрождение православия в России в конце XX века совпало со становлением информационного общества и появлением новых форм коммуникации (Интернет). Средства массовой информации в современном обществе играют важную роль – они транслируют разные виды информации, способны влиять на моральное сознание, способствовать интеграции общества, выполнять регулирующую функцию. Под действием различных факторов, в том числе и СМИ, изменениям подвергается общественное сознание, особенно такие его виды, как моральное и религиозное сознание.

В России долгое время господствовал государственный атеизм и, соответственно, атеистическое мировоззрение. На новом этапе развития в обществе стало возрождаться православие и появляться новые религиозные организации и объединения. В современном российском обществе особое внимание уделяется проблемам толерантности, семьи, образования, отношениям государства и церкви.

Одной из главных тенденций во всем мире становится использование религиозными организациями средств массовой информации в миссионерских целях.

В конце XX века в России начала формироваться система православных СМИ, включающая печатную периодику,

радиостанции, телеканалы и телепередачи на федеральных телеканалах, Интернет - ресурсы. В современном российском обществе наблюдается развитие православных печатных СМИ и рост информационных Интернет - порталов и Интернет – сайтов.

На сегодняшний день печатные СМИ и Интернет – ресурсы являются одними из основных информационных каналов распространения информации о православии, однако, стоит отметить важную роль телевидения и радио (а именно федеральных телеканалов и новостных светских радиостанций), которые имеют большой охват аудитории и выпускают в эфир информацию о религиозной жизни в информационные программы (программа «Новости»).

Религиозный сегмент средств массовой информации все больше влияет на религиозную жизнь общества, СМИ упрощает общение верующих, способствует развитию миссионерской деятельности, постепенно складывается система православных СМИ. Важно отметить, что изучение православных СМИ дает возможность более глубокого анализа деятельности современной Церкви, церковно-государственных отношений, взаимодействия Церкви и общества.

**Объектом** диссертационного исследования являются православные и светские СМИ, рассматривающие вопросы религии.

**Предметом исследования** выступает религиозная проблематика православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы, связанные с религией.

**Хронологический период исследования** материалов православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы, связанные с религией, ограничен рамками 2008 - первой половиной 2011 года. В работе приведен перечень основных православных и светских СМИ, существующих в России с 90-х гг. до 2010 года, дана им характеристика.

**Цель магистерской диссертационной работы** – проанализировать содержание материалов православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии, выявить их влияние на моральное и религиозное сознание общества.

Цель исследования предполагает решение следующих задач:

- дать характеристику информационного общества;
- определить специфику религиозного и морального сознания в информационном обществе;
- рассмотреть историю формирования православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии;
- разработать классификационные основания анализа православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии;
- описать проблематику религиозных православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии, их жанрово-тематическую структуру;
- определить роль и значение РПЦ как субъекта российского информационного пространства;
- выявить социальные функции православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии;
- определить влияние религиозного фактора на развитие современного общества через средства массовой информации;
- определить особенности «православной журналистики» в современной России.

**Научная новизна.** В диссертации впервые проведено комплексное и многоуровневое исследование СМИ, рассматривающих вопросы религии, охарактеризованы типологические модели данного вида СМИ, проведен анализ жанрово-тематических особенностей данного вида СМИ, выявлены особенности «православной журналистики», проведен анализ содержания материалов православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии. Анализ рассмотренных статей, интервью, видео- и аудиоматериалов (радио-интервью, передачи, программы на радиостанциях и телевизионных каналах) показал наличие информации, способной оказать влияние на моральное и религиозное сознание.

**Степень разработанности исследуемых проблем в научной литературе.**

Для выявления особенностей материалов православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии, были рассмотрены как работы, посвященные глобальным вопросам функционирования современных средств массовой информации, так и узко направленные труды, анализирующие различные аспекты развития православных и светских СМИ, рассматривающих опросы религии.

Классические аналитические работы, посвященные различным проблемам и особенностям информационного общества, такие как «Особенности формирования информационного общества» А. И. Соловьева, «Психология народов и масс» Лебона, «Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание» С. А. Зелинского, «Психологическая война: Подрывные действия империализма в области общественного сознания» Д. А. Волкогонова, позволяют определить основные черты и функции информационного общества, выделить нравственные и религиозные проблемы современного социума, выявить особенности массового сознания и способы влияния на него. Труды о массовой информации и коммуникации М. Н. Володиной «Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание», О. В. Александровой «Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества», С. А. Зелинского «Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание» и др. содержат глубокий анализ особенностей массовой информации и коммуникации, примеры влияния такого вида информации на массовое сознание и общественное мнение.

Вопросам изучения особенностей морального и религиозного сознания посвящены следующие работы: Д. М. Угринович «Психология религии», К. И. Никонов «К вопросу об уровнях религиозного сознания», И. Н. Яблоков «Психология религии», А. А. Ворошилова «Религиозное сознание и способы его существования», Б. А. Лобовик «Религиозное сознание и его особенности», Р. Г. Апресян «Понятие общественной морали», И. С. Кон «Моральное сознание личности и регулятивные механизмы культуры. Социальная психология личности», А. А. Гусейнов

«Мораль: между индивидом и обществом», Е. В. Беляева «Исторические формы общественной морали» и др.

Важную роль в изучении средств массовой информации в современном обществе сыграли труды отечественных теоретиков в области журналистики - Я. Н. Засурского, Л. М. Земляновой, О. В. Бакиной, М. М. Лукиной, А. А. Стриженко и др. Полный анализ всех видов СМИ (телевидение, радио, печатные издания, Интернет) дан в работе А. А. Стриженко «Зарубежная и российская журналистика: трансформация картины мира и ее содержания».

#### **Методы исследования:**

В работе для достижения поставленных задач автор использует методы анализа, обобщения, индукции, контент-анализа. Приоритетным методом исследования является метод междисциплинарного анализа, позволяющий сочетать методологию религиоведческого анализа, этического, с учетом современных прикладных методов. С помощью этих методов были обработаны данные, полученные в ходе изучения религиозных и светских печатных изданий, теле - и радиоканалов, православных Интернет - проектов и Интернет - порталов, контент - анализа содержания данных СМИ. Мониторинг СМИ был проведен в период с 2009 по 2011 гг. Для подробного анализа классификационных параметров православных СМИ автор использовал типологический подход, основанный на рассмотрении процесса информирования общества и его реакции на медиа продукт, степени распространения информации о религии и возможности общения СМИ и общества. Был проведен анализ, выявляющий религиозно-нравственную составляющую материалов православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии.

#### **На защиту выносятся следующие положения:**

1. Современные СМИ оказывают влияние на религиозное и моральное сознание, транслируют моральные ценности и идеалы в обществе, осуществляют интегративную и регулятивную функции;

2. СМИ способны влиять на общественное сознание путем использования следующих коммуникационных техник: выпуск материалов, основанных на правилах создания массовой информации; частое повторение одного и того же материала; внедрение эмоциональной нагрузки в информационный продукт; формирование содержания информационных материалов с использованием теории архетипов. СМИ является транслятором и агентом ценностей общества. В частности, таким транслятором выступают православные и светские СМИ, рассматривающие вопросы, связанные с религией.

3. РПЦ широко использует СМИ в информационно-коммуникационной деятельности в миссионерских целях и для информирования общества о своей деятельности. Многие профильные СМИ освещают этические проблемы общества.

4. Существуют такие виды СМИ, как Интернет, радиостанции и телеканалы, которые могут настроить коммуникационный канал с обществом, позволить обществу непосредственно участвовать в решении и обсуждении сложных религиозных вопросов.

5. Можно выделить типологическую структуру православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы религии, характеризующую информационные материалы по содержанию контента, административной принадлежности, по тематике.

6. Наиболее важными являются следующие темы и проблемы, которые регулярно освещаются в православных и светских СМИ, рассматривающих вопросы о религии: семья, образование, воспитание молодого поколения, приобщение молодежи к религии, благотворительная деятельность религиозных организаций, сотрудничество государства и религии.

**Теоретическая значимость работы** заключается в изучении особенностей использования религиозными организациями СМИ для реализации своих информационных и коммуникационных потребностей, религиозно - нравственного содержания материалов православных и

светских СМИ, рассматривающих вопросы религии, и их способности оказывать влияние на моральное и религиозное сознание.

**Практическая значимость работы** состоит в том, что представленные результаты и положения могут быть использованы в научной и учебно-методической работе при комплексном изучении религиозных и светских СМИ, рассматривающих вопросы, связанные с религией. Также основные положения и выводы данной работы могут быть применены в практической деятельности СМИ для освещения проблем религиозного и морального характера современного российского общества.

#### **Апробация работы.**

Отдельные аспекты диссертационного исследования будут представлены в виде доклада-сообщения на Второй Конференции Российского Сообщества преподавателей религиоведения «Религия в меняющемся мире», которая состоится 2-4 июня 2011 г. на философском факультете СПбГУ. Основные положения диссертации обсуждались на заседании кафедры философии религии и религиоведения СПбГУ.

#### **Структура работы.**

Магистерская диссертация состоит из трех глав, каждая из которых последовательно решает поставленные задачи, а также введения, заключения, оглавления, списка источников и использованной литературы.

