

4. Джеймс У. Многообразие религиозного опыта. М., 1993, с. 383.
5. Ершова-Бабенко И.В. Психосинергетические стратегии человеческой деятельности. Винница, 2005, с. 324.
6. Профессор Валерий Слэзин: молясь, человек превращается в младенца. URL: http://www.lomonosov.org/article/professor_valery_slezin.htm (дата обращения: 31.07.2014).
7. Хоружий С.С. Синергичная антропология. Томские лекции. // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология.. 2009, №2(6), с. 98–99.
8. Leuba J. H. The Contents of Religious Consciousness // *The Monist*. 1901. №11(4), p. 572.

REFERENCES

1. Apresyan R. G. Spirituality//Person. 1996 . No. 4. page 61.
2. Gildebrand D. von. Ethics. SPb. 2001, page 45.
3. Guseynov A.A. What are we? // Multidimensional image of the person: on a way to creation of uniform science about the person. М, 2007, page 94-95.
4. James U. Variety of religious experience. М, 1993, page 383.
5. Yershov-Babenko I.V. psychosynergetic strategy of human activity. Vinnytsia, 2005, page 324.
6. Professor Valery Slyozin: praying, the person turns into the baby. URL: http://www.lomonosov.org/article/professor_valery_slezin.htm (assessed date: 31.07.2014).
7. Horuzhy S. S. Sinergetic anthropology. Tomsk lectures. // Messenger of Tomsk state university. Philosophy. Sociology. Political science. 2009, No. 2(6), page 98-99.
8. Leuba J. H. The Contents of Religious Consciousness // *The Monist*. 1901. №11(4), p. 572.

*Короченский А.П.
(НИУ «БелГУ», Белгород)*

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ХРИСТИАНСКИЙ МЕДИАМОНИТОРИНГ И МЕДИАКРИТИКА В ГЛОБАЛИЗОВАННОМ МИРЕ

Аннотация. Беспрецедентно возросшее влияние средств массовой коммуникации на все стороны жизни современного общества превратило его в медиатизированный социум, все институты которого широко используют в своей деятельности медийные ресурсы. Не являются исключением и клерикальные структуры. В условиях нарастающей глобализации они развивают разнообразные собственные медийные каналы для воздействия на аудиторию как на национальном уровне, так и в международных масштабах. При этом используются как традиционные формы массмедийного воздействия, так и новые ресурсы – международный медиамониторинг и медиакритика.

Ключевые слова: международные христианские массовые коммуникации, глобализация, международный медиамониторинг, медиакритика.

*Korochenskij A.P.
(NRU «Belgorod State University», Belgorod)*

INTERNATIONAL CHRISTIAN MEDIA MONITORING AND MEDIA CRITICISM IN GLOBALIZED WORLD

Abstract. Unheard-of in history, increased impact of mass media creates the mediatized modern society, with different institutions armed by media resources. Clerical institutions are not

exceptions, because in conditions of the globalization churches used its media channels in national and international scales. And new forms of impact as international media monitoring and media criticism.

Key words: international Christian mass communications, globalization, international media monitoring, media criticism.

Ярким примером многолетнего использования трансграничного распространения клерикальной информации является католическое “Radio Vaticana”, основанное в 1931 г. Эта вещательная организация, действующая под девизом «Голос Папы и Церкви в диалоге с миром», ведёт радиопередачи на четырех десятках языков, включая русский, и поддерживает собственный сайт (www.radiovaticana.va). Однако по масштабам своей деятельности и аудиторному охвату даже крупные клерикальные СМК несопоставимы с гигантскими транснациональными медийными концернами, имеющими в своём распоряжении огромный информационный аппарат, развитую коммуникационную инфраструктуру и мощные финансовые ресурсы. Содержание же трансграничного медийного мейнстрима во многих отношениях резко контрастирует с идеями и ценностями, которые являются основополагающими для христианских религиозных конфессий. Рыночно ориентированные СМК формируют культуру прагматичного материализма и гедонизма, демонстрируют поддержку или терпимое отношение к явлениям, осуждаемым христианскими церквями – например, разводам и абортam, однополым бракам, операциям по смене пола и пр. Церковные иерархи становятся персонажами медийных международных, межрелигиозных скандалов: так, ватиканский святой престол подвергался нападкам, образ понтифика в средствах массовой коммуникации оброс многочисленными стереотипами [1].

В связи с этим в наши дни возрастает внимание клерикальных кругов к концептуальному осмыслению и разработке собственной медийной политики церковных организаций как на национальном, так и на международном уровне, с учётом реалий эпохи цифровых коммуникационных технологий. Об этом свидетельствует, в частности, повестка дня состоявшегося в мае 2014 г. форума Межпарламентской Ассамблеи православия с участием представителей государственной Думы и РПЦ, где работали секции «Коммуникативная теология и политика», «Церковь и социальные сети», «Информирование-поклонение-единство») [2]. Адаптация церкви к состоянию института современного медиатизированного социума требует концептуального переосмысления задач клерикальных СМК и системного выстраивания отношений церкви с медийным комплексом в целом – как через развитие церковного пиара и связей с прессой, так и благодаря использованию нетрадиционных форм влияния на медийную сферу. В связи с этим пристального внимания заслуживает освоение и использование возможностей новой области современной журналистики – *медиакритики* (критики средств массовой коммуникации).

Медиакритикой именуется новая, быстро развивающаяся область современной журналистики, осуществляющая критическое познание и оценку социально значимых, актуальных культурно-творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов функционирования массмедиа, включая оценочный анализ информационного производства в медийных организациях, создаваемых ими медиатекстов и их воздействия на общество после опубликования. Медиакритика представляет собой общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиатекстов, их содержания и жанрово-стилевых форм воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания публикой, на представления о материальном и духовном мире, фор-

мирующиеся в сознании получателей массовой информации. Под «медийным содержанием» (или «контентом») понимается содержательный комплекс средств массовой информации, включающий журналистский, документальный, художественный, рекламно-справочный, пиаровский и иллюстративный компоненты.

Обозначая отклонения от признаваемого нормативного (или общественно необходимого) состояния медиасферы, критика побуждает журналистов и других творческих работников к внесению корректив в информационное производство и медийное содержание, в результате чего отмеченные отклонения могут быть устранены. Критика стимулирует медийных работников требовательнее относиться к себе и своим произведениям. Она может предлагать создателям медийного содержания выбор альтернативных деятельностных вариантов с учетом заданной нормы (образа), обозначая пути и способы достижения нормативного (либо желаемого) состояния рассматриваемого объекта. Медиакритика способна оказывать воспитательное воздействие на творческих работников и массовую аудиторию, так как по своей сути воспитание представляет собой процесс воспроизводства и передачи нормативных знаний и ценностей (культурных, морально-нравственных, идеологических, деятельностных) от воспитателя к воспитуемым.

В настоящее время медиакритика дифференцируется в зависимости от состава авторов медиакритических произведений и их аудиторного предназначения, образуя четыре основных вида:

1. *Научно-экспертная (академическая) медиакритика* представлена журналистскими публикациями учёных и экспертов, изучающих медийную сферу. Этот вид медиакритики способствует популяризации полученных исследовательских результатов среди представителей медиасообщества и заинтересованных граждан

2. *«Внутрицеховая» (внутрикорпоративная) критика СМК* развивается в профессиональных сообществах работников медийной сферы. Как авторами, так и аудиторией в данном случае выступают в основном представители медийных сообществ.

3. *Массовая медиакритика* создаётся усилиями профессиональных критиков из числа журналистов, искусствоведов и пр. Её произведения, публикуемые в высокотиражных газетах и других популярных СМК, адресованы массовой аудитории.

4. *Гражданская медиакритика* является новейшим видом критической деятельности, получившим развитие в связи с появлением так называемой гражданской журналистики, использующей коммуникативные возможности малозатратных сетевых ресурсов. Авторами критических публикаций в данном случае являются непрофессиональные авторы – активисты, анализирующие и оценивающие деятельность СМК в качестве представителей гражданского общества и его структур.

В число таких структур входят постоянно действующие гражданские группы мониторинга СМК и медиакритики, именуемые в англоязычных странах *media watch groups* (группы гражданского наблюдения за средствами массовой коммуникации). Как свидетельствует опыт деятельности таких объединений, как FAIR (США) и MediaLens (Великобритания), эти немногочисленные по составу участвующих в них авторов-активистов и медиакритиков способны оказывать существенное коррекционное влияние на восприятие массовой аудиторией информации, поступающей из медийного мейнстрима. Ещё одной формой организации гражданского мониторинга СМК и медиакритики являются *медиаобсерватории*, создаваемые при университетах и иных образовательных и научно-исследовательских центрах как в качестве их структурных подразделений, так и в статусе гражданских инициативных организаций.

Важность организации и ведения медиамониторинга СМК как инструмента позитивных социальных перемен была подчеркнута в специальной сессии ООН в Пекине в 1995 г., на которой была признана необходимость создания неправительственных мониторинговых групп для отслеживания деятельности массмедиа и последующего консультационного взаимодействия таких групп с медийными организациями.

Организация международного мониторинга СМК и подготовка медиакритических публикаций стала в последние годы одним из существенных направлений деятельности Всемирной Ассоциации христианской коммуникации (WACC) со штаб-квартирой в Торонто (Канада) [4]. Ассоциация была создана как международное объединение, провозгласившее поддержку права на коммуникацию в качестве одного из основных прав человека. Основываясь на христианских воззрениях, эта организация выступает за обеспечение всеобщего доступа всех людей, независимо от их социального положения, к информации и коммуникации, за открытые и плюралистичные СМК.

В Стратегическом плане WACC на 2012-2016 гг. отмечается, что мейнстримовские СМК продолжают освещать новости и проецировать реальность с позиций ограниченного сегмента общества, в основном тех, кто располагает политической и экономической властью. WACC должна усилить внимание к продвижению права на коммуникацию на международном уровне, которое характеризуется как «одно из основополагающих прав человека», относимое современными исследователями к категории «третьего поколения прав человека» [5]. WACC поддерживает идеологию программы ЮНЕСКО «Информация для всех» и положения своего программного документа «Христианские принципы коммуникации», принятого в 1986 г. и пересмотренного в 2009 г. Заявляя о приверженности идеалам мира, безопасности, справедливости, взаимной ответственности и транспарентности, Ассоциация сформулировала семь руководящих принципов, согласно которым коммуникация:

- является духовной практикой;
- формирует и объединяет сообщества;
- повышает активность участия в общих делах;
- несёт свободу и требует ответственности;
- служит культурному разнообразию;
- выстраивает связи между людьми;
- утверждает справедливость и бросает вызов несправедливости.

На фоне растущего разнообразия новейших форм информирования WACC уделяет внимание развитию медиаобразования потребителей массовой информации.

Ассоциация стремится развивать международный медиамониторинг как инструмент для выявления искажений в СМК и содействия переменам в медийном отображении некоторых социальных групп, а также использовать новые массмедиа как демократическую форму мобилизации общественности на международном уровне перед лицом контроля над информацией со стороны глобальных медиаконгломератов, для участия в социальных движениях за равенство.

После организованной WACC в 1994 г. в Бангкоке международной конференции с участием феминистских организаций одним из доминантных аспектов в мониторинговой деятельности Ассоциации является защита прав женщин в медиасфере. В 1995 г. с участием неправительственных групп и волонтеров из разных стран мира был впервые организован широкий международный мониторинг новостей в периодике, на телевидении и радио в 71 стране мира, с преимущественной концентрацией на СМК государств Азии, Африки, Центральной Америки и Кариб-

ского бассейна. По его итогам был опубликован медиакритический доклад на тему «Глобальный медиамониторинг участия женщин в новостях».

Так стартовал «Глобальный Проект Медиамониторинга» (GMMP), реализуемый при совместном участии женских правозащитных организаций, медийных и религиозных ассоциаций, университетских исследователей и студентов во многих странах мира. Мониторинг выявил малую долю публикаций в СМК, посвящённых жизни и проблемам женщин (всего 17 проц. от общего числа тем), недостаточное участие женщин в редакционных и экспертных командах, формирующих новостную картину событий. Женщины часто представлены в новостях в качестве матерей, домохозяйек, и намного реже мужчин – в качестве профессионалов, общественных деятелей. В итоге отображение новостей в СМК имеет явный дисбаланс в пользу освещения «маскулинного мира», в ущерб медийному отображению жизни женщин и их проблем в обществе.

Через пять лет международный медиамониторинг был повторен в 70-ти странах. При этом внимание было обращено на женское участие в формировании новостной картины событий и на репрезентацию женщин и мужчин в СМК. Организаторы мониторинга на материале более чем 16 тысяч публикаций в СМК стремились выявить, наступили ли какие-либо значимые перемены по сравнению с периодом первого мониторинга. Результаты исследования, оформленные в медиакритическом докладе «Кто делает новости?», были переданы в ООН и гражданским объединениям, выступающим за равноправие женщин, чтобы вооружить их фактическим материалом для аргументирования своих взглядов и требований.

Аналогичные международные медиамониторинги проводились под эгидой WACC и дальнейшем. Их результаты получили отражение на сайте **www.whomakesthenews.org**. Результаты мониторингов фиксировали постепенный прогресс по некоторым направлениям: так, например, доля новостей о жизни женщин к 2005 г. повысилась до 21% от общего объема тематики сообщений, увеличилось участие женщин в подготовке новостей – от 28% в 1995 г. и 31% в 2000 г. до 37% в 2005 г. Вместе с тем сохранился гендерный дисбаланс в медийной репрезентации новостей политической и экономической жизни. Продолжают существовать гендерные стереотипы в освещении событий и их действующих лиц. Женщины становились главными персонажами таких новостей соответственно, в 14% и 20% случаев – хотя их участие в политике в ряде стран является весьма существенным: так, в Руанде основная часть политиков – это женщины.

Медиакритический доклад по итогам мониторинга в 2005 г. содержит вывод, что в мировых СМК выявлен отчетливый дефицит демократии: в новостях «в переизбытке присутствуют уже известные лица, многократно слышанные ранее голоса и мнения», воспроизводятся гендерные стереотипы, недостаточно представлены мнения и проблемы женщин. Необходимо пересматривать рутинные редакционные практики, совершенствовать профессиональную подготовку журналистов, вести диалог с редакциями, чтобы в медиасфере были достойно представлены права женщин. Было отмечено, что существующее положение в СМК отражает объективную ситуацию в обществе, где сохраняются традиционные представления о гендерных ролях и образцах поведения [6].

Полученные результаты отражают решающее влияние идеологии современных феминистских движений на исходные позиции и выводы наблюдателей из многих стран мира, вовлеченных в «Глобальный Проект Медиамониторинга», и свидетельствуют об определённой зауженности сектора внимания к деятельности современных СМК в международном масштабе. Характерно, что в итоговых

текстах нет разграничения между гендерными стереотипами, которые являются следствием отсталых, иногда поистине средневековых, социальных практик – и теми представлениями, которые являются закономерным следствием естественных различий между женщиной и мужчиной. В связи с этим закономерна постановка вопроса о степени близости (или удалённости) глобального медиамониторингового проекта, осуществляемого под эгидой Всемирной Ассоциации христианской коммуникации, христианской же религиозной доктрине и соответствующим аксиологическим установкам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Клименко Д. А. Формирование образа Ватикана в онлайн-версиях российских и зарубежных изданий в период понтификата Бенедикта XVI. Автореф. дисс. на соискание ст. канд. наук. – М., 2009.
2. См. программу форума на <http://eiaio.org/wp-content/uploads/2014/05/20140515ProgramRU2.pdf>
3. См.: Короченский А.П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. РГУ. – Ростов-на-Дону, 2003
4. www.waccglobal.org
5. Huys R., Maasert L. The New Generation of Human Rights. Amsterdam, 1980.
6. www.whomakesthenews.org

REFERENCES

1. Klímenko D. A. Formation of an image of Vatican in online versions of the Russian and foreign editions in the period of Benedict's XVI pontificate. Resume of PhD dissertation. – M., 2009.
2. See the forum program on <http://eiaio.org/wp-content/uploads/2014/05/20140515ProgramRU2.pdf>
3. See: Korochensky A.P. "The fifth power"? Media criticism phenomenon in a context of information market. RGU. - Rostov-na-Donu, 2003
4. www.waccglobal.org
5. Huys R. Maasert L. The New Generation of Human Rights. Amsterdam, 1980.
6. www.whomakesthenews.org

Ламажаа Ч.К.

(Московский гуманитарный университет, Москва)

ФОРМЫ РЕЛИГИОЗНОЙ АРХАИЗАЦИИ И НЕОТРАДИЦИОНАЛИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ¹

Аннотация. В докладе презентована электронная база данных «Российские модели архаизации и неотрадиционализма в условиях модернизации», созданная коллективом ученых на базе Московского гуманитарного университета в 2013 г. В базе данных присутствуют материалы по вопросам религиозной архаизации и неотрадиционализма, вариации которых наблюдаются в российских регионах. В частности, представлены обобщения по конкретным проявлениям религиозной архаизации и неотрадиционализма в регионах Центральной России, Сибири, Северного Кавказа.

Ключевые слова: архаизация, неотрадиционализм, база данных, религиозная архаизация, религиозных неотрадиционализм, Центральная Россия, Сибирь, Северный Кавказ.

¹ Подготовлено в рамках проекта «Научно-исследовательская база данных «Российские модели архаизации и неотрадиционализма в условиях модернизации», грант № 13-03-12005»).