

УДК 322.2

**МЕДИАТИЗИРОВАННЫЙ ОБРАЗ ГОСУДАРСТВЕННО-
КОНФЕССИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ: РЕАЛЬНОСТЬ ИЛИ
СОЦИАЛЬНЫЙ КОНСТРУКТ**

Родионова Е. В., Коваленко В. Д.

***Аннотация.** Статья опирается на результаты исследовательского проекта «Государство и религия на Северо-Западе: социологический анализ», который был проведен СЗИУ РАНХиГС в 2020 году и 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 5-ти 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 об особенностях подачи информации о государственно-конфессиональном диалоге в публичной сфере. Методами эмпирического исследования выступили качественный и количественный контент-анализ, инвент-анализ с акцентом как на различных регионах, так и на совокупность факторов по всему Северо-Западному федеральному округу в целом. В ходе исследования дается заключение о формате и формах медиа-коммуникации делается вывод о разной модели медиа-образа государственно-конфессиональных отношений в каждом регионе и о первостепенной роли РПЦ в государственно-конфессиональном диалоге регионов СЗФО.*

***Ключевые слова:** медиатизация религии, государственно-конфессиональные отношения, Северо-Западный федеральный округ, государственно-конфессиональный диалог.*

Область взаимодействия государства и религиозных организаций является актуальной сферой для изучения современной религиозной ситуации в России. Это обусловлено тем, что именно современное государство выполняет ряд значимых надзорных и контролирующих функций в религиозной сфере. Тема тесно связана с государственным контролем в области современных социальных институтов, политических и религиозных символов, а также смежных с ними вопросов исторической памяти, что выступает крайне важным как для современных традиционных и официальных, так и относительно новых и неофициальных религиозных объединений. Однако неизвестно, в какой степени авторитет государства для каждой из них наиболее актуален.

Система государственно-конфессиональных отношений может быть определена как система изменяющихся форм взаимосвязей и взаимоотношений, как система коммуникаций, в основе которой лежит законодательно закрепленное представление о месте религии и религиозных объединений в жизни общества [1]. Но определение обширной и сложной структуры государственно-конфессиональных отношений через призму права ведет к пониманию этой системы в нормативном ключе. Мы акцентируем внимание именно на коммуникационном аспекте, который выступает одним из первостепенных для формы и наполнения государственно-конфессиональных отношений. Это особенно актуально ввиду того, что современные процессы коммуникации подвержены влиянию новых технологических явлений, самыми важными из которых выступают изменения, связанные с появлением и развитием сети интернета и медиасферы. Появление и распространение социальных сетей, мессенджеров, онлайн-платформ и других новых медиа меняют подход к осмыслению роли коммуникации, а увеличивающиеся объемы информации изменяют фокус рассмотрения многих феноменов. Ярким примером этой перестройки стала сформулированная на рубеже веков методологическая рамка медиалогии П. Бурдьё. Автор отталкивался от категории «внимание», характеризуя принцип работы современных коммуникационных практик, ведь именно внимание зависит от располагаемого реципиентом времени, что провоцирует конкуренцию со стороны коммуникаторов за ресурсы реципиентов. В связи с этим особо важным становится коммуникационный массмедийный капитал в особом «журналистском поле», который является специфической разновидностью символического капитала и напрямую связан с узнаваемостью и закреплением социальных статусов внутри социальных полей [2].

О значимости медиа и информации писал также Ж. Бодрийар. В своей работе «Симулякры и симуляции» он выдвинул тезис, что именно информация опосредует реальность и пересоздает ее, поскольку без информационного опосредования нет меры реальности [3].

В научном дискурсе совокупность явлений, связанных с возрастающей ролью медиа и цифровых технологий, именуется категорией «медиатизация», которая имеет множество определений и дефиниций. Наиболее актуальным определением этой категории, на наш взгляд, является дефиниция Ф. Кротца, который характеризует медиатизацию как мета-процесс общечеловеческого масштаба наряду с глобализацией, коммерциализацией, рационализацией и индивидуализацией [4]. Также значимость процесса медиатизации для всех сфер жизни социума подробно описана в работе Н. Коулдри и А. Хеппа «Медиатизированное конструирование реальности», в которой авторы постулируют идею о глубокой медиатизации современной общественной жизни, а само конструирование социальной реальности происходит с помощью технологически опосредованных процессов коммуникации, т.е. медиа [5].

Медиа влияют и на религиозную сферу, в том числе и на ее подсферы, включая государственно-конфессиональные отношения, которые являются неотъемлемой частью общественных отношений и также подвержены изменениям, связанным с развитием современных медиа и опосредованными ими видами социального действия.

Некоторые исследователи характеризуют подобные феномены как «медиация религии», «дигитализация религии» или «цифровизация религии», однако мы склонны придерживаться такой категории как «медиатизация религии».

В рамках этого направления существует теория «Медиатизированных миров» Ф. Кротца и А. Хеппа. Для характеристики медиатизированных миров авторы прибегают к социальной феноменологии и к символическому интеракционизму. «Медиатизированные миры» – это метафора того факта, что различные контексты современной повседневной жизни отмечены медийной коммуникацией. В основе теории лежит установка феноменологического подхода (А. Шюц, Т. Лукман) о том, что медиатизированные миры понимаются как миры повседневной жизни, а именно как та область реальности, которую нормальный взрослый человек просто воспринимает как должное. Сами миры зависят от коммуникации и передачи информации, а в современности они становятся экстерриториальными, имеют разный масштаб и переплетены друг с другом [6]. Отечественный социолог Е.А. Островская отмечала, что в большинстве статей авторы также старались отстраниться от попыток определить медиатизацию как застывшую или статистическую данность [7].

Медиатизация религии – частный раздел современного направления медиатизации, внутри которого нет консенсуса относительно основополагающих дефиниций. Датский социолог С. Хьярвард в определении медиатизации религии делает акцент на том факторе, что медиатизация не меняет саму религию, но предполагает многообразие метаморфоз, которые вступают во взаимодействие с уже существующими тенденциями, присущих религии [8]. В целом Хьярвард определяет медиатизацию следующим образом: «Медиатизацию религии можно рассматривать как часть постепенной секуляризации: это исторический процесс, в ходе которого средства массовой информации взяли на себя многие социальные функции, которые раньше выполнялись религиозными институтами» [9, с. 11].

Другой исследователь М. Ловхайм выступает в качестве оппозиции С. Хьярварду. В своих работах Ловхайм акцентирует внимание на том, что религия и медиа являются социальными феноменами, производными от конкретных общественных отношений. Медиатизация религии, в концепции Ловхайма, – это двунаправленный процесс, в котором медиа формируют общественные представления о религии, но и сами религии активно позиционируют свои идентичности и консолидации в цифровом социальном пространстве [10].

Можно отметить, что нет ничего удивительного в том, что религиозные организации перенимают форматы поведения у гражданских институтов, находящихся в светском обществе, стараясь привлечь к освещению своей деятельности не только собственные СМИ, но общественные и даже государственные, выстраивая медиастратегию многоярусно. Само медиапространство является питательной средой не только для появления и возвращения новых ценностей и идентичностей, но даже для появления новых языковых диалектов. Информационное опосредование реальности создает ситуацию, когда информация о событиях с религиозной компонентой, их медиа-образы являются в разы важнее и актуальнее реальных событий и религиозных практик.

Медиатизированные миры не только являются тем, что люди воспринимают в качестве «нормального», но также являются пространством публичного, поэтому выступают фактором политического. Это особо важно в рамке «медиатизации религии», так как коммуникационные неполитические, ранее не публичные явления (например, поздравления от официальных лиц по тем или иным поводам) могут стать событием консолидации или разделения для разных социальных групп. Это происходит из-за того, что основным вопросом для политических акторов и государства выступает вопрос власти как процесса концентрации силовых и унификации символических ресурсов [11], в том числе, и в ракурсе символической монополии как способности отправлять саму власть не только через внешнее принуждение и репрессии, а через способность совместного мышления и коллективного действия.

Темы религии, межрелигиозного и межкультурного диалогов в обществе являются крайне важными в современном динамичном мире, особенно в прогрессивных и передовых регионах России. Крупные концептуальные исследования не только в СЗФО в целом, но и в таком крупном субъекте как Санкт-Петербург проводятся крайне редко. 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. Именно на создание подобного фундамента направлено данное исследование.

По теме медиакоммуникации в государственно-конфессиональном диалоге в России исследований категорически мало, чтобы у авторов была возможность обобщить опыт и описать методологические рамки исследований. Большинство работ так или иначе посвящены смежным темам – в социологии православных приходов социальному измерению православных общин, православному дискурсу, где особо можно отметить труды И. Забаева [12], В.А. Шумковой [13], Е.В. Пруцковой [14] и многих других. Во многом новизна проекта, на основании которого написана данная работа, и заключалась в том, что авторы прилагали алгоритм изучения медиатизации к государственно-конфессиональным отношениям. Попытка провести анализ медиасферы схожим образом был предпринята в работе В.Д. Коваленко «День Победы и Пасха – конструирование социального значения этих праздников в медиа органов власти» [15].

Современный субъект Российской Федерации является структурой коммуникации и согласования интересов разных общественных групп, в деятельности которых религия играет важную роль. Ввиду пилотажного характера исследования в исследовательский фокус попало пять субъектов – Санкт-Петербург, Псковская область, Новгородская область, Архангельская область и Ленинградская область.

Для характеристики религиозной ситуации в Северо-Западном регионе России в первую очередь необходимо сконцентрироваться на основных характеристиках медиатизации взаимоотношений государства и религиозных организаций в регионе. Каждый субъект федерации представляет собой отдельную структуру взаимоотношений и отдельное инфополе, поэтому применение единой методологии к

изучению различных структурных частей региона является не только аналитическим преимуществом, но и несет в себе возможность для сравнительного исследования.

В данной работе мы прибегли к использованию методов количественного и качественного контент-анализа, а также использованию метода ивент-анализа в применении их к медиа. Такой набор методов позволяет изучить динамику и форматы коммуникации между религиозными организациями, между государством и религиозными организациями, исследовать вопрос количества и форм основных событий и мероприятий в межрелигиозной сфере и межрелигиозном диалоге.

Указанные методы обладают характерными классическими чертами. Они заключаются, например, в поиске наиболее значимых тематик или символов, кодировке языковых единиц и т.п. Однако сам характер современных медиа привносит в процесс выполнения указанных операций новые свойства. Основными, выделенными А. Вик, нетипичными чертами анализа медиа являются:

- отсутствие организации исследуемого массива данных, то есть большая дискретность записей и комментариев в отличие от классической работы с текстами, что обуславливает необходимость жесткого ограничения исследуемого материала по тематикам и временным периодам;
- большое разнообразие форматов и форм контента, которые могут представлять из себя не только текстовые, но и аудиальные, визуальные, иллюстративные и прочие форматы;
- огромное количество «шумов», то есть лишней для исследователя информации, например, нетематических комментариев, видео- и аудио- образов, рекламных записей, что актуализирует важность качественного отбора данных;
- при анализе медиа практически невозможно получить достоверные данные о контексте исследуемого высказывания [16].

Используемый нами количественный контент-анализ направлен на анализ числа опубликованных записей с определенной тематикой, публикационной активности и интенсивности тех или иных медиа. Качественный контент-анализ направлен на формат публикуемого контента, его объем, смысловую направленность, наличие тех или иных видов лексики в текстах и медиа-образах. Ивент-анализ направлен на получение информации о событиях, их участниках и форматах их взаимодействия между собой.

На основе описанных выше теоретических рамках можно заявить, что целью исследования стало выявление закономерностей в репрезентации в медиа основных событий в государственно-конфессиональном диалоге в каждом из выбранных для анализа субъектов Российской Федерации. При отсутствии полной открытости и публичности взаимоотношений необходимо уточнить, что в фокусе нашего исследования находится непосредственно медиа-образ взаимоотношений между указанными акторами в каждом субъекте, а сама актуальность изучения медиаобраза была обоснована выше.

Специфика проведенного анализа состоит в том, что непосредственно профильные медиа органов власти или религиозных организаций не являются наиболее популярными медиа в обществе; некоторые медиа, например, официальная группа правительства Псковской области в социальной сети ВКонтакте имеет на

момент проведения исследования 38 881 подписчиков, а сетевое региональное издание «Псков Сегодня» – 60 573. Такая диспропорция будет еще сильнее, если мы обратимся к сопоставлению аудитории светских и религиозных медиа; аудитория официальной группы в ВКонтакте Санкт-Петербургской епархии «Церковь в Петербурге» составляет 8 868 подписчиков, в то время как региональный новостной портал «Фонтанка.ру» насчитывает 232 596 подписчиков в этой же социальной сети.

Важно учитывать, что в современном мире средства массовой информации и массовой коммуникации выполняют не только осведомительную функцию, но являются элементами управления и контроля, связанными с системой символов и легитимацией этих символов в обществе. Поэтому само упоминание в медиа тех или иных событий органов власти, контекст упоминания и формат, а также возможное отсутствие информации о тех или иных событиях выступают формой политического действия, выстраивающих иерархию ценностей и смыслов. Несмотря на узкий профиль религиозных и государственных медиа для нашего исследования исключительно важен вопрос изучения именно репрезентации событийной картины явлений с религиозной компонентой в этих медиа.

В.М. Хруль в своей работе по изучению 25-ти российских СМИ вскрыл специфический характер репрезентации религиозной тематики в медиа. По данным его исследования, в десятой части публикаций журналисты не потрудились объяснить специальную религиозную лексику, которую употребляют, а в большинстве случаев (77,2%) тексты практически не содержали религиозной лексики и терминов [17]. Здесь стоит сделать акцент на том, что позиционирование информации в официальных религиозных медиа является наиболее приближенным к официальным позициям религиозных организаций и религиозных деятелей. Данный тезис подтверждается заявлениями руководителей религиозных организаций. Выступая на Архиерейском соборе 2 февраля 2011 года, Патриарх Кирилл отметил: «Если мы будем бездействовать, то журналисты самостоятельно, по своему разумению сформируют для общества образ Церкви. Без нашего участия этот образ может оказаться однобоким, а в худшем случае – уродливым и лживым» [18].

Дадим краткую характеристику методических особенностей нашего исследования. Оно состоит из нескольких этапов. Мы используем метод инвент-анализа, который направлен на обработку публичной информации и позволяет упорядочить и структурировать упоминания в виде событийного ряда, параллельно с этим формализовав события по выделенным нами критериям. Систематизация и обработка соответствующей информации осуществляется по следующим признакам: авторы (кто); сюжет (что); контекст (в каких условиях); дата события (когда). Таким образом систематизированные события сводились в таблицы, в которых они кодировались с использованием латентного и манифестного методов и обрабатывались вручную. В фокус нашего исследования попали мероприятия, связанные с присутствием и участием исключительно высших лиц региональной политики и религиозных организаций; лидеров ветвей власти, руководителей ведомств, федеральных государственных, политических и общественных деятелей, руководителей и деятелей региональных религиозных организаций. Религиозные организации были ограничены представителями нескольких «традиционных»

направлений. Такой фокус обуславливается, прежде всего, пилотажным характером исследования и весьма разветвленной и обширной сетью коммуникаций религиозных организаций с органами власти в рамках повседневного функционирования. Вопрос же коммуникации руководящего состава даст нам представление об основных форматах взаимоотношений на высшем уровне.

Первая фаза подобного анализа – формализация упоминания о событии в соответствии с кодировочной системой, то есть создание новых данных о событии. Этот процесс состоит из этапов сбора информации, разработки кодировочной системы, выбора способа кодировки и создания самой базы данных.

Вторая фаза – анализ полученных данных для конструирования событийных моделей, а также создание и описание гипотез. Ивент-анализ предназначен не только для формирования базы данных, его цель заключается в получении объемных и содержательных выводов на основе анализа полученного массива данных.

Эмпирическими индикаторами первостепенного внимания, уделяемого субъектам, являлись:

- Вид субъекта власти (законодательная, исполнительная);
- Конфессия религиозной организации;
- Вид религиозной организации.

Эмпирическими индикаторами первостепенного внимания, уделяемого теме, являлись:

- Дата события;
- Формат мероприятия (очно или заочно);
- Форма проведения (памятная акция, рабочая встреча и т.д.);
- Тематика мероприятия.

Эмпирическим индикатором первостепенного внимания к формату участия являлись:

- Представители власти, присутствующие на событии;
- Представители религиозной организации, присутствующие на событии.

В исследовании применялось как манифестное, так и латентное кодирования. Манифестное кодирование применялось при обработке данных о дате события, формате, представителях власти и религии. Латентное же кодирование применялось к формату, форме проведения и тематикам мероприятий. Манифестное кодирование проводилось в один этап, латентное кодирование проводилось в два этапа, на первом заполнялись основные данные о мероприятии, на втором они переводились в систему классификации, единую для всех событий и субъектов.

Процесс формирования выборки в подобных исследованиях также отличается от этого процесса в классических методах. В данном случае при анализе коммуникационных стратегий наиболее функциональным является метод интенсивной выборки, который подразумевает отбор наиболее информационно полных объектов, которые могут предоставить больше данных об исследуемом явлении. При этом для каждого субъекта СЗФО были отобраны собственные региональные медиа, обладающие полнотой данных. В выборку в каждом из регионов включены (при наличии медиа в регионе):

- Официальный сайт администрации субъекта;

- Официальный сайт законодательного органа субъекта;
- Официальная группа правительства субъекта в социальной сети ВКонтакте;
- Официальная страница губернатора субъекта в социальной сети ВКонтакте (или в другой социальной сети в случае наличия);
- Официальный сайт митрополии или епархии субъекта;
- Официальный сайт мусульманской религиозной организации субъекта;
- Официальный сайт иудейской религиозной организации субъекта;
- Официальный сайт буддийской религиозной организации субъекта;
- Официальный сайт римско-католической религиозной организации субъекта;

- Официальный сайт лютеранской религиозной организации субъекта.

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. Этот период способен предоставить нам характеристику религиозной ситуации как до коронавирусной пандемии, во время и после снятия самых значительных ограничений.

Задача единой классификации данных ставит нас перед необходимостью финальной обработки данных во всех субъектах, для чего была проведена операция перекодировки собранного массива в сводную таблицу, в процессе чего применялись методы качественного и количественного контент-анализа для уже сформированных таблиц ивент-анализа в каждом исследуемом субъекте. В фокус нашего внимания попали основные качественные и количественные характеристики прошедших мероприятий с религиозной компонентой в выбранных субъектах.

Мы свели все данные из таблиц в единую матрицу, указав в некоторых случаях наиболее часто встречающиеся категории (например, в случае с тематиками контактов между представителями органов власти и религиозных организаций). Переменные, попавшие в массив в нерепрезентативном варианте, а именно один раз, в сводную таблицу не включались, так как включение такого рода данных могло привести к дисбалансу всей таблицы. Подобного рода короткие упоминания являют собой объект повышенного интереса для исследования, однако не в контексте данного исследования, рассчитанного на осмысление современной государственно-религиозной медиасферы как таковой. Данные приведены в таблице 1.

Таблица 1

Сводная таблица событий по всем регионам

	Новгородская	Санкт-Петербург	Ленинградская	Псковская	Архангельская
Участники со стороны религиозных организаций	Митрополит Лев 17 Епископ Арсений 4	Митрополит Варсонофий 21 Епископ Назарий 2	Митрополит Варсонофий 2 Епископ Тихвинский и Лодейнопольский Мстислав 4	Митрополит Тихон 11	Митрополит Корнилий 20

Участники со стороны государства	Губернатор Новгородской области А. Никитин 16 председатель областной Думы Е. Писарева 13 мэр Великого Новгорода С. Бусурин 6 председатель Думы Великого Новгорода А. Митюнов 4 Первый заместитель губернатора Новгородской области – руководитель администрации и губернатора С. Сорокин 3	Губернатор Санкт-Петербурга А. Беглов 25 Председатель Зак. Собрания В. Макаров 8	Губернатор Л.О. А. Дрозденко 6	Губернатор Псковской области М. Ведерников 10	губернатор Архангельской области И. Орлов 5 Вр. И. О. губернатор Архангельской области А. Цыбульский 6 Заместитель губернатора, руководитель представительства региона при Правительстве России Е. Кутукова 4 Первый заместитель Губернатора Архангельской области А. Алсуфьев 6
Временной период	Сентябрь 1 Октябрь 1 Ноябрь 5 Декабрь 5 Январь 3 Февраль Март Апрель Май 5 Июнь 3 Июль Август 2	Сентябрь 9 Октябрь 2 Ноябрь 4 Декабрь 2 Январь 6 Февраль 2 Март 2 Апрель Май 1 Июнь 5 Июль 1 Август 2	Сентябрь 1 Октябрь 1 Ноябрь 1 Декабрь 1 Январь Февраль Март Апрель Май Июнь Июль 1 Август 2	Сентябрь Октябрь Ноябрь 2 Декабрь 2 Январь Февраль 1 Март 1 Апрель 1 Май Июнь 1 Июль 3 Август 1	Сентябрь 2 Октябрь 1 Ноябрь 2 Декабрь 1 Январь 2 Февраль 1 Март Апрель 2 Май 2 Июнь 1 Июль 3 Август 4
Самые популярные формы проведения	Памятная акция 8 Официальное поздравление 3 Рабочая встреча Богослужение Общественное мероприятие 3 Визит	Памятная акция 5; Официальное поздравление 1; Рабочая встреча 6 Богослужение 9 Общественное мероприятие	Памятная акция 1 Официальное поздравление 1 Рабочая встреча 2 Богослужение Общественное мероприятие 2 Визит	Памятная акция 1 Официальное поздравление 2 Рабочая встреча 3 Богослужение 4 Общественное мероприятие 2	Памятная акция Официальное поздравление Рабочая встреча 13 Богослужение 4 Общественное мероприятие 1 Визит

	высокопоставленного лица Праздничное мероприятие 5	7; Визит высокопоставленного лица 2; Праздничное мероприятие 1	высокопоставленного лица Праздничное мероприятие	Визит высокопоставленного лица 1 Праздничное мероприятие 1	высокопоставленного лица 1 Праздничное мероприятие 2
Самый популярный формат	Очно 21 Заочно	Очно 28 Заочно 8	Очно 6 Заочно	Очно 8 Заочно 2	Очно 21 Заочно
Самая популярная тематика	Памятные и праздничные мероприятия, связанные с историей России, Великой Отечественной войной или праздниками в субъекте Федерации	Общественная тематика	Великая отечественная	Памятные даты, церковные праздники	Государственно-религиозные взаимоотношений, строительство храмовых комплексов, межнациональный диалог

Во всех 5 регионах подавляющее количество событий, освещенных в медиа, были событиями, связанными с присутствием Русской Православной Церкви, из основного массива событий только одно было связано с мусульманской темой. Самая динамичная и самая разнообразная картина государственно-конфессиональных событий отмечена в городе федерального значения Санкт-Петербурге, что объясняется его особым статусом и наиболее разнообразным составом населения. В остальных регионах присутствует своя специфика публичных религиозно-государственных взаимоотношений, которая заключается в выполнении РПЦ разнообразных функций от субъекта к субъекту. В Новгородской области они сводятся к присутствию церкви в публичном медийном пространстве в основном в связи с памятные акции и праздничными мероприятиями, в Архангельской области наиболее часто проходят рабочие встречи между представителями церкви и региональной власти (что обусловлено развитием Соловков и процессами строительства на архипелаге), в Псковской области губернатор чаще всего присутствовал на церковных богослужениях, а в Ленинградской области контакты имели разнообразный характер, но на высшем уровне их было меньше, чем в остальных субъектах.

Самым частым участником контактов с религиозными лидерами являются губернаторы субъектов, без которых не проходят важные религиозные или общественно религиозные события. Так, в трех субъектах практически только губернаторы поддерживали контакты с представителями религиозных организаций, а именно в Псковской, Архангельской и Ленинградской областях. В Санкт-Петербурге

эти контакты осуществлялись как губернатором, так и спикером Законодательного собрания.

Регионами с самым большим набором контактов со стороны государственной власти стала Новгородская и Архангельская области. В первом случае со стороны государства присутствуют представители законодательной, исполнительной и местных властей, в том числе и градоначальники, что объясняется характером участия лидеров двух ветвей власти в памятных акциях и мероприятиях совместно с представителями РПЦ. Во втором случае большое число контактов связано с рабочим характером взаимоотношений, что предполагает усиленную коммуникацию с исполнительной властью по поводу масштабного строительства и реконструкции Соловецкого архипелага.

В то же время в Новгородской области и в Санкт-Петербурге выявлен наивысший уровень контактов между лидерами законодательной власти и представителями религиозных организаций; в двух субъектах характер контактов был схожим. В Петербурге это взаимодействие было связано в большей степени с религиозными службами и памятными акциями, а в Новгородской области – с памятными датами и праздничными светскими событиями, в которых принимали участие главы органов законодательной власти.

Особую форму взаимоотношений между РПЦ и государственной властью можно проследить также через фиксацию публичных контактов во время визита высокопоставленных лиц. В наблюдаемый период в исследуемых нами регионах подобных визитов было 5; визиты президента Российской Федерации в Санкт-Петербург и Псков, а также, визиты Патриарха Кирилла в Санкт-Петербург и Архангельск. В случае визитов лидера государства можно зафиксировать участие в них представителей духовенства высшего ранга. Так во время визита президента в Псков, митрополит Тихон присутствовал в составе встречающей делегации, тематика визита была посвящена памяти погибших солдат псковской дивизии. Первый визит Президента в Санкт-Петербург был связан с религиозной темой и состоял в посещении Рождественского богослужения, в котором не принимал участия глава религиозной организации, а именно, Митрополит, во втором случае это была официальная праздничная акция, посвященная празднованию дня ВМФ.

Визиты Патриарха Московского и всея Руси также сопровождалось присутствием первых лиц региона, а именно губернаторов. Цель визита Патриарха в Санкт-Петербург была религиозной, не было рабочего совещания. В случае с визитом в Архангельск с участием Патриарха проходило обсуждение строительных работ около Соловецкого монастыря.

Со стороны религиозных организаций самое большое количество контактов совершают сами руководители, а именно митрополиты и епископы РПЦ, однако присутствуют также священники-настоятели особо почитаемых храмов или руководители структурных подразделений епархий или митрополий. В Санкт-Петербурге также проходили мероприятия с участием представителей мусульманского сообщества, а именно с руководством Духовного управления мусульман Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона России.

Несмотря на коронавирусные ограничения, подавляющее большинство мероприятий было проведено в очном формате без использования дистанционных технологий, в то же время, из-за небольшого количества событий невозможно проследить корреляцию между введениями ограничений на публичную деятельность и количеством событий.

Главным выводом является подтверждение гипотезы о том, что формат государственно-церковных отношений в различных, даже схожих между собой регионах, различен и зависит от региональной повестки, а не от единой федеральной модели взаимоотношения религиозных организаций и государства. С другой стороны, подтверждается общегосударственная установка на поддержку РПЦ. Это может быть объяснено тем, что при формальном присутствии на Северо-Западе разных религий, в том числе протестантства, буддизма, ислама, они не являются самыми крупными акторами в общественной жизни, и число последователей этих религий не велико. На сегодняшний день именно православие является преобладающим религиозным направлением на Северо-Западе. Даже в таком поликонфессиональном и мультиэтничном мегаполисе как Санкт-Петербург доля мусульман, буддистов, протестантов мала, хотя наблюдается рост мусульманских общин за последние несколько лет. По данным исследований, более 50% жителей Санкт-Петербурга считают себя православными [19].

Также значимую роль играет экономическое положение и историческое наследие регионов. Восстановление таких памятников федерального значения как Соловецкий монастырь невозможно без одобрения и поддержки государства. Данные нашего исследования показали весьма значимую долю контактов между религиозными организациями и властями в Архангельской области. В Санкт-Петербурге в качестве основного формата взаимодействия преобладают символические мероприятия: участие в богослужениях, памятные даты, общественные мероприятия.

Репрезентация взаимоотношений между государством и религиозными организациями в официальной медиасфере позволяет реконструировать роль основных участников этих взаимоотношений и понять значимость каждого из них в этой коммуникации. Особый интерес представляет репрезентация этих же отношений в неофициальных источниках. Если властная медийная сфера конструирует эти взаимоотношения безоценочно, то в социальных медиа особую роль играет оценка тех или иных действий и государства, и религиозных организаций. В медиатизированных мирах усиливается политический контекст этих событий, изменяются, реконструируются роли основных акторов.

Список используемой литературы

1. Вероисповедальная политика Российского государства / под ред. М. О. Шахова. М., 2006. С. 9.

2. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М.: Фонд научных исследований "Прагматика культуры", Институт экспериментальной социологии, 2002. 160 с.
3. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции М. : Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.
4. Krotz, F., 2009. Mediatization. A Concept with Which to Grasp Media and Societal Change. Mediatization: Concept, Changes, Consequences, New York: Peter Lang, pp: 21-41.
5. Couldry, N. and A. Hepp, 2017. The mediated construction of reality. Cambridge, UK: Polity Press.
6. Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds — understanding everyday mediatization. Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age. Ed. by A. Hepp, F. Krotz. Basingtoke: Palgrave, 2014. P. 1-14.
7. Островская Е.А. Медиатизация православия – это возможно? // Мониторинг. 2019. №5 (153). С. 300-318.
8. Хьярвард, С. Три формы медиатизированной религии: изменение облика религии в публичном пространстве / С. Хьярвард // Государство, религия, Церковь в России и за рубежом.2020. Т. 38. № 2. С. 41-75.
9. Hjarvard, S. (2008) "The Mediatization of Religion. A Theory of the Media as Agents of Religious Change", Northern Lights 6(1): 9-26.
10. Lövheim M. (2011) Mediatization of religion: a critical appraisal. Culture and Religion. Vol. 12. No. 2. P. 153—166. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579738>.
11. Бурдые П. О государстве: курс лекций в Коллеж де Франс (1989- 1992) / Пьер Бурдые; [ред.-сост. П. Шампань, Р. Ленуар, Ф. Пупо, М.-К. Ривьер]; пер. с фр. Д. Кралечкина и И. Кушнарёвой; предисл. А. Бикбова. — М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. 720 с.
12. Забаев Иван, Мелкумян Елена, Павлюткин Иван, Павлюткина Елена, Пруцкова Елена, Орешина Дарья. 2015. Невидимая Церковь: социальные эффекты приходской общины в современном православии. Сборник статей исследовательского семинара "Социология религии" (2011 - 2014 гг.). М: Изд-во ПСТГУ.
13. Шумкова В. А. Ортодоксия vs секулярность: анализ православного дискурса (на примере «Православной газеты») // 30 лет кафедре религиоведения Уральского федерального университета: сборник научных статей. Екатеринбург: Издательско-полиграфическое предприятие «Макс-Инфо», 2017. С. 271-282.
14. Пруцкова Е. В. Куличи и / или Причастие: факторы, влияющие на выбор способов подготовки к Пасхе среди православных верующих // Религия и История: материалы V Международной научно-практической конференции, Минск, 20-22 апреля 2017 г. Минск: Издательство БГУ, 2017. С. 253–258.

15. Коваленко, В. Д. День Победы и православная Пасха: отражение праздников в медиа властных органов / В. Д. Коваленко // Управленческое консультирование. 2019. № 12(132). С. 182-190.

16. Analyzing the content of social media data // Quirks media URL: <https://www.quirks.com/articles/analyzing-the-content-of-social-media-data> (дата обращения: 29.01.2022).

17. Хруль В.М. Религия в текстах массовой коммуникации: структурно-семантические, функциональные и этические аспекты: дис. д-р филт наук: 10.01.10. М., 2018. 412 с.

18. Предстоятель Русской Православной Церкви: Основная задача информационной деятельности Церкви — проповедь о Христе. 2 февраля 2011 г. // <http://www.patriarchia.ru/db/text/1399650.html> (Дата обращения - 19.11.2021)

19. Родионова Е.В. Конфликтотенный потенциал религиозных установок жителей мегаполиса: по материалам исследования в Санкт-Петербурге // Мониторинг. 2018. №2 (144). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konfliktotennyy-potentsial-religioznyh-ustanovok-zhiteley-megapolisa-po-materialam-issledovaniya-v-sankt-peterburge> (дата обращения: 11.02.2022).

E. V. Rodionova, V. D. Kovalenko

**MEDIATIZED IMAGE OF STATE-CONFESSIONAL RELATIONS:
REALITY OR SOCIAL CONSTRUCT**

Abstract: The article is based on the results of a large research project "State and Religion in the Northwest: a sociological analysis", which was conducted by the RANEPА in 2020. The project 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 the research of the relationship between the state and religious institutions in 5 regions of the Federal District. The authors analyze current theoretical developments in studies of modern state-confessional relations and of the mediatization of religion. Authors conclude about the multi-tiered structure of modern communication between the state and religious organizations. The methods of empirical research were qualitative and quantitative content analysis, event analysis with an emphasis on different regions and a combination of factors in aggregate throughout the North-Western Federal District as a whole. In the course of the study, a conclusion is given about the format and forms of media communication, a conclusion is made about the different model of the media image of state-confessional relations in each region, and about the primary role of the ROC in the state-confessional dialogue of modern regions of the Northwestern Federal District.

Keywords: mediatization of religion, state-confessional relations, North-Western Federal District, state-confessional dialogue.

References

1. Veroyisповedal`naya politika Rossijskogo gosudarstva / pod red. M. O. Shaxova. M., 2006. P. 9.
2. Burd`yo P. O televidenii i zhurnalistike. M.: Fond nauchny`x issledovanij "Pragmatika kul`tury", Institut e`ksperimental`noj sociologii, 2002. 160 p.
3. Bodriyar Zh. Simulyakry` i simulyacii M. : Izdatel`skij dom «POSTUM», 2015. 240 p.
4. Krotz, F., 2009. Mediatization. A Concept with Which to Grasp Media and Societal Change. Mediatization: Concept, Changes, Consequences, New York: Peter Lang, P. 21–41.
5. Couldry, N. and A. Hepp, 2017. The mediated construction of reality. Cambridge, UK: Polity Press.
6. Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds — understanding everyday mediatization. Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age. Ed. by A. Hepp, F. Krotz. Basingtoke: Palgrave, 2014. P. 1–14.
7. Ostrovskaya E.A. Mediatizaciya pravoslaviya – e`to vozmozhno? // Monitoring. 2019. №5 (153). P. 300–318.
8. Hjarvard, S. Tri formy` mediatizirovannoj religii: izmenenie oblika religii v publicnom prostranstve / S. X`yarvard // Gosudarstvo, religiya, Cerkov` v Rossii i za rubezhom. 2020. T. 38. № 2. P. 41-75.
9. Hjarvard, S. (2008) "The Mediatization of Religion. A Theory of the Media as Agents of Religious Change", Northern Lights 6(1): P. 9–26.
10. Lövheim M. (2011) Mediatization of religion: a critical appraisal. Culture and Religion. Vol. 12. No. 2. P. 153–166. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579738>.
11. Burd`e P. O gosudarstve: kurs lekciï v Kollezhe de Frans (1989- 1992) / P`er Burd`e; [red.-sost. P. Shampan`, R. Lenuar, F. Pupo, M.-K. Riv`er]; per. s fr. D. Kralechkina i I. Kushnarëvoi; predisl. A. Bikbova. — M.: Izdatel`skii dom «Delo» RANXiGS, 2016. 720 p.
12. Zabaev Ivan, Melkumyan Elena, Pavlyutkin Ivan, Pavlyutkina Elena, Pruczkoва Elena, Oreshina Dar`ya. 2015. Nevidimaya Cerkov`: social`ny`e e`ffekty` prihodskoj obshhiny` v sovremennom pravoslavii. Sbornik statej issledovatel`skogo seminaru "Sociologiya religii" (2011 - 2014 gg.). M: Izd-vo PSTGU.
13. Shumkova V. A. Ortodoksiya vs sekulyarnost`: analiz pravoslavnogo diskursa (na primere «Pravoslavnoj gazety») // 30 let kafedre religiovedeniya Ural`skogo federal`nogo universiteta: sbornik nauchny`x statej. Ekaterinburg: Izdatel`sko-poligraficheskoe predpriyatie «Maks-Info», 2017. P. 271–282.
14. Pruczkoва E. V. Kulichi i / ili Prichastie: faktory`, vliyayushhie na vy`bor sposobov podgotovki k Pasxe sredi pravoslavny`x veruyushhix // Religiya i Istoriya: materialy` V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Minsk, 20–22 aprelya 2017 g. Minsk: Izdatel`stvo BGU, 2017. P. 253–258.
15. Kovalenko, V. D. Den` Pobedy` i pravoslavnaya Pasxa: otrazhenie prazdnikov v media vlastny`x organov / V. D. Kovalenko // Upravlencheskoe konsul`tirovanie. 2019. № 12(132). P. 182–190.

16. Analyzing the content of social media data // Quirks media URL: <https://www.quirks.com/articles/analyzing-the-content-of-social-media-data> (data obrashheniya: 29.01.2022).

17. Xrul` V.M. *Religiya v tekstax massovoj kommunikacii: strukturno-semanticheskie, funkcional`ny`e i e`ticheskie aspekty`*: dis. d-r fil nauk: 10.01.10. M., 2018. 412 p.

18. Predstoyatel` Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi: Osnovnaya zadacha informacionnoj deyatel`nosti Cerkvi — propoved` o Xriste. 2 fevralya 2011 g. // <http://www.patriarchia.ru/db/text/1399650.html> (Data obrashheniya – 19.11.2021)

19. Rodionova E.V. *Konfliktogennyj potencial religiozny`x ustanovok zhitelej megapolisa: po materialam issledovaniya v Sankt-Peterburge* // *Monitoring*. 2018. №2 (144). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konfliktogenny-potentsial-religioznyh-ustanovok-zhiteley-megapolisa-po-materialam-issledovaniya-v-sankt-peterburge> (data obrashheniya: 11.02.2022).

Сведения об авторах:

Родионова Е. В. – кандидат социологических наук, доцент факультета социологии СПбГУ

Коваленко В. Д. – старший преподаватель, директор проекта Лаборатории Россиеведения, евразийства и устойчивого развития СЗИУ РАНХиГС.

E. V. Rodionova – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Faculty of Sociology, St. Petersburg State University

vl.workvl@yandex.ru

V. D. Kovalenko – Senior Lecturer, Project Director of the Laboratory of Russian Studies, Eurasianism and Sustainable Development of SZIU RANEPА

vl.workvl@yandex.ru