

На правах рукописи



Аглей Елена Андреевна

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА РЕЛИГИИ
НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

29 МАЙ 2019

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук



Казань
2019

Работа выполнена на кафедре телепроизводства и цифровых коммуникаций
Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор
кафедры телепроизводства и цифровых
коммуникаций ФГАОУ ВО «Казанский
(Приволжский) федеральный университет»
Даутова Резида Вагизовна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
кафедры журналистики ФГБОУ ВО
«Удмуртский государственный университет»
Вахрушев Александр Алексеевич

доктор исторических наук, профессор
кафедры истории и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Казанский национальный
исследовательский технический университет
им. А.Н. Туполева-КАИ»
Давыдов Денис Владимирович

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Чувашский государственный
университет имени И.Н. Ульянова»

Защита диссертации состоится «27» июня 2019 года в 14.00 на заседании
диссертационного совета Д 212.081.14 при ФГАОУ ВО «Казанский
(Приволжский) федеральный университет» по адресу: 420021, Республика
Татарстан, ул. Тагарстан, д. 2, ауд. 207.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени
Н.И. Лобачевского ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет» (г. Казань, ул. Кремлевская, д. 35). Электронная версия
автореферата размещена на официальном сайте «Казанского (Приволжского)
федерального университета» (<http://krfu.ru/>) и на официальном сайте Высшей
аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ.

Автореферат разослан «__» _____ 2019 года.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор филологических наук, профессор



Л.Ф. Хабибуллина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

В современном мире, где с каждым годом увеличивается количество информационных платформ, телевидение продолжает играть большую роль в жизни российского общества и сохраняет самые массовые и доступные позиции как источник получения информации. По последним исследованиям Фонда «Общественное мнение», в 2017 году 78 % респондентов заявили о том, что телевидение действительно является основным источником информации.¹ В то же время, 50 % респондентов ответили, что доверяют информации, которую получают с экранов, в то время как новостным интернет-сайтам доверяют лишь 18 % опрошенных² - данный факт является доказательством того, что телевидение не может не оказывать влияния на население, формирует общественное мнение и образы действительности.

Специфика телевидения позволяет показывать зрителю то, что уже произошло, а также то, что происходит в стране и в мире. В связи с чем мы можем говорить о некоей «вторичности» телевизионного продукта относительно личного присутствия объекта (презентации)³, поэтому в настоящем исследовании автором в дальнейшем будет использоваться понятие «репрезентация», под которой подразумевается создание образа какого-то явления, дающее определенное представление об объекте, представление объекта, но не прямое, а опосредованное, то есть посредством каких-либо идей, картин, литературных и языковых формул. В «Словаре-справочнике лингвистических терминов» определение репрезентации звучит как «(франц. *representation* — воспроизведение, показ) представление языковых фактов в условиях наибольшей убедительности».⁴ В случае настоящего исследования

¹ Источники информации: мониторинг «Какими источниками информации люди пользуются, и каким – доверяют?» [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13323>.

² Там же.

³ Ким И.В. Модели репрезентации и проблемы социальных симулякров // Известия Уральского Федерального университета. Серия 3. Общественные науки. – Т.2, №2. – 2007. – С.30-34.

⁴ Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. - Москва, 1976 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.textologia.ru/slovari/lingvisticheskie-terminy/representaciya/?q=486&n=1545>.

телевизионный текст выступает как языковой факт, это тип медиатекста по каналу распространения, характеризующийся высокой степенью воздействия на зрителя, необратимостью, быстротой и несколькими каналами передачи информации (текст, музыка, движущиеся образы), а условия наибольшей убедительности обеспечивает аудиовизуальная природа телевидения, что влечет за собой большую ответственность тележурналистов и всех тех, кто причастен к эфирному времени.

Общемировые и локальные проблемы, с которыми столкнулись люди в XXI веке, – терроризм, кризис мигрантов в Европе, религиозная и национальная нетерпимость, «украинский вопрос» и многие другие – все это приобретает новое звучание в контексте телевизионной реальности, где тесно переплетаются религиозная тематика и политика, социальные проблемы и экономические, военные действия и национальные вопросы, происходит пересечение различных векторов, что заставляет быть зрителя особенно внимательным. Информация становится доступной, а, следовательно, получатель должен быть готов к ней не только морально, но и интеллектуально: необходимо уметь анализировать, сопоставлять и делать выводы, избегая стереотипизации, в то же время формирование образа неизбежно происходит.

Мы можем сделать предположение, что сила воздействия телевидения и религии в современном обществе имеет сходный характер, что обуславливается идентичным набором их базовых функций.⁵ Культурно-просветительская функция телевидения и культурно-ретранслирующая функция религии, интегрирующе-дизинтегрирующая функция религии и интегративная функция телевидения, социально-педагогическая функция (или управленческая функция) телевидения объединяют под собой и легитимирующе-разлегитимирующую, и регулятивную, и компенсаторную, коммуникативную функции религии. Рекреативная функция телевидения, являясь спасением от одиночества,

⁵ См. Аглей Е.А. Телевидение и религия: черты сходства функций в обществе // Материалы Всероссийской научно-практической конференции 22–23 октября 2015 г. / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. – Казань: Изд-во Казан. ун-т, 2015. – С. 21–26.

выступает мнимой возможностью общения с миром, а разговоры зрителя с телевизором (реальные или мысленные) стали чем-то похожи на медитацию или исповедь, а ожидание тех или иных программ и передач – сродни интересу к регулярным проповедям. Специфическое общение зрителя с телевизором (реальное или мысленное) стало чем-то похожим на медитацию или исповедь, а ожидание тех или иных программ и передач – сродни интересу к регулярным проповедям.

Религия, являясь и элементом духовной сферы, и социальным институтом, прежде всего определяется через веру, которую сами последователи не всегда в силах объяснить (вера ли это в культ какой-то определенной религии или же в некоего универсального Бога, Абсолюта или иные высшие силы).⁶ Телевидение как средство массовой информации в силу своей природной специфики не только доступно огромному количеству людей, но и имеет большую силу эмоционального воздействия, особенно на представителей невысоких интеллектуальных способностей, чей порог критичности ниже среднего.⁷ Экспериментально доказанная в XX веке склонность человека к конформизму⁸ также объясняет высокую степень подверженности не только религиозной, но и телевизионной вере.

Специфика отражения религиозной тематики на телевидении нашла отражение и в нормативных документах различных уровней. Прежде всего акцентирует наше внимание на актуальности исследуемой проблемы принятие федерального закона «О внесении изменений в статью 148 Уголовного кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях противодействия оскорблению религиозных убеждений и чувств граждан» от 29 июня 2013 года, где конкретизируется наказание в размере штрафа или лишения свободы за публичные действия, направленные на

⁶ Гинзбург В. Религия и Науки. Разум и вера // Наука и жизнь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/7709/>.

⁷ Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы» // Интервью с Н. Кудряшовым и Ю. Вяземским. [Электронный ресурс]. URL: <https://echo.msk.ru/programs/tv/32726/>.

⁸ См. Comstock G. A., Scharer E. Asch // The Psychology of Media and Politics. — Academic Press, 2005. — P. 46—49; Sherif M. The Robbers Cave Experiment: Intergroup Conflict and Cooperation. [Orig. pub. as Intergroup Conflict and Group Relations]; Milgram S. Obedience to Authority: An Experimental View, 1974.

оскорбление чувств верующих. Так как телевизионная сфера напрямую связана с охватом широких слоев населения, характеризуется массовостью и публичностью, на нее этот закон также распространяется.

Недавнее нашумевшее дело о блогере (который в рамках нового законодательства при определенных условиях приравнивается к средствам массовой информации) из Кировской области, которого оштрафовали за размещение в Интернете видеозаписей и графических изображений, «направленных на возбуждение ненависти в отношении группы лиц по признаку их отношения к религии»;⁹ запрет развлекательным телеканалом «2*2» показа серии знаменитого мультсериала «Симпсоны»¹⁰, где главный герой ловит покемонов в разных местах (в том числе и в церкви), обусловленный просьбами Русской Православной церкви, террористические акты в культовых сооружениях – это далеко не полный перечень новостей за последние несколько лет, когда в средствах массовой информации большой общественный резонанс вызывали именно темы, связанные с религией.

Актуальность исследуемой проблемы также определяется тем, что разные годы в высших учебных заведениях страны были и есть наборы в магистратуру по следующим профилям: «Этноконфессиональные отношения в медиафере» (Казанский Федеральный университет), «Церковь, общество и государство. Правовое регулирование деятельности религиозных объединений» (Высшая школа экономики), а также реализовывалось преподавание следующих дисциплин: «Религия и средства массовой информации» в Амурском государственном университете в рамках подготовки по специальности «Религиоведение». Важно отметить, что в большинстве случаев подготовка специалистов проводится в рамках взаимодействия религии и средств массовой информации в целом, а телевидение, все же, имеет некоторую специфику.

⁹ В Кировской области вынесен приговор по ст. 282 УК в отношении местного блогера [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sova-center.ru/religion/news/extremism/counter-extremism/2017/06/d37286/>.

¹⁰ После возмущения православных священнослужителей телеканал «2x2» отказался от показа эпизода «Симпсонов», в котором герой ловит покемонов в храме [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sova-center.ru/religion/news/authorities/feelings/2017/05/d36969/>.

Степень разработанности научной проблемы.

Изучением особенностей развития и функционирования телевидения занимаются не только практики-тележурналисты, но и представители фундаментального научного сообщества (филологические, социологические, философские, психологические и другие исследования). Тема настоящего исследования, в свою очередь, также подразумевает использование методологии и понятийно-категориального аппарата не только филологии, но и религиоведения, теологии и философии.

Изучением телевизионного текста в контексте филологических исследований занимались О.А. Лаптева и С.В. Светана, их работы посвящены телеречи в целом, без учета тематической и жанровой специфики. Аспекты изучения телевизионного текста можно встретить и в работах, посвященных медиатексту. Вопросами когнитивной лингвистики в медиатексте занималась Добросклонская Т.Г., медиатекст как объект лингвистических исследований рассматривала Мельник Г.С.¹¹ Вопросы комплексного изучения и конкретизации понятия медиатекста рассматривали в своих работах: Мисонжников Б.Я., Казак М.Ю., Кузнецова А.В., Дзялошинский И.М., Пильгун М.А.¹² В контексте литературоведения к понятию «образ» обращались: Ефимов А.И., Палиевский В.П., Храпченко М.Б., Тимофеев Л.И., Потемня А.А., Винокур Г.О., Волков И.Ф.,¹³ а также рассматривали это понятие в

¹¹ См. Лаптева О.А. Общелитературные и специфические элементы при определении статуса устной публичной литературной речи // Структура лингвостилистики и её основные категории. — Пермь, 1983; Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана - Сегед, 1990; Светана С.В. Телевизионная речь - М.: Изд-во МГУ, 1976. — 152 с.; Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. - М., 2008; Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. 2012. №1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-objekt-lingvisticheskikh-issledovaniy>.

¹² См. Мисонжников Б.Я. Публицистический медиатекст: поликодовые аспекты как предмет герменевтики // Вестник Тверск. гос. ун-та. Сер. Филология. 2013. № 4. Вып. 1; Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста // Современный дискурс-анализ [Электронный ресурс]. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml>; Кузнецова А.В. К определению понятия медиатекста // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2010. №5 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-mediateksta>; Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Медиатекст: особенности создания и функционирования. - М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011.

¹³ См. Ефимов А.И. Стилистика художественной речи. М., 1959; Палиевский В.П. Литература и теория. - М., 1979; Храпченко М.Б. Горизонты художественного образа. - М., 1982; Тимофеев Л.И. Основы теории литературы. - М., 1976; Потемня А.А. Эстетика и поэтика. - М., 1976; Винокур Г.О. Филологические исследования. - М., 1990; Волков И.Ф. Теория литературы. - М., 1995.

междисциплинарном ракурсе: Лосев А.Ф. (связь образа с мифом), Чичерин А.В. (образ и художественная речь), Лотман Ю.М. (знаковость образа) и другие.¹⁴

В диссертации также предпринята попытка дать новое понятие «телевизионный образ религии». Изучение телевизионного образа нашло свое отражение в трудах Кантемирова И.А., Карагановой Ж.В., Араповой Э.И., Белоусовой Ю.В., Аронсона О.В., Хлызовой А.А., Шангина Н.В., Масловского М.В., Вартазаряна С.Р., Фрользовой Н.Т., Арутюновой Н.В.¹⁵ Также при разработке понятия, в силу его междисциплинарности, автор обращался к развитию понятия «образ» в трудах Платона, Аристотеля, Августина Блаженного, Тиллиха П., Ясперса К., Тойнби А.¹⁶

К специфике отражения чувств верующих в медиатексте и подходам к освещению религиозной тематики в СМИ в своих исследованиях обращались: Шайхитдинова С.К., Шайхитдинов Т.В., Жириков А.А., Вартанова Е.Л., Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Гутова М.И., Иваницкий В.Л., Егорова Л.Г., Имамбаева А.М., эти аспекты рассматриваются и в коллективной монографии «Религия в информационном поле российских СМИ», а также в книге Щипкова

¹⁴ См. Лосев А.Ф. Дialeктика мифа. – М.: Академический Проект, 2008. – 304 с.; Чичерин А.В. Ритм образа. – М., 1973; Лотман Ю.М. Структура художественного текста. Анализ поэтического текста. – Спб.: Азбука Спб, 2018. – 704 с.

¹⁵ См. Кантемиров И.А. Особенности создания аудиовизуального образа в телевизионном произведении. Дисс. канд. филол. наук. – М., 2006. – 163 с.; Караганова Ж.В. Экранный образ телевизионного журналиста. Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/ekrannyuy-obraz-televizionnogo-zhurnalista>; Арапова Э.И. Специфика телевизионного образа, постановка проблемы // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2012. №1. – С.142-145; Белоусова Ю.В. Репрезентация образа религии в древних культурах // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. №12-1 (86) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsiya-obrazaz-religii-v-drevnih-kulturah>; Аронсон О.В. Телевизионный образ, или Подражание Адаму [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/art14-pr.html>; Хлызова А.А. Смысловые сходства и различия понятий «аудиовизуальный образ», «экранный образ», «телевизионный образ» и «художественный образ» в контексте их использования в теории и практике телевидения [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20928908>; Шангин Н.В., Масловский Н.В. Новые религиозные движения современной России в телевизионных СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9030>; Вартазарян С.Р. От знака к образу. АН АрмССР, Ин-т философии и права. – Ереван: Изд-во АН АрмССР, 1973; Фрольцова Н.Т. Телевидение: хроника, документ, образ. – Минск: Наука и техника, 1977; Арутюнова Н.В. Образ реальности на телеэкране и избирательный процесс: опыт политического анализа. – Москва: Социум, 2003.

¹⁶ См. Платон. Государство. Книга VII [Электронный ресурс]. URL: <http://psylib.org.ua/books/plato01/26gos07.htm>; Орлов Е.В. Аналитика Аристотеля / ΣΧΟΛΗ // Философское антиковедение и классическая традиция. Том 2. Выпуск 1. 2008; Августин блаж. Исповедь. Книга 8 // Христианская психология и антропология [Электронный ресурс]. URL: http://www.xpa-spb.ru/libr/_Avgustin/ispoved-08.html; Тиллих П. Дialeктическая теология / Путь (перевод С. Лорие). — 1925; Ясперс К. Философская вера // Психотерапия и философия [Электронный ресурс]. URL: <http://elena.rome.k.ru/learning/jasp03.htm>; Ясперс К. Философская вера // Психотерапия и философия [Электронный ресурс]. URL: <http://elena.rome.k.ru/learning/jasp03.htm>; Теория локальных цивилизаций А. Тойнби [Электронный ресурс]. URL: <http://www.countries.ru/library/culturologists/toinbitlc.htm>.

А.Ф., где содержатся тематические беседы с популярными тележурналистами и телевизионными деятелями.¹⁷

События религиозной жизни ежедневно получают новое освещение, из-за чего академическое направление, требующее комплексного длительного исследования, становится бессильным. Место религиозной тематики на телевидении и в средствах массовой информации в целом, тенденции ее развития и проблемы в большей степени отражены в работах журналистов-практиков: Пудовой Т., Легойды В., Лошака В., Архангельского А. и других, являясь реакцией на уже освещенные события.¹⁸

Важное значение для исследуемой темы играет изучение истории развития освещения религиозной тематики в средствах массовой информации, что мы видим в трудах Сосковец Л.И., Горбатов А.В., Дзялошинского И.М., Апанасенка Е.С., Масловой И.И.¹⁹

¹⁷ Шайхитдинова С.К. Чувства верующих в медиасфере // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сб. материалов Двенадцатой Международной научно-практической конференции 15-17 октября 2015 года / под ред. Р.П. Баканова. – Казань: Казан. ун-т.; «Мы» как предмет медиаэтики // Века информации. Материалы междунар. конф., 2016; Шайхитдинов Т.В. Этика освещения темы религии в СМИ /Сборник материалов международной научно-практической конференции. - М., МедиаМир; фак-т жур-ки МГУ им. М.В.Ломоносова, 2017. - С. 52-53; Шайхитдинов Т.В. Сфера риска в освещении темы религии // Вестник экономики, права и социологии. 2016. №1. - С.314-316; Жириков А.А. Новые подходы периодической печати к атеизму и религии. Дис. канд. ист. наук. - М., 1990; Вартанова Е.Л., Алексеева М.И., Болотова Л.Д. Средства массовой информации России. - М: Аспект-Пресс, 2006. – 380 стр., Вартанова Е.Л., Гугова М.И., Иваницкий В.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. - М.: Аспект-Пресс, 2006; Егорова Л.Г. Референтация религиозных конфессий и межконфессиональных отношений в региональных печатных СМИ // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2010. №5. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/representatsiya-religioznykh-konfessiy-i-mezhkonfessionalnykh-otnosheniy-v-regionalnykh-pechatnykh-smi>; Имамбаева А.М. Освобождение чувств верующих в публикациях СМИ // Огарёв-Online. 2017. №6 (95). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oskorkblenie-chuvstv-veruyuschih-v-publikatsiyah-smi>; Религия в информационном поле российских СМИ. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики, МЕДИАСОЮЗ, Гильдия религиозной журналистики. – М.: ПРОБЕЛ-2000, 2003; Шипков А.Ф. Религия в современной информационной политике [Электронный ресурс]. URL: http://www.religare.ru/25_4.html.

¹⁸ См. Пудова Т.А. Роль независимых СМИ в защите прав религиозных меньшинств [Электронный ресурс]. URL: <http://baznica.info/article/doklad-rol-nezavisimyykh-smi-v-zashchite-pr/shsthash.RMXbyvN4.dpuf>; Легойда В. Религиозный дискурс в современных СМИ: можно ли говорить о христианстве в эпоху секуляризма [Электронный ресурс]. URL: http://tserkov-mo.narod.ru/docs/Legoyda-religia_i_SMI-2.htm; Главные редактор «Огонька» Виктор Лошак о подходах к освещению религиозной жизни в светском издании [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sova-center.ru/religion/discussions/society/2003/11/d1375/>; Архангельский А. Религия находится в гетто Религия находится в ГЕТТО [Электронный ресурс]. URL: http://www.religare.ru/2_6461.html.

¹⁹ См. Сосковец Л.И. Антирелигиозные практики советского государства: цели, структура, этапы, средства. Тамбов: Грамота. 2013; Горбатов А.В. Пропаганда и СМИ в период хрущевской антирелигиозной кампании (1954 - 1964 гг.) // Вестник Кермеровского государственного университета. 2014. № 3(59); Дзялошинский И.М. Пропаганда и информация: материалы к обсуждению проблемы // Формула общественного доверия: информация+пропаганда? Специальный выпуск бюллетеня «Право знать: история, теория, практика». - М.: 2004; Апанасенко Е.С. Атеизм vs вера: влияние антирелигиозной пропаганды на горожан центральной России в 1920-е - 1980-е гг.// Провинциальные научные записки. 2015. № 1. С. 82-89; Маслова И. И. Пресса как фактор государственно-конфессиональной политики (1960-1980-е гг.) // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. 2012. № 27. С. 815-820.

О роли религиозной веры в общественном сознании, десекуляризации и культурно-философских и правовых аспектах отражения религиозной тематики в СМИ в разные годы писали: Насрtdинова В.М., Барабаш Н.А., Сапунов Б.М., Азарян С.Г., Владимирова М.Б., Муратов С.А., Бергер П., Ховер С. Место религии в СМИ с позиций религиоведения и соотношения религии и права рассматривается в трудах Пчелинцева А.В., Григоряна М., Долгова К.М. Отражение религиозных ценностей на телевидении изучали Сапунов Б.М. и Привалова Н.К.²⁰

Существует также немало диссертационных исследований последних десятилетий, авторы которых обращаются к проблемам отражения религиозной тематики в средствах массовой информации. Хотелось бы отметить таких авторов как: Скорнякова Н.С., Шайхитдинов Т.В., Таранюк Ж.П., Родыгина С.Н., Алексеенко А.И., Лученко К.В., Строкова Ю.А., обширная сфера научных интересов которых (филология, социология, политология, философия) также подчеркивает актуальность исследуемой темы.²¹

²⁰ См. Насрtdинова В.М. Эволюция религиозного сознания российского общества в советский период: тенденции, закономерности, проблемы // ВЭПС. 2014. №1. С.165-168; Барабаш Н.А. Опыт философского анализа современного ТВ: учеб. пособие. – Ташкент: Янн, 1998; Сапунов Б.М. Философские проблемы массовой информации и телерадиокоммуникации. – Москва: ИПК работников ТВ и РВ, 1998; Азарян С.Г. Философия телевидения: теоретико-методологический анализ. – Краснодар: КГУКИО, 2011; Владимирова М.Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения). – Москва: Европа, 2011; Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости: история и конфликты этических представлений. – Москва: Лорос, 2000; Berger, P.L. The desecularization of the world: a global overview // The desecularization of the world: Resurgent religion and world politics / Ed. By P.L. Berger. Michigan: William B. Eerdmans Publishing Company, 1999. P.; Hoover S.M. The cultural construction of religion in the media age // Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture / Ed. by L.S. Clark, S.M. Hoover. New York: Columbia University Press, 2002. - P. 1-7.

²¹ Скорнякова Н.С. Позиционирование региональных средств массовой информации в религиозной ситуации Дисс. канд. социол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/pozitsionirovanie-regionalnykh-sredstv-massovoi-informatsii-v-religioznoi-situatsii#ixzz5ihYZB719>; Шайхитдинов Т.В. Медиа-тексты об исламе в журналистском дискурсе: типология, функциональные особенности. Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: https://kpfu.ru/dis_card?p_id=2228; Таранюк Ж.П. Религия и политика: трансформация институциональных форм взаимодействия. Дисс. канд. политич. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/religiya-i-politika-transformatsiya-institutsionalnykh-form-vzaimodeistviya>; Родыгина С.Н. Религия как форма мировоззренческого познания. Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/religiya-kak-forma-mirovozzrencheskogo-poznaniya>; Алексеенко А.И. Религия в условиях модернизации современного российского общества. Дисс. канд. социол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/religiya-v-usloviyakh-modernizatsii-sovremennogo-rossiiskogo-obshchestva>; Лученко К.В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России. Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/internet-v-informatsionno-kommunikatsionnoy-deyatelnosti-religioznykh-organizatsiy-rossii>; Строкова Ю.А. Тексты телевизионных новостных передач: лингвопрагматический анализ (на примере программ телеканалов «Первый», «Россия-1», НТВ, «Евроьюс»). Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/teksty-televizionnyh-novostnykh-peredach-lingvopragmaticheskij-analiz.html>.

Несмотря на значительное количество проведённых исследований, образ религии, который формируется на телевизионном экране, остается неизученным. Можно констатировать, что в настоящее время обнаруживается определённая недостаточность филологических исследований, посвященных специфике образа религии на телевидении; имеет место превалирование анализа или комплексного исследования медиатекста в целом, или автор уделяет внимание только на определенной религии (чаще – православие или ислам), или акцент делается лишь на изучении печатных изданий, в рамках которых под общей характеристикой средств массовой информации теряется особенность преподнесения аудиовизуальной природы телевизионного текста.

Как деятельность религиозных организаций, так и функционирование телевидения сегодня чрезвычайно динамичны, насыщены событийно, полифоничны, и представляют собой значительный корпус вопросов и сюжетов для изучения и рассмотрения. В связи с этим исследование телевизионного образа религии предполагает обращение к постоянно обновляющемуся эмпирическому материалу современности, в том числе – представленному в различных формах коммуницирования в сети Интернет.

Научная новизна работы диссертационной работы заключается в том, что это первое в отечественной теории журналистики комплексное исследование телевизионного образа традиционных для территории России религий, включающее разработку методики исследования телевизионного образа религии и предложение новаторских определений (телевизионный образ религии, прямой телевизионный образ, косвенный телевизионный образ). Впервые рассмотрены и классифицированы существующие подходы и современные проблемы, выделяемые журналистами-практиками при освещении религиозной тематики и представлено исследование контента кабельного и спутникового телевидения и интернет-телевидения, связанного с религиозной тематикой. Впервые предпринята попытка выделить особенности репрезентации телевизионного образа традиционных для территории России религий, а также отмечена

важность корректной репрезентации телевизионного образа религии во избежание межконфессиональной и межнациональной розни.

Цель диссертационной работы заключается в определении особенностей репрезентации образа религии на современном российском телевидении.

Цель исследования решается в контексте следующих задач:

- 1) Проанализировать труды исследователей, которые связаны с религиозной тематикой на телевидении;
- 2) Дать определение понятия «телевизионный образ» в контексте освещения религиозной тематики на телевидении;
- 3) Выявить методику исследования телевизионного образа религии;
- 4) Исследовать контент, связанный с религиозной тематикой на современном российском телевидении.

Объектом настоящего исследования выступают содержащие религиозную тематику тексты на российском телевидении.

Предметом исследования являются особенности репрезентации образа религии на российском телевидении.

Теоретико-методологическая база исследования представлена трудами по теории медиатекста и теории журналистики; междисциплинарными исследованиями по религиоведению. Основным методом исследования выступил метод анализа телевизионных образов, предложенный Хлызовой А.А.²², основанный на методологии структурализма, предложенной К. Леви-Строссом. Также в основе диссертационного исследования лежат такие методы, как метод историзма, опрос, анализ контента Интернет-телевидения, дискурс-анализ телевизионных текстов информационных сюжетов, посвященных событиям религиозной жизни, или сюжетов об актуальных проблемах современности, содержащих упоминание о религии. Методике

²² Хлызова А.А. Особенности методики анализа телевизионных образов (на примере исследования репрезентации женских образов на центральном телевидении СССР) [Электронный ресурс]. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/4639/2/urgu1165s.pdf> (дата обращения: 25.07.2018).

исследования телевизионного образа автор посвящает четвертый параграф первой главы настоящего исследования.

Научно-практическая значимость диссертации основывается на новом подходе к понятию телевизионного образа, который дается с учетом специфики медиатекста. В диссертации также предлагаются новые понятия: «прямой образ религии», «косвенный образ религии», «телевизионный образ религии» которые также могут быть введены в научный оборот, как и методика исследования телевизионного образа религии. Рассмотрение средств массовой информации с использованием методов гуманитарных наук в комплексе с религиоведческим понятийно-категориальным аппаратом дает нам возможность говорить о разностороннем подходе к исследуемой теме.

Если говорить о практической значимости работы, то материалы настоящего исследования могут послужить основой для разработки учебного пособия для студентов как направления религиоведения, так и для журналистов, социологов и иных представителей гуманитарных специальностей.

Положения, выносимые на защиту:

1) Специфика репрезентации образа религии в средствах массовой информации представлена в следующей периодизации: 1) дореволюционные идеи конца XVIII – начала XX вв. 2) периоды освещения образа религии (1920 – 1930-е гг., 1950 – 1970-е гг., конец 1970 – конец 1980-х), характеризующиеся антирелигиозной пропагандой в различных проявлениях; 3) период Великой отечественной войны (1940-е гг.), когда религия выступала фактором сплочения общества, 4) конец 1980-х – 90-е гг., когда начинает транслироваться открытая дискуссия верующих и атеистов.

2) Телевизионный образ религии формируется в контексте реализации следующих практических подходов к освещению религиозной тематики: концепция равенства, концепция невмешательства, концепция православной веры, концепция адаптации религии, концепция просветительских и профилактических действий СМИ высококвалифицированными специалистами в области религиоведения, концепция искажения религиозной жизни,

включающая либо сатирическое отображение, либо ужасающее зрителя и искажающее реальное положение.

3) Телевизионный образ религии – понятие многогранное, складывающееся из совокупности образов каждой религии, которые, в свою очередь также состоят из следующих структурных элементов: образ последователей и религиозной элиты, образ государственно-конфессиональных отношений, образ межконфессиональных отношений.

4) Телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при отражении событий религиозной жизни или содержащих о ней упоминание, создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представления о религии в целом (включая религиозные представления, деятельность, отношения и организации) при учете интеллектуальных, ценностных, этических, эстетических и других личностных особенностей как адресата, так и адресанта.

5) Репрезентация телевизионного образа традиционных для России религий представляет собой неравнозначность в освещении.

6) По степени возможного восприятия текста зрителем выделены прямой и косвенный телевизионный образ религии. Прямой телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при отражении событий религиозной жизни и создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представления о религии в целом (включая события, персоналии, мнения и др.). Косвенный телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при осмыслении или авторской интерпретации в тексте событий, которые напрямую не связаны с религией, но содержат ее упоминание, и создающих посредством ассоциаций и возможности трактовки образа адресантом.

Эмпирической базой исследования послужил телевизионный текст и медиатекст специализированных каналов Интернет-телевидения, содержащий

религиозную тематику традиционных религий для территории России (православие, христианство, ислам, буддизм и иудаизм)

- Информационные сюжеты Первого канала, которые отражают не только религиозную жизнь общества, но и резонансные события современности, включающие религиозную тематику, более 100 сюжетов с января 2000 года по настоящее время.

- Современный контент специализированных телеканалов, представленных в пакетах кабельного телевидения: «Спас», «Союз», Хузур ТВ.

- Современный контент интернет-телевидения («Alif», «Кана», Emmanuel.TV).

Апробация и достоверность результатов исследования.

Положения и выводы диссертационного исследования нашли отражение в 8 публикациях автора, четыре из которых входят в перечень ВАК. Также в 2016-2017 гг. разработан авторский курс «СМИ и религия» для обучающихся по направлению «Телевидение». Обсуждение основных результатов диссертационного исследования происходило в рамках заседания кафедры телевидения и телепроизводства Казанского Федерального университета, на научно-практических конференциях, в том числе: «География религий: мир между христианством и исламом» (Казань, 2012), XVI Вавиловские чтения «Человек, общество, природа в эпоху глобальных трансформаций» (Йошкар-Ола, 2012), «Гуманизм и современность» (Казань, 2013), «Медиаисследования: век XXI. Традиционные и новые парадигмы научного познания массовых коммуникаций» (Белгород, 2015), а также на итоговой научно-образовательной конференции студентов и аспирантов Казанского (Приволжского) Федерального университета (Казань, 2014), итоговой научной конференции преподавателей Казанского (Приволжского) Федерального университета (Казань, 2016). «Медиаисследования: век XXI. Традиционные и новые парадигмы научного познания массовых коммуникаций» (Белгород, 2015), ежегодных конференциях «Телевидение и общество» и «Современное телевидение: между национальным и глобальным» (2015, 2016, 2017, 2018 гг.).

Объем и структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, восьми параграфов, заключения, библиографического списка источников и литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, определяются степень ее разработанности, научная новизна, теоретическая база, объект и предмет исследования, его эмпирическая основа, цель и задачи, методы исследования, формулируются основные положения, выносимые на защиту, научно-практическая значимость диссертации.

В первой главе **«Религиозная проблематика на телевидении в контексте теории журналистики»** осмысливается место религиозной тематики в системе средств массовой информации, определяются базовые понятия, обосновывается методика исследования.

Обращение к трудам исследователей, занимающихся изучением истории средств массовой информации **в первом параграфе первой главы «Историко-теоретическое осмысление специфики освещения религиозной тематики в средствах массовой информации»** позволило выделить и охарактеризовать следующие этапы специфики репрезентации образа религии в СМИ: XVIII – XIX вв. (отражение православия как государственной религии), 1920 – 1930-е гг. (активное формирование не просто негативного, а неприемлемого образа религии для советского человека), 1940-е гг. (рост религиозности и популяризация религиозных ценностей), 1950 – 1970-е гг. (СМИ становятся основным инструментом атеистической пропаганды), конец 1970 – конец 1980-х. (появление дискуссий между атеистами и людьми, поддерживающими верующих), конец 1980-х – начало 90-х. (популяризация религиозной веры).

Место религиозной тематики в современных средствах массовой информации рассматривается **во втором параграфе первой главы «Проблемы освещения религиозной тематики в средствах массовой информации».**

Автор, изучив существующие научные подходы и рефлексию журналистов-практиков, предлагает следующие концепции о месте религиозной тематики в СМИ: 1) концепция равенства, которая подразумевает под собой, что телевидение и иные средства массовой информации выступают как пути сохранения не только религиозных, но и культурных и прочих ценностей, при условии, что ни на одной из конфессий не акцентируется внимание и никакая не подвергается дискриминации (Егоров В.В., Мостославский А., Архангельский А.); 2) концепция невмешательства, основывающаяся на тезисе, что журналист лишь описывает события, максимально избегая «богословских вопросов», которые являются предметом изучения теологии (Григорян М.); 3) концепция православной веры, в рамках которой поддерживается популяризация идей православия на светских телеканалах, что объясняется высокой степенью религиозности населения и тесной связью русской культуры в целом и православной традицией (Шаронов В., Разумовский Ф.В.); 4) концепция адаптации религии, в противном случае неизбежно исключение религии из информационных поводов средств массовой информации в силу того, что религиозные ценности в эпоху секуляризма могут быть неинтересными обывателю и могут не вписываться в современную картину мира (Легойда В.); 5) концепция просветительских и профилактических действий СМИ высококвалифицированными специалистами в области религиоведения, подразумевающая профилактику религиозной нетерпимости и этноконфессиональных конфликтов (Пудова Т., Лошак В.Г., Ефимова Н.); 6) концепция искажения религиозной жизни, включающая либо сатирическое отображение, либо ужасающее зритель (Максutow И.Х.).

Задача третьего параграфа первой главы «Теоретические аспекты исследования понятия «телевизионный образ религии» определяется необходимостью выявления ранее не существующего в теории журналистики понятия. Изучив различные подходы к определению таких понятий, как «религия», «образ», «телевизионный образ», «аудиовизуальный образ», «образ религии», автором предлагается новое понятие – «телевизионный образ

религии». Телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при отражении событий религиозной жизни или содержащих о ней упоминание, создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представления о религии в целом (включая религиозные представления, деятельность, отношения и организации) при учете интеллектуальных, ценностных, этических, эстетических и других личностных особенностей как адресата, так и адресанта.

В связи с тем, что понятие «телевизионный образ религии» является новаторским, **в четвертом параграфе первой главы «Методика исследования телевизионного образа религии»** автором была разработана методика для его исследования с опорой на методологию структурализма К. Леви-Стросса (которая подразумевает деление объекта на элементы и изучение каждого в отдельности), дополненную критериями исследования телевизионного образа, представленными в работах Хлызовой А.А. На основании разработанной методики телевизионный образ религии складывается из образа каждой религии (в контексте настоящего исследования изучается образ тех религий, которые признаются и уважаются на законодательном уровне, а также являются традиционными для территории РФ), который впоследствии также делится на структурные элементы: образ последователей и религиозной элиты, образ государственно-конфессиональных отношений и образ межконфессиональных отношений.

Во второй главе «Медiateкст как способ репрезентации образа религии» производится анализ контента специализированных религиозных телеканалов и дискурс-анализ телевизионного текста, содержащего религиозную тематику.

В первом параграфе второй главы «Религиозная тематика на специализированных каналах: контент и жанровое своеобразие» автор исследует контент русскоязычных религиозных каналов (телеканалы «Спас», «Союз», Хузур ТВ и интернет-каналы «Alif», «Kana», Emmanuel.TV) и приходит к выводу, что мусульманские и православные каналы ориентированы на

широкую аудиторию, так как в их сетке вещания (помимо религиозных программ) имеются информационные, публицистические, программы социальной направленности, культурно-просветительские программы, развлекательные программы и документальные фильмы. Также было отмечено, что общедоступных телеканалов о буддизме, иудаизме, христианстве (католицизм, протестантизм) на русском языке не имеется. Католическое и протестантское телевидение в сети Интернет в большей степени содержит перевод иностранного материала на русский язык, проповеди, мультфильмы, даже клипы, мало отражая религиозную жизнь обывателей на территории нашей страны. Буддизм и иудаизм не имеют канала и в сети Интернет, что также затрудняет исследование жизни и духовной деятельности этих конфессий.

Во втором параграфе второй главы «Образы последователей и религиозной элиты» автор в рамках выбранной методики исследования также выделяет следующие структурные элементы: религиозные праздники и значимые события, причастность представителей других государств и культур, поездки религиозной элиты и ее деятельность в целом. Было выявлено, что основные функции образа православных последователей и религиозной элиты – повествование и воссоздание обстановки, которые благодаря специфике телевизионного текста, сочетанию аудиального и визуального, трансформируются в конструирование символа, символа неразрывности православия и общества.

Буддизм, являясь традиционной религией для народов России, сконцентрированный на территории нескольких субъектов, в действительности не представлен в новостях Первого канала, в связи с чем его образ у зрителя так и остается нераскрытым.

Специфика репрезентация образа последователей иудаизма, католицизма и протестантизма представлена только образом его последователей в «исконных» странах (Израиль, страны Европы и Америки), но никак не в России.

Образ ислама и его последователей, созданный на телеэкране, сложен и противоречив. С одной стороны, это популярная религия, имеющая большое

количество последователей на территории нашей страны, свою культуру, историю и духовные ценности. С другой стороны, нами были выделены три информационных повода, формирующих негативный образ ислама: множество запретов и проблем, с ними связанных, употребление терминологии ислама в контексте проблем борьбы с терроризмом, обращение к религиозной тематике в контексте кризиса мигрантов в Европе, в связи с чем автором предлагаются понятия «прямой телевизионный образ» и «косвенный телевизионный образ». И если в контексте репрезентации образа православия мы можем говорить о прямом телевизионном образе, то есть угроза формирования косвенного образа ислама у зрителя, что обусловлено упоминанием о религии в связи с событиями нерелигиозной жизни.

В третьем параграфе второй главы «Образ государственно-конфессиональных отношений», исследуя телевизионный текст, посвященный взаимоотношениям государства и традиционных для территории России религий, автор делает вывод, что государственно-конфессиональные отношения представляются в плоскости «власть – православная церковь», а также о присутствии чистого клерикализма на первом федеральном телеканале. Также автор делает вывод, что особенности репрезентации телевизионного образа религии на современном этапе базируются на дореволюционном отношении к освещению религиозной тематике в средствах массовой информации. Нельзя не отметить образ заинтересованности власти в развитии и неискажении мусульманских ценностей. Ежегодные поздравления главы государства в связи с православными и мусульманскими праздниками обуславливаются наибольшим количеством последователей на территории страны, образ отношений государства с иудаизмом, буддизмом, христианством (католицизм, протестантизм) в рамках недостаточности информационных сюжетов предстает нераскрытым.

«Образ межконфессиональных отношений» раскрывается в четвертом параграфе второй главы, где автор, анализируя телевизионный текст, приходит к выводу, что превалирует репрезентация образа

межконфессиональных отношений через позицию взаимоотношения православия с представителями других конфессий, которые, в свою очередь, представлены неструктурированно и с явным искажением религиозных ценностей, что может выступать причиной межрелигиозных и межнациональных конфликтов.

В **Заключении** диссертации подведены итоги и сформулированы выводы, которые являются наглядным свидетельством проблемного характера отражения религиозной тематики в СМИ. Данный факт, в первую очередь, объясняется многоконфессиональностью Российской Федерации.

В ходе проведенного исследования было выявлено, что репрезентация образа религии на протяжении истории претерпевала изменения. Так, по специфике репрезентации образа религии в СМИ нами были выделены следующие этапы: 1) репрезентация образа православия как главенствующей религии, что закреплено законодательно; 2) этап активного формирования не просто негативного, а неприемлемого образа религии для советского человека, характеризующийся суеверной, бытовой религиозностью и комической антирелигиозной пропагандой; 3) период Великой Отечественной войны, который характеризуется ростом религиозности, что подтверждается теорией о пиках религиозности в кризисное для общества время; 4) этап становления СМИ как основного инструмента атеистической пропаганды; 5) появление дискуссии между атеистами и людьми, поддерживающими верующих; 6) свободное распространение и освещение не только религиозной тематики традиционных религий, но и психокультур и новых религиозных движений в средствах массовой информации.

Было обнаружено, что имеются различные подходы к определению места религиозной тематики в современных СМИ, которые предлагаются как научным сообществом, так и журналистами-практиками, что было представлено автором в следующей классификации: концепция равенства, концепция невмешательства, концепция православной веры, концепция адаптации религии, концепция просветительских и профилактических действий СМИ

высококвалифицированными специалистами в области религиоведения, концепция искажения религиозной жизни, включающая либо сатирическое отображение, либо ужасающее зрителья.

Систематизация опыта филологов, философов и религиоведов позволила определить понятие «телевизионный образ религии», ранее не представленное в теории журналистики, в связи с чем возникла необходимость разработки методики его исследования.

Проанализировав методику анализа женских телевизионных образов, предложенную Хлызовой А.А., изучив отсылки к методологии структурализма, использовав метод дискурс-анализа телевизионного текста, автором предложена методика анализа телевизионного образа религии.

В диссертации впервые представлено исследование контента специализированного кабельного и спутникового телевидения и интернет-телевидения, связанного с религиозной тематикой традиционных религий для территории России. Дискурс-анализ телевизионных текстов общедоступного телеканала показал неравнозначность в освещении традиционных религий как при репрезентации образа последователей и духовной элиты, так и государственно- и межконфессиональных отношений.

Таким образом, мы можем кратко охарактеризовать комплексные особенности репрезентации образа религии на российском телевидении: доминирование православных ценностей, тандем «власть-православие», аксиологические аспекты и, вместе с тем, постоянная угроза, которые несет мусульманский мир, образное отсутствие последователей ветвей христианства (католицизма и протестантизма), иудаизма и буддизма на территории Российской Федерации. Одной из особенностей репрезентации образа религии на современном телевидении можно также выделить схожесть с тенденциями освещения религиозной тематики в XVIII – начале XX вв., когда приоритет православия был закреплен на законодательном уровне. Частота упоминаний о представителях традиционных конфессий не является пропорциональной тексту Законодательства (об особой роли православия), частота упоминаний об исламе

больше в связи с употреблением терминологии ислама в контексте освещения событий нерелигиозной жизни, что и влечет формирование косвенного образа. Упоминания о последователях традиционных конфессий приближены к соотношению количества верующих, что также подтверждает тезис о том, что образ последователей выступает лишь элементом структуры образа религии и не является его единственной характеристикой.

Проведенное диссертационное исследование не исчерпывает всей глубины репрезентации образа религии на российском телевидении. Религиозная сфера, вектор государственно-конфессиональных отношений, межконфессиональный диалог в силу переменчивости общества и созвучности действительности не являются статичными. Параллельная деятельность множества религиозных организаций различной направленности, которая ежедневно становится информационным поводом, также усложняет выведение единой особенности репрезентации образа религии.

В качестве наиболее перспективных направлений для последующего изучения нам видится тщательный анализ образа не только условно традиционных для России религий (православия, ислама, буддизма, иудаизма и христианства), но и новых религиозных движений, психокультов, бизнес-культов и иных квазирелигиозных организаций, репрезентируемых не только на телевидении, но и в системе массовой коммуникации в целом.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА

*Публикации в рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК
при Министерстве образования и науки РФ:*

1. Аглей Е.А. Нормы российского законодательства в сфере отражения религиозной тематики на телевидении / Е.А. Аглей // Казанская наука. – 2018. — № 3. – С. 7-9.

2. Аглей Е.А. Православие на российском телевидении: разнообразие телевизионного контента / Е.А. Аглей // Современная наука. – 2018. - № 5/2. – С. 73-76.

3. Аглей Е.А. Телевидение и религия: черты сходства / Е.А. Аглей // Вестник Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. – 2016. — № 21 (242). – С.79-81.

4. Аглей Е.А., Насртдинова В.М. / К вопросу об особенностях мифогенеза современности и мифологизации общественного сознания (обзорный контент-анализ) / Е.А. Аглей, В.М. Насртдинова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. — 2016. — № 2. — С. 10-15.

Публикации в международных рецензируемых научных журналах, включенных в перечень Scopus:

5. Agley E. Studies of historical hagiographies through prism of structuralism / Agley E. // Journal of organizational culture communications and conflict. – 2016. - Volume 20. - Special Issue 4. – P. 13-18.

Публикации в иных изданиях:

6. Аглей Е.А. Телевидение и религия: черты сходства функций в обществе / Е.А.Аглей // Телевидение и общество: Материалы Всероссийской научно-практической конференции 22-23 октября 2015 г. / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. — Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2015. — С.21-25.

7. Аглей Е.А. Европейские мигранты и отражение религиозной составляющей: анализ существующих проблем / Е.А. Аглей // Телевидение и радио: динамика и контексты: научный сборник / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. — Казань: Центр инновационных технологий, 2016. — С.8-10.

8. Аглей Е.А., Аглей Р.Н. Контент-анализ образа религии на сайте Первого канала / Е.А. Аглей // Современное телевидение: между национальным и глобальным: Сборник статей Международной научно-практической конференции «Современное телевидение: между национальным и глобальным» (26–28 апреля 2017 г.) / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2018. – С. 5-13.

Подписано в печать 18.04.2019.
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 1,4.
Уч.-изд. л. 1,31. Тираж 100 экз. Заказ 260/4

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37
тел. (843) 233-73-59, 233-73-28

