



005051688

На правах рукописи

Клименко Дарья Александровна

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ВАТИКАНА В ОНЛАЙН-ВЕРСИЯХ
РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИЗДАНИЙ В ПЕРИОД
ПОНТИФИКАТА БЕНЕДИКТА XVI

Специальность 10.01.10 – журналистика

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

11 АПР 2013

Москва-2013

Диссертация выполнена на кафедре зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Научный руководитель:

доктор филологических наук,
старший научный сотрудник
кафедры зарубежной журналистики и
литературы факультета журналистики
МГУ имени М.В.Ломоносова
Урина Наталия Валентиновна

Официальные оппоненты:

доктор филологических наук,
доктор философских наук,
профессор
Гуревич Павел Семёнович

кандидат филологических наук,
Назарова Дина Владимировна

Ведущая организация: Российский университет дружбы народов

Защита состоится «26» 04 2013 г. в 17³⁰ часов на заседании диссертационного совета Д.501.001.07 по журналистике в Московском государственном университете имени М. В. Ломоносова по адресу: Москва, 125009, ул. Моховая, 9, ауд.103.

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке МГУ по адресу: Москва, 119192, Ломоносовский проспект, 27

Автореферат разослан «25» 03 2013 г.

Учёный секретарь диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент



В. В. Славкин

Общая характеристика работы

Актуальность исследования. Современные исследования в области журналистики часто ориентированы на изучение образа того или иного государства в прессе разных стран. Ватикан в этом плане представляет собой уникальный случай. К нему не вполне применимы концепции «национального образа» или «национальной идентичности»: Государство Град Ватикан является одной из самых маленьких стран в мире, но в то же время, Святой Престол объединяет под своим духовным управлением более одного миллиарда католиков. Кроме того, в последние десятилетия католическая церковь все больше ассоциируется с фигурой понтифика.

«Аджорнаменто» (или «современивание») католической церкви после II Ватиканского Собора (1962-1965 гг.) выразалось в том, что Святой Престол стал постепенно превращаться из закрытого института, занимающего оборонительную позицию по отношению к обществу, в организацию, открытую для современного мира и активно отвечающую на его вызовы, одним из которых стала медиатизация религии – динамичное ее проникновение в современное информационное пространство.

Именно сегодня Святой Престол подвергается нападкам, он вовлечен в ряд международных, межрелигиозных скандалов, образ понтифика в средствах массовой информации¹ оброс многочисленными стереотипами, а количество верующих в католической церкви стало интенсивно снижаться.

Во многом изменение отношения к Святому Престолу в СМИ связано со сменой понтифика. Бенедикт XVI (Йозеф Ратцингер) воспринимался «закрытым теологом», «скромным академиком» в противоположность своему предшественнику Иоанну Павлу II (Каролу Войтыле), понтификат которого называют «медийным». Сам Войтыла получил славу «медиагероя». В то же время, важность темы исследования обусловлена тем, что кризис Римско-католической церкви² сегодня происходит на фоне общих проблем христианских религий: упадка нравов, снижения количества верующих, роста движения атеистов, кампаний, направленных против церкви и снижающих ее авторитет и влияние в обществе, распространения идеологии

¹ Далее – СМИ.

² Далее – РКЦ.

83

радикального ислама в свете «арабских революций»¹. В частности, речь идет и о Русской православной церкви², которая в последнее время также подвергается нападкам. В этом контексте представляется важным усиление работы по построению диалога между различными христианскими конфессиями, в чем немалую роль играют СМИ.

Степень научной разработанности темы. Ватикан становится предметом исследования как российских, так и зарубежных специалистов по истории, политике, религии, филологии, социологии, искусству, праву и другим наукам. Важный вклад в изучение истории Ватикана внесли В. Рожков³, Е. Гергей⁴, И. Р. Григулевич⁵, А. А. Красиков⁶, Е. С. Токарева⁷, Н. А. Ковальский⁸ и др. К рассмотрению отношений России и Ватикана обращаются А. Ю. Булатова⁹, Е. С. Токарева¹⁰, О. А. Андрианова¹¹, Н. А. Ковальский¹² и др. Исследованию католической печати Италии и печатных органов Ватикана посвятили свои работы И. А. Федякин¹³, Н. В. Урина¹⁴, Т. Л. Королева¹⁵. В своих исследованиях, ставших важными

¹ По мнению Митрополита Волоколамского Илариона, в последнее время гонения на христиан в мире усилились // «Для радикальных мусульман любой христианин – враг». Митрополит Волоколамский Иларион – о том, как защитить братьев по вере // Известия. – 19.06.2012. – С. 8.

² Далее – РПЦ.

³ Рожков В. Очерки по истории римско-католической церкви. – М.: Духовная библиотека, 1998.

⁴ Гергей Е. История папства (Пер. с венг.). – М.: Республика, 1996.

⁵ Григулевич И. Р. Папство. Век XX. – 3-е изд., испр., доп. – М.: Терра, 2003.

⁶ Красиков А. А. Ватикан: история и современность. – М.: Знание, 1991; Красиков А. А. Ватикан-государство и церковь // На перекрестке Средиземноморья: «Итальянский сапог» перед вызовами XXI века. Под ред. Зоновой Т. В. – М.: Весь мир, 2011. – С. 408-442; Красиков А. А. Эхо Второго Ватиканского собора «от Атлантики до Урала» / Современная Европа. – Выпуск №3. – 2011. – С. 112-126.

⁷ Токарева Е. С. Церковь и фашистский режим: феномен Италии 1922-1943 гг.: автореферат дис. ... доктора ист. наук / ИВИИ. – М., 2002.

⁸ Ковальский Н. А. Ватикан и мировая политика. – М., 1964.

⁹ Булатова А. Ю. Восточная политика Ватикана на примере Украины: автореферат дис. ... канд. полит. наук / МГИМО. – М., 2007.

¹⁰ Токарева Е. С. Отношения СССР и Ватикана: от переговоров к разрыву. 1922-1929 гг. // Ин-т всеобщ. истории РАН. – М., 1998.

¹¹ Андрианова О. А. Отношения России и Ватикана в конце XIX-начале XX вв.: автореферат дис. ... канд. истор. наук / СПбГУ. – СПб., 2008.

¹² Ковальский Н. А., Иванова И. М. Католицизм и международные отношения. – М.: Междунар. отношения, 1989.

¹³ Федякин И. А. Современная печать Италии. – М., 1964.

¹⁴ Урина Н. В. Клерикально-католическая журналистика в системе буржуазной пропаганды. – М., 1976.

¹⁵ Королева Т. Л. Становление и эволюция ежедневной газеты «Осерваторе романо» как политического рупора Ватикана: автореферат дис. ... канд. филол. наук / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 1982.

для данной диссертационной работы, Н.В. Урина¹ рассматривает историю становления доктрины католической церкви в области СМИ, анализирует характер социальной коммуникации Святого Престола, а также изучает взаимоотношения Ватикана с медиа на современном этапе².

Итальянские исследователи рассматривают Ватикан в контексте взаимоотношений Италии со Святым Престолом (С. Маджистер³, К. Фалькони⁴, Ф. Марджотта Брольо⁵), а также истории Второго Ватиканского собора и реализации его решений (Дж. Альбериги⁶ и др.). Среди работ об истории взаимоотношения Ватикана со средствами массовой коммуникации⁷, отметим труды Дж. Дзидзола⁸, а также антологию «Журналистика и Церковь»⁹, собрание материалов ватиканистов (журналистов-специалистов по Ватикану) за последние 60 лет.

Большой вклад в изучение проблем Ватикана вносят как российская, так и зарубежная публицистика. Среди русскоязычных трудов отметим работы первого советского корреспондента (ТАСС) при Святом Престоле А. А. Красикова¹⁰. Внимания заслуживают и переведенные с польского языка работы Т. Брезы¹¹ и З. Моравского¹². Авторы показывают эволюцию современного католицизма, внутреннюю жизнь Ватикана и работу его непростого идеологического механизма.

¹ Урина Н.В. Католическая концепция журналистики // Буржуазные теории журналистики. – М.: Мысль, 1980; Урина Н.В. Социальная коммуникация в доктрине католической церкви на рубеже столетий // От книги до Интернета. – М., изд-во МГУ. 2000; Урина Н. В. Журналистика и политика: итальянский опыт взаимодействия. – М.: ВК, Фак. журн. МГУ им. М. В. Ломоносова, 2010.

² Урина Н.В. Церковь online: вечное и виртуальное // www.mediascope. – Выпуск №1. – 2004. URL: <http://mediascope.ru/node/132> (дата обращения 29.05.2011); Урина Н.В. Ватикан и СМИ: смена понтифика // Меди@льманах. – Выпуск №1. – 2006. – С. 24-31.

³ Маджистер С. Политика Ватикана и Италия, 1943-1978 (Пер. с ит.). – М.: Прогресс, 1982.

⁴ Falconi C. Il Pentagono Vaticano. – Bari, 1958.

⁵ Margiotta Broglio F. L'Italia e la Santa Sede dalla prima guerra mondiale alla conciliazione. – Bari: Mulino, 1966.

⁶ История II Ватиканского собора/ под ред. Джузеппе Альбериги; рус. изд. под общ. ред. Алексея Болдова и Андрея Зубова. – М.: Библиейско-богословский ин-т св. ап. Андрея, 2005.

⁷ Далее – СМК.

⁸ Zizola G. La chiesa nei media. – Milano: SEI, 1996; Ziziola G. L'informazione in Vaticano. Da Pio IX a Giovanni Paolo II. – Villa Verucchio: Pazzini Editore, 2002.

⁹ Costa G., Merola G., Caruso L. Giornalismo e religione. Storia, metodo e testi. – Roma: Libreria Editrice Vaticana, 2012.

¹⁰ Красиков А.А. Ватиканский репортаж. – М.: Современная Россия, 1990; Красиков А.А. Аккредитован в Ватикане. Заметки сов. журналиста. – М.: Изд-во Агентства печати «Новости», 1988.

¹¹ Бреза Т. Бронзовые врата. – М.: Прогресс, 1964.

¹² Моравский З. Ватикан издали и вблизи. – М.: Прогресс, 1981.

Из зарубежных работ важной представляется и книга А. Каваллари¹, сборник репортажей, ставший в свое время настоящим открытием послесоборного Ватикана. На современном этапе публицисты обращаются к проблемам понтификата Бенедикта XVI. Речь идет о работах ватиканистов А. М. Валли², Л. Аккаттоли³, М. Полити⁴. Примером яркого журналистского расследования служат книги Дж. Нуцци⁵, а исторического исследования – работы К. Рендина⁶ и К. Ауджаса⁷. В этом ряду выделяется книга А. Торниелли и П. Родари «Атака на Ратцингера»⁸, где детально рассматриваются причины и следствия скандалов вокруг Святого Престола при Бенедикте XVI. В работах же французских журналистов И. Де Гольман⁹ и Б. Леконта¹⁰ приводятся размышления на тему изменений в обращении Ватикана с прессой после смены понтифика.

Если о взаимоотношениях Ватикана с СМК существует достаточно много публицистических работ, а научные труды сосредоточены на процессах медиатизации религии (С. Ярвард¹¹, Ф. Кротц¹², С. Джордж¹³, Дж. Бетори¹⁴), то количество исследований, посвященных непосредственно образу Ватикана в СМИ, довольно ограничено. В университете Святого Креста в Риме Н. Гонзалесом и Дж. Триденте¹⁵ был

¹ *Cavallari A.* Il Vaticano che cambia. – Milano: Mondadori, 1966.

² *Valli A.M.* La verità del Papa. Perché lo attaccano. Perché va ascoltato. – Torino: Lindau, 2010.

³ *Accatoli L.* Benedetto XVI nei media italiani // Блог Лунджи Аккаттоли. – 15.04.2007. URL: http://www.luigiaccatoli.it/blog/?page_id=660 (дата обращения 29.05.2011).

⁴ *Politi M.* Joseph Ratzinger. Crisi di un papato. – Roma: Laterza, 2011.

⁵ *Nuzzi G.* Vaticano S.p.a. – Milano: Chiarelettere editore, 2009; *Nuzzi G.* Sua Santità. – Milano: Chiarelettere editore, 2012.

⁶ *Rendina C.* L'Oro del Vaticano. – Roma: Newton Compton Editori, 2010.

⁷ *Augias C.* I segreti del Vaticano. Storie, luoghi, personaggi di un potere millenario. – Roma: Mondadori, 2011.

⁸ *Rodari P., Tornielli A.* Attacco al Ratzinger. – Milano: Piemme, 2010.

⁹ *Gaulmyn, Isabelle de.* Benoit XVI. Le pape incompris. – Montrouge cedex: Bayard, 2008.

¹⁰ *Lecomte B.* Pourquoi le pape a mauvaise presse. Entretien avec Marc Lebourcier. – Paris: Desclée de Brouwer, 2009.

¹¹ *Hjarvard S.* The mediatization of religion. A theory of the media as agents of religious change // Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook. – Volume 6. – Issue 1. – Copenhagen, June 2008.

¹² *Krotz, F.* Media Connectivity: Concepts, Conditions, and Consequences // A.Hepp, F.Krotz, S.Moore, and C.Winter (Eds.), Network, Connectivity and Flow: Conceptualising Contemporary Communications. – New York: Hampton Press, 2008. – PP. 13-31.

¹³ *George S.* Religion and Technology in the 21st Century. Faith in the E-world. – New York: Information Science Publishing, 2006.

¹⁴ *Betori G.* La missione della Chiesa nell'era di Internet: Internet e l'esperienza religiosa in rete // Internet e l'esperienza religiosa in rete, a cura di Piermarco Aroldi, Barbara Scifo. – Milano: Vita e Pensiero, 2002. – PP. 3-23.

¹⁵ *Tridente G.* La morte e i funerali di Giovanni Paolo II nella stampa italiana. Analisi qualitative di un evento mediatico. – Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2009.

разработан системный метод контент-анализа публикаций о религиозных событиях, связанных со Святым Престолом. С его использованием был проведен уже ряд исследований таких событий, как похороны Иоанна Павла II¹ вынос туринской плащаницы в 1998 г.², и визит Бенедикта XVI в США³. Немецкие же культурологи А. Хепп и В. Кренер изучили освещение в СМИ Всемирного Дня молодежи в Кельне в 2005 г.⁴

Теоретическая база исследования. В диссертационном исследовании автор опирается на работы российских и зарубежных ученых, а также на собственный опыт изучения образа страны в прессе⁵. Из теоретических трудов отметим работы Н. В. Уриной⁶, Дж. Дзидзола⁷ о взаимоотношениях Ватикана со СМИ, Э. А. Галумова⁸, С. Энхольта⁹, В. Б. Земскова¹⁰, А. И. Юрьева¹¹, Е. Л. Вартановой¹² – о формировании образа стран, Т. Г. Добросклонской¹³ – о бинарной оппозиции «мы-они», и Дж. Триденте¹⁴ – о методике исследования освещения религиозных событий.

¹ Ibid.

² Jerzy Zo'n'. La comunicazione di un messaggio spirituale attraverso eventi. Il caso dell'ostensione della Sindone a Torino nel 1998. – Roma: PUSC, 2002.

³ Здесь делается акцент на исследовании общественного мнения и его изменения после визита понтифика, нежели на представлении визита в прессе // González, N. Public opinion and the Catholic Church. – Roma: Edusc, 2010.

⁴ Hopp A., Krönert V. Media Cultures and Religious Change: "Mediatization" as "Branding Religion". Conference "Religion, Media Process and the Transformation of the Public Sphere: A Day Symposium" // ESRC Centre for Research on Socio-Cultural Change. – Bremen, 2008. URL: <http://www.imki.uni-bremen.de/fileadmin/mediapool/medienkultur/IMKI/Paper-Religion-3.pdf> (дата обращения 29.05.2012).

⁵ Груша А.В., Клименко Д.А. Италия в российских СМИ: опыт сравнительного анализа // Меди@льянах. – Выпуск №2. – 2008. – С. 18-28.

⁶ Урина Н.В. Указ. соч.

⁷ Zizola G. Op.cit.

⁸ Галумов Э.А. Международный имидж России: стратегия формирования. – М.: Известия, 2003.

⁹ Anholt S. Places. Identity, image and reputation. – Great Britain: Palgrave Macmillan, 2010.

¹⁰ Земсков В.Б. На переломе: Образ России прошлой и современной в культуре, литературе Европы и Америки (конец XX – начало XXI вв.) / отв. ред. В.Б.Земсков. – М.: Новый хронограф, 2011.

¹¹ Юрьев А.И. Образ страны в условиях глобализации // Стратег.Ру. – 26.12.2003. URL: <http://stra.teg.ru/lenta/innovation/1265> (дата обращения 29.05.2010).

¹² Вартанова Е.Л. Образ страны и СМИ: к вопросу о взаимодействии // Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение: Сб. материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения». – М.: Издательство МГУ им. Ломоносова, 2008. – С. 63-65.

¹³ Добросклонская Т. Концепция «других» в коммуникативистике и культурологии / В мире других. Образы русских и европейцев в СМИ. Под ред. Вартановой. – Финляндия: University of Tampere, 2005; Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ. – М.: Флинта, 2008.

¹⁴ Tridente G. Op.cit.

Новизна исследования. Из тематики вышеперечисленных работ следует, что Ватикан изучается с разных сторон и разными науками. Однако исследование образа этого государства в СМИ ограничивается либо анализом освещения отдельных событий в прессе европейских стран и США в период понтификата Иоанна Павла II, либо изучением общественного мнения, либо иллюстрацией процессов медиатизации религии. При этом ученые не стремятся выявить непосредственно структуру данного образа, и, как следствие, закономерность ее проявления в материалах прессы о Ватикане. Ни в одном из названных исследований не проводится сравнение освещения единичных событий в прессе разных стран в период понтификата Бенедикта XVI.

Данное диссертационное исследование призвано восполнить существующий пробел. Здесь предпринимается попытка, с одной стороны, рассмотреть освещение ряда похожих по сути событий (государственных визитов понтифика во Францию, Германию и Великобританию) в зарубежных изданиях с целью выявления закономерности проявления «эффекта Ратцингера»¹. Понятие «эффект Ратцингера» впервые вводится в оборот отечественной науки, а посредством синтеза существующих материалов ему дается определение и характеристика. С другой стороны, в работе проводится комплексное исследование материалов о важных для понтификата Ратцингера событиях, чтобы проследить формирование образа Ватикана в зарубежной и российской прессе. При этом анализ проводится посредством сравнения освещения одних и тех же событий в прессе разных стран. Исследование образа Ватикана в российской прессе (в частности, по сравнению с итальянской) проводится впервые как в российской, так и в зарубежной науке.

При рассмотрении ряда каналов передачи информации, которые использует католическая церковь сегодня, автор исследования применяет понятие «медиаевангелизация» и дает ему полноценное определение. Данная концепция рассматривается как часть новой евангелизации (или евангелизации нового тысячелетия), пришедшей на смену традиционной

¹ Такое явление характерно для зарубежных апостольских посздов Папы, когда местное общество и национальные СМИ, изначально оперирующие распространенными стереотипными представлениями о понтифике, меняют свои оценки по ходу его пребывания в стране.

евангелизации¹. Новая евангелизация подразумевает использование новых современных средств коммуникации при сохранении традиционного содержания церковного послания. В этом контексте понятие «медиаевангелизация», хоть и не встречается в официальных документах Святого Престола и нечасто применяется исследователями, удачно характеризует комплекс каналов коммуникации, которые использует сегодня Святой Престол, и его отношение к современным СМИ.

Объект и предмет исследования. Объектом данной диссертационной работы является образ Ватикана в СМИ, предметом исследования – формирование образа Ватикана в онлайн-версиях газет Италии, Великобритании и России в период понтификата Бенедикта XVI.

Образ Ватикана в современной картине мира складывается из многих составляющих, однако в исследовании ставится задача изучить образ Ватикана в СМИ, т.е. восприятие Ватикана со стороны журналистов, и, более конкретно, образ Ватикана в электронных версиях не религиозных, но светских изданий. Выбор онлайн-версий диктуется не только доступностью эмпирического материала, но и тем, что аудитория интернета сегодня исчисляется миллионами пользователей, что позволяет говорить о представлениях, складывающихся у широкого круга читателей о Ватикане.

Рамки исследования. Хронологически данная работа охватывает период с 2006 по 2011 гг. Из исследования были исключены события 2005 г. – начала понтификата Бенедикта XVI, когда говорить об образе Ватикана, характерном для нового Папы, было еще преждевременно.

Выбор рассмотренных событий обусловлен указанными ниже целями и задачами исследования, а также тем, что в прессе в такие моменты появлялось наибольшее количество публикаций о Ватикане. По мнению ряда экспертов, процитированных в исследовании, визиты Папы во

¹ От греч. euangelion – благая весть, а в широком смысле – обращение народов в христианство, распространение христианского учения. Понятие новой евангелизации было впервые использовано Иоанном Павлом II во время своего паломничества в Польшу в июне 1979 г. В июне 2010 г. появился Папский совет по содействию новой евангелизации. В документе «Ubicumque et semper», изданном по этому случаю, новая евангелизация определена как «задача, которая стоит перед Церковью сегодня, особенно в традиционно христианских регионах» / Ubicumque et semper // www.vatican. – URL: http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/apost_letters/documents/hf_ben-xvi_apl_20100921_ubicumque-et-semper_it.html (дата обращения 30.06.2011).

Францию и в Великобританию наиболее показательны с точки зрения проявления «эффекта Ратцингера». Визит же Папы в Германию интересен возможностью увидеть отношение к Папе на его родине после ряда громких скандалов в католической церкви (в том числе и в Германии), и возможностью проявления рассматриваемого эффекта в таких условиях.

При исследовании российской прессы все события были разделены на три группы: государственные контакты между Россией и Ватиканом; крупнейшие скандалы с участием Святого Престола и зарубежные апостольские поездки Папы. Обращение к российской прессе обусловлено интересом к отношению не католической страны к Ватикану, а также к тому, какое представление о католической церкви складывается у российских читателей в свете возможной встречи Папы и главы РПЦ.

Источники и эмпирическая база исследования. Исследование образа Ватикана потребовало, в первую очередь, глубокого изучения материалов онлайн-версий светских (массовых и качественных) изданий зарубежной и российской прессы, которые и составили основную эмпирическую базу исследования.

При анализе положения Ватикана в современном информационном пространстве в первой главе рассматриваются публикации о скандалах, связанных с Ватиканом, в американских, итальянских, британских и немецких изданиях. Для основного же исследования используются материалы на итальянском, французском, немецком, английском и русском языках. В целом эмпирическая база исследования включает более 300 публикаций за период, обозначенный рамками исследования.

Во второй главе в качестве примера проявления «эффекта Ратцингера» рассматривается освещение визита Папы во Францию в 2008 г. (публикации за период 10.09.2008-20.09.2008) в онлайн-версиях изданий «Либерасьон» («Liberation»), «Фигаро» («Le Figaro») и «Монд» («Le Monde»), и в Германию в 2011 г. (публикации – 20.09.2011-30.09.2011) в онлайн-версиях изданий «Франкфуртер Альгемайне Цайтунг» («Frankfurter Allgemeine Zeitung») и «Зюддойче Цайтунг» («Suddeutsche Zeitung»), а также еженедельников «Цайт» («Die Zeit») и «Шпигель» («Der Spiegel»). Более подробно во второй главе рассматривается освещение визита

понтифика в Великобританию в 2010 г. (публикации – 01.09.2010-30.09.2010) в онлайн-версиях британских газет «Таймс» («The Times») и «Гардиан» («The Guardian») и итальянских «Република» («La Repubblica») и «Джорнале» («Il Giornale»)¹.

В третьей главе дается анализ публикаций о трех встречах российских президентов с Бенедиктом XVI в российской и итальянской прессе: 13 марта 2007 г., когда В. В. Путин встретился в Ватикане с Бенедиктом XVI (публикации – 01.03.2007-30.03.2007); 3 декабря 2009 г., когда Ватикан с рабочим визитом посетил Д. А. Медведев и был повышен уровень дипломатических отношений между Россией и Святым Престолом (публикации – 20.11.2009-20.12.2009); 17 февраля 2011 г. состоялся первый после открытия посольства РФ в Ватикане и апостольской нунциатуры² в России официальный визит Д.А. Медведева в Ватикан (публикации – 01.02.2011-01.03.2011). Анализ освещения данных событий производился по материалам следующих ежедневных изданий: «Коммерсант»³, «Московский Комсомолец»⁴, «Комсомольская правда»⁵, «Независимая газета»⁶ и ее приложения «НГ-религии». В данном исследовании проводится сравнение освещения государственных визитов российских лидеров в Ватикан в российской и итальянской прессе. Здесь для расширения эмпирической базы анализируются материалы в онлайн-версиях газет «Република», «Корriere делла сера» («Corriere della Sera»), «Джорнале» и «Стампа» («La Stampa») за обозначенные выше периоды.

Обращение к итальянской прессе и в первом, и во втором случае объясняется тем, что в ней представлен «профессиональный» взгляд на события, благодаря работе ватиканистов. При этом сравнение не применяется при дальнейшем анализе материалов в указанных выше российских изданиях о событиях, получивших наибольший резонанс для понтификата Ратцингера, из-за несопоставимо большего объема публикаций за аналогичный период в итальянских изданиях. Речь идет о

¹ Публикации за период 01.09.2010 – 01.11.2010.

² Нунциатура – дипломатическое представительство Ватикана, эквивалент посольства. Нунций – постоянный дипломатический представитель Папы римского в государствах, с которыми Ватикан поддерживает официальные дипломатические отношения // БТС. – СПб.: Норинт, 2003. – С. 660.

³ Далее – Ъ.

⁴ Далее – МК.

⁵ Далее – КП.

⁶ Далее – НГ.

трех скандалах (вокруг Регенсбургской лекции в 2006 г.¹, дела Уильямсона в 2009 г.² и скандала с педофилией среди католических священников в 2010 г.³) и семи государственных визитах Папы (в Турцию в 2006 г.⁴, в США, Израиль и Францию – в 2008 г.⁵, в Африку – в 2009 г.⁶, в Великобританию в 2010 г.⁷ и в Германию – в 2011 г.⁸).

Источниками для данного диссертационного исследования стали документы Святого Престола (энциклики, *motu proprio*⁹, послания Папы Бенедикта XVI, свидетельства церковных иерархов) и интервью, Бенедикта XVI, взятое немецким журналистом П. Зеевальдом¹⁰. Важными источниками послужили и интервью, взятые диссертантом у итальянских ватиканистов Л. Аккаттоли и А. Торниелли, у исследователя и пресс-секретаря Папского Университета Святого Креста Дж. Триденте и папского нунция в Москве архиепископа Ивана Юрковича¹¹.

Цели и задачи исследования. Цель данного диссертационного исследования – определить место Ватикана в информационно-коммуникационном пространстве на современном этапе, рассмотреть формирование и структуру его образа в российских и зарубежных изданиях, выявить национальные особенности этого образа во Франции, Германии, Великобритании, Италии и России. Для достижения этих целей необходимо было решить ряд задач:

- Выявить современные каналы коммуникации, которые использует Ватикан для новой евангелизации, объяснить понятие «медиаевангелизация» и дать ему определение;
- Рассмотреть, с какими проблемами столкнулся Ватикан за годы понтификата Бенедикта XVI;

¹ Публикации за период с 12.09.2006 по 12.10.2006.

² Публикации за период с 29.01.2009 по 05.03.2009.

³ Публикации за период с 01.03.2010 по 31.06.2010.

⁴ Публикации за период с 15.11.2006 по 15.12.2006.

⁵ Публикации за период с 01.05.2008 по 31.05.2008 (Израиль) и с 01.09.2008 по 31.09.2008 (Франция).

⁶ Публикации за период с 15.03.2009 по 15.04.2009.

⁷ Публикации за период с 01.09.2010 по 31.09.2010.

⁸ Публикации за период с 15.09.2011 по 15.10.2011.

⁹ *Motu proprio* (лат. *Motu proprio* – по собственной инициативе) – апостольское послание Папы.

¹⁰ *Benedetto XVI. Luce del mondo. Il papa, la Chiesa e i segni dei tempi. Una conversazione con Peter Seewald.* – Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2010.

¹¹ Полные версии интервью приводятся в Приложении №2.

➤ Охарактеризовать понятие «эффект Ратцингера», дать ему определение. Исследовать, как «эффект Ратцингера» проявляется в прессе Франции и Германии во время визита понтифика в эти страны и, более подробно, в прессе Великобритании и Италии во время визита Папы в Соединенное Королевство;

➤ Выявить основные компоненты образа Ватикана, его структуру, и на основе этих компонентов исследовать формирование образа Ватикана в зарубежных и российских печатных изданиях;

➤ Провести сравнительный анализ публикаций в российской и итальянской прессе о государственных контактах между Россией и Ватиканом. Выявить особенности освещения наиболее значимых событий, связанных с Ватиканом, в ведущих российских изданиях.

Рабочая гипотеза исследования. Активная медиатизация религии на современном этапе, с одной стороны, отражается в использовании католической церковью современных каналов коммуникации для новой евангелизации общества, что дает основания говорить о «медиаевангелизации». С другой же стороны, инструментарий «медиаевангелизации» оказывается не столь действенным при ответе на вызовы со стороны современного общества: реакция Ватикана на кризисные ситуации выглядит замедленной. На примере ряда событий можно увидеть, что существуют силы, оказывающие сегодня давление на Святой Престол и организующие кампании против Папы, в которых немалую роль играют СМИ. При этом консервативный взгляд Святого Престола на ряд вопросов, в частности в том, что касается диалога с верующими, сегодня характеризует особую нишу, которую занимает католическая церковь. Это доказывается существованием «эффекта Ратцингера».

Важной частью рабочей гипотезы является собственно структура образа Ватикана в СМИ, ее уникальные компоненты, отличные от структуры образа любой другой страны. При этом важно отметить, что при рассмотрении образа Ватикана, стоит различать образ Государства Града Ватикана, образ понтифика и образ католической церкви.

Методы исследования. В диссертационном исследовании применяется системный подход к исследованию образа Ватикана. Систематизируя материалы об использовании Ватиканом современных технологий для новой евангелизации, автор определяет и характеризует понятие «медиаевангелизация». Анализируя материалы в зарубежной прессе, автор показывает не только проблемы, с которыми сегодня сталкивается Святой Престол, но и существование направленной кампании против Бенедикта XVI и Ватикана. По аналогии с существующими теориями об образе страны, автор выводит основные компоненты образа Ватикана в общей картине мира и в частности образа Ватикана в СМИ. Путем анализа и синтеза эмпирического материала автор рассматривает понятие «эффект Ратцингера» и дает ему характеристику. С помощью сравнения и анализа содержания эмпирического материала в британских и итальянских, а затем и в российских и итальянских газетах, автор выводит национальные особенности формирования образа Ватикана в прессе разных стран. Систематизация полученных результатов используется для подтверждения выдвинутых гипотез и формулирования выводов.

Положения, выносимые на защиту:

1. «Медиаевангелизация» – процесс новой евангелизации в контексте медиатизации религии, который выражается в обращении к разнообразным каналам массовой коммуникации и широком использовании технических возможностей современных СМИ.

2. Ряд скандалов вокруг Святого Престола свидетельствует, с одной стороны, о наличии направленной кампании против Ватикана со стороны заинтересованных групп, а с другой – о неготовности Ватикана отвечать на современные вызовы общества.

3. Понятие «эффект Ратцингера» обозначает изменение отношения к понтифику со стороны местных журналистов и общества в результате личной встречи с Папой, его обращения с речью к большой аудитории во время апостольских поездок. Наличие «эффекта Ратцингера» доказывает, что церковь занимает особую нишу, придерживаясь традиционного подхода к диалогу с аудиторией, ориентированного на межличностное общение.

4. Издания не проводят четкой грани между Ватиканом, католической церковью и фигурой понтифика, хотя эта грань существенна, однако по-разному подают образ Государства Града Ватикана, Папы и католической церкви.

5. Структура образа Ватикана в картине мира включает те же элементы, что и образ любой другой страны, однако имеет свои характерные черты. Образ же Ватикана в СМИ и в частности в печати строится на семи элементах: Государство Град Ватикан и его структура, межрелигиозный диалог, фигура понтифика и образ католической церкви, папское окружение, исторический контекст взаимоотношений Ватикана с другими государствами, отношение СМИ к Святому Престолу, отношение к Ватикану и католической церкви в обществе.

6. Структура образа Ватикана в российской прессе не отличается от зарубежной. Сами представления о Святом Престоле в России во многом строятся на материалах зарубежных источников, но при этом имеют ряд характерных для не католической страны особенностей.

Научно-практическая значимость исследования. Образ Ватикана в зарубежной и российской прессе отражает не только положение католической церкви в мире, но и современное отношение общества к христианской религии, оценку степени ее влияния сегодня. Исследование образа Ватикана заинтересует тех, кто занимается изучением образов стран. Данная работа может быть использована для спецсеминаров по зарубежной и российской журналистике, лечь в основу спецкурса, посвященного изучению продвижения отдельных стран на международном пространстве. Само исследование представления Святого Престола в российских СМИ будет интересно для пресс-служб как католической, так и православной церкви в преддверии возможного визита понтифика в Россию или же встречи представителей двух христианских церквей на нейтральной территории.

Филологический аспект исследования. В работе дается анализ и синтез, а также последующая систематизация эмпирического материала, состоящего из публикаций в итальянских, российских, британских, а также

американских, французских и немецких изданиях. Автор проводит анализ языка, выражений, оценок, характеристик, которые используются в публикациях, и очередности подачи фактов.

Структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав и заключения. Каждая глава состоит из нескольких параграфов. Первая глава представляет собой теоретически-аналитическое исследование вопроса. Вторая и третья главы носят практически-исследовательский характер и построены на анализе публикаций в зарубежной и российской прессе о событиях, связанных с Ватиканом. В первом приложении приводятся избранные карикатуры на Ватикан и Ратцингера, найденные в процессе изучения материалов зарубежной прессы и опубликованные в исследуемых во второй главе изданиях. Во втором приложении приводятся интервью с экспертами.

Основное содержание работы

Первая глава «Положение Ватикана в современном информационном пространстве» рассматривает место Ватикана и католической церкви в мире информации, а также теоретический и практический подходы к изучению образа Ватикана в прессе.

В § 1 «Святой Престол и новые технологии коммуникации» изучается арсенал современных СМК, которые дают возможность Святому Престолу охватить широкую аудиторию. Большое внимание здесь уделяется тому, как католическая церковь использует Интернет, обозначенный на Всемирном Дне социальных коммуникаций в 2002 г. как «новый форум для провозглашения Евангелия». У Ватикана есть свои учетные записи в Twitter, YouTube, в Facebook, а сайт vatican.va на восьми языках является замечательным примером многофункционального ресурса. Святой Престол уделяет значительное внимание и медиаобразованию для церковнослужителей, сосредоточивается на темах опасности и пользы от общения в виртуальном пространстве, регулирования взаимоотношений верующих с современными СМИ, на определении молодой аудитории церкви, так называемых «цифровых свидетелей», и на их языке общения.

В результате рассмотрения на итальянском примере набора современных каналов коммуникации на службе католической церкви, было определено понятие «медиаевангелизация», которая является важным этапом на пути к полноценной медиатизации Ватикана, однако ее инструментарий не всегда помогает Ватикану отвечать на внешние вызовы.

В § 2 «Ватикан и взаимоотношения с журналистами» анализируется изменение отношения к Ватикану в СМИ в связи со сменой понтификов, выявляются различия между фигурами Иоанна Павла II и Бенедикта XVI. Здесь же рассматриваются скандалы, негативно окрасившие понтификат Бенедикта XVI, а также приводятся различные доводы о причинах нападков на Святой Престол.

По мнению многих экспертов, журналисты не понимали истинную природу Иоанна Павла II, как сегодня не хотят понимать Бенедикта XVI. СМИ во многом действуют в соответствии с тем, что диктуемые временем логика и мода заставляют их найти. Пример такой логики – императив «покойный Папа всегда лучше действующего». Руководствуясь этим принципом, СМИ критикуют Бенедикта XVI, который на первый, поверхностный взгляд журналистов, оказался закрытым теологом-консерватором, не желающим идти на диалог с современным обществом. Подобная ситуация сложилась и в начале понтификата Иоанна Павла II, которого сравнивали с Павлом VI. Переломным моментом тогда стало покушение на Войтылу в 1981 г., после чего отношение к нему в обществе изменилось, а СМИ стали создавать новый образ понтифика-героя, Папы-спортмена, Папы-актера. За этим образом не только терялись важные для его фигуры характеристики, но и забывались серьезные нерешенные проблемы католической церкви. Как следствие, Бенедикту XVI досталось тяжелое наследие. Именно это, а не разница в характере понтификов, становится причиной кризисных ситуаций. Массовая пресса не замечает, что Бенедикт XVI продолжает линию, начатую своим предшественником, а в чем-то оказывается либеральнее его, не в медийной открытости, но в ответах на наиболее критические вопросы.

Изучение самых ярких примеров нападков на Ватикан позволяет говорить не только о коммуникационных ошибках, допущенных Святым Престолом, но и о существовании противодействующих католической

церкви сил. Из рассмотренных примеров (Регенбургской лекции, обидевшей мусульман, дела Уильямсона, оскорбившего еврейское сообщество, заявления Папы в Африке об использовании презервативов) самым ярким примером неспособности Ватикана ответить на вызов современности стал скандал с педофилией среди католических священников. Он был во многом основан на раскрытии документов многолетней давности, что позволяет его назвать предтечей последующего скандала «Ватиликс»¹. Причиной этих скандалов стали, в том числе, и внутренние разногласия в аппарате Святого Престола, которые являются еще одним не менее болезненным источником опасных проблем для Ватикана.

В § 3 первой главы «Методика исследования образа Ватикана в прессе» рассматриваются теоретический и структурный подход к изучению образа страны, описывается метод анализа эмпирического материала, а также выявляются основные компоненты образа Ватикана в общей картине мира и акценты, которые делают журналисты при освещении событий, связанных с Ватиканом.

В данном исследовании в результате синтеза различных подходов к изучению образа страны было принято следующее определение: под образом страны понимается стихийно складывающееся представление о стране в определенный период, часть общей картины мира в сознании человека. Образ страны в СМИ обозначает представление, складывающееся по материалам прессы, которая освещает события в данной стране, и во многом основанное на противопоставлении «мы-другие».

В результате анализа предлагаемых исследователями Э. Галумовым и С. Энхольтом структурных подходов к изучению образа страны, а также в процессе обработки эмпирического материала, были выявлены основные семь элементов структуры образа Ватикана в прессе: *межгосударственные отношения*, куда входят контакты главы Ватикана с правительствами разных стран и положение Ватикана на международном пространстве; *межрелигиозный диалог*, в рамках которого рассматриваются вопросы экуменизма, контактов с разными религиозными сообществами; *окружение*

¹ В первые месяцы 2012 г. разгорелся очередной крупный скандал, обозначенный журналистами как «Ватиликс» («VatiLeaks»). По аналогии с проектом Джулиана Ассанжа wikileaks.org, запущенным в 2006 г. Скандал был связан с утечкой секретных документов и их дальнейшей публикацией в СМИ. Так Ватикан пострадал от современной тенденции, когда закрытая информация зачастую становится предметом гласности.

Папы и население Ватикана; собственно фигура понтифика (описание внешнего вида и характеристика его личности); *описание Ватикана* (внешняя атрибутика, структура, механизм работы его аппарата); *отношение СМИ к Ватикану*, под которым понимаются полемика между разными изданиями, участие журналистов в разжигании скандалов; *исторический контекст*, который подразумевает упоминание дат и фактов, касающихся взаимоотношения разных стран или рассматриваемой проблемы; *восприятие Ватикана, католической церкви и Папы в обществе* той или иной страны. В соответствии с данными элементами систематизируется эмпирический материал во второй и третьей главах диссертации.

Важным в данном параграфе представляется объяснение того, что подразумевается в СМИ под Ватиканом – государство, католическая церковь или фигура Папы. Анализ мнений опрошенных по этому вопросу экспертов позволил выявить различия между этими понятиями. Так, под Ватиканом как таковым следует понимать государство, гарантирующее Папе независимость от юрисдикции какой-либо другой страны, под католической церковью – духовную организацию, которая объединяет 1,18 млрд человек по всему миру, а под фигурой понтифика – не только духовного лидера католической церкви, но и собственно личность, идеи, стиль поведения, поступки. Анализ событий показывает, что СМИ часто не разделяют эти три понятия, упрощая их и сводя весь сложный механизм Святого Престола к словам «Ватикан» или «церковь». Еще одна тенденция, которую можно наблюдать в массовых СМИ, была обозначена в исследовании как «Папа-центричность» образа Ватикана в прессе. Она выражается в том, что в последние несколько десятилетий журналисты все больше обращают внимание на фигуру понтифика, в результате чего Папа становится основной мишенью в скандалах вокруг Святого Престола.

Данный параграф описывает главный метод исследования, который обозначен как анализ содержания публикаций об отдельных событиях, связанных с Ватиканом, в онлайн-версиях печатных изданий, основанный на выделении важных тематических направлений, обозначенных выше как «элементы»/«компоненты» структуры образа Ватикана в прессе.

Вторая глава «Формирование образа Ватикана в зарубежной прессе: доказательство «эффекта Ратцингера» посвящена исследованию

освещения апостольских поездок Бенедикта XVI и выявлению основных элементов образа Ватикана в зарубежной прессе. В § 1 «Появление понятия «эффекта Ратцингера» и его определение» было рассмотрено и охарактеризовано понятие «эффект Ратцингера». Анализ разных исследований и публикаций на данную тему позволяет сказать, что этот эффект строится на нескольких элементах: сравнении понтификатов Иоанна Павла II и Бенедикта XVI, статистике общественного мнения и парадоксе несовпадения уровня критических суждений о Папе и по-прежнему высокого доверия к нему. Во многом этот эффект действует за счет того внимания, которое понтифик уделяет слову, понятному языку своих обращений и посланий, а не жесту, за что его правление было названо экспертами «понтификатом слова», в отличие от предшествовавшего ему «понтификата жеста».

В § 2 «Некоторые примеры проявления «эффекта Ратцингера» приводится анализ публикаций во французской и немецкой прессе о визите Папы во Францию и в Германию соответственно. Изучение двух визитов в разные по национальному характеру и религиозным традициям страны, осуществленных в разное время (в 2008 г. – во Францию и в 2011 г. – в Германию), позволило провести параллели и выявить общие черты. Визит во Францию, где католическое населения составляло на момент визита около 53%¹, прошел до наиболее громких скандалов, что обеспечило достаточно благосклонное отношение к Святому Престолу, и более яркое проявление «эффекта Ратцингера». Визит же в Германию, где католики составляют только треть населения², пришелся на период после ряда значительных скандалов, часть из которых (дело Уильямсона, случаи педофилии в Мюнхенском архиепископстве) оказались непосредственно связаны с этой страной. Все это стало причиной более критичного отношения к Ватикану и к Папе во время его визита, а «эффект Ратцингера» здесь был заметно слабее. Для критично настроенных к Святому Престолу изданий (например, «Либерасьон» или «Зюддойче Цайтунг») визит становится возможностью обратить внимание на актуальные проблемы обще-

¹ Ce que les catholiques attendent de Benoît XVI // Le Parisien. – 12.09.2008. URL: <http://www.leparisien.fr/societe/ce-que-les-catholiques-attendent-de-benoit-xvi-12-09-2008-217724.php> (дата обращения 06.02.2012).

² На 81 млн населения приходится 34% католиков, 34% протестантов // Nation Master. URL: <http://www.nationmaster.com/country/gm-germany/rel-religion> (дата обращения 20.02.2012).

ства. По ходу исследования эта тенденция была отмечена также в британской и российской прессе.

Наиболее яркий пример проявления «эффекта Ратцингера» из рассмотренных в данной работе, был отмечен при анализе публикаций о визите понтифика в Великобританию в 2010 г. в британской и итальянской печати в § 3 «**Образ Ватикана в итальянской и британской печати при освещении визита Папы в Великобританию**». Здесь за описанием контекста визита и данных исследования идет рассмотрение религиозного климата Великобритании и межрелигиозного диалога между англиканской и католической церквями. Затем через описание государственных контактов между Ватиканом и Великобританией дается характеристика образа Ватикана-государства. А за анализом того, как в прессе передается отношение британского общества и мировых СМИ к Ватикану, описывается окружение понтифика, подробно рассматриваются характеристики образа Папы Бенедикта XVI.

Сравнение подачи материала в итальянской и британской прессе позволило показать два разных взгляда на Святой Престол: серьезный и аналитический – в итальянской прессе (в основном благодаря материалам ватиканистов) и эмоциональный, зависимый от сенсаций, поверхностный и построенный на стереотипах – в британских газетах. Здесь же была отмечена и разница в отношении прессы к Ватикану и к Папе. Так, в британской прессе со Святым Престолом связывают определенный ряд исторических проблем всей католической церкви (например, финансы и казна Ватикана или упадок веры), тогда как, говоря о понтифике, представители СМИ обращают внимание на его личные качества, отдельные суждения, поступки, реакции, то есть на личностный фактор Ватикана, который меняется от одного Папы к другому.

В третьей главе «**Формирование образа Ватикана в российской прессе**» проводится подробный анализ материалов российской прессы о Ватикане и рассматриваются основные элементы образа Ватикана в онлайн-версиях ежедневных российских газет. В § 1 «**Диалог России и Ватикана**» анализируется исторический контекст, в котором строился диалог между РКЦ и РПЦ, а также дается краткое описание положения религиозной журналистики в России. При рассмотрении вопроса о встрече

глав двух конфессий здесь изучаются избранные публикации в российской прессе о контактах российского правительства с Ватиканом с начала 90-х годов XX века до начала понтификата Бенедикта XVI в 2005 г.

В §2 третьей главы «Анализ публикаций об освещении визитов российских президентов в Ватикан» отдельно приводятся описательные характеристики, которые используют журналисты при освещении подобных событий, и выявляется идейная составляющая материалов.

Государственный и духовный образ в итальянских газетах представлен шире и глубже. Италия – католическая страна, поэтому и пресса не относится здесь к Святому Престолу как к «другому». Итальянские журналисты пишут сразу о «сути» встречи, поэтому образ Ватикана в этих материалах итальянской прессы довольно ограничен. По той же причине проявление тех семи элементов, о которых было написано во второй главе, в российской и итальянской прессе наблюдается по-разному. В итальянской прессе больше внимания уделяется государственным отношениям России и Ватикана, при этом в равной степени здесь важным представляется диалог РПЦ и РКЦ. В отличие от российских газет, в итальянских – совсем незначительно или вовсе отсутствуют описательные характеристики, а с ними и проявление таких элементов, как окружение Папы, фигура понтифика, атрибутика и внутреннее убранство Ватикана. В процессе исследования публикаций в российской прессе не было замечено враждебного отношения журналистов к Святому Престолу, при этом был отмечен ажиотаж, который разгорается вокруг визита понтифика или возможностей встречи его с главой РПЦ.

В третьей главе также рассматривается освещение в российской прессе некоторых значимых событий, связанных с Ватиканом, пришедшихся на понтификат Ратцингера, и выделяются определенные компоненты структуры образа Ватикана в прессе. Так, в § 3 «Анализ публикаций о скандалах, связанных с Ватиканом» анализируются материалы о трех значимых скандалах (Регенсбургская лекция, дело Уильямсона, скандал со случаями педофилии среди католических священников). В том, что касается скандалов, в российской прессе, и особенно, в массовой, нередко появляются заголовки сенсационного характера, при этом громкие скандалы здесь, по сравнению с западной

прессой, освещаются с некоторой задержкой, когда кризисная ситуация уже набрала силу. В российской прессе заметна и другая тенденция: при освещении скандалов журналисты не набрасываются с критикой на Ватикан, но выражают некоторую поддержку в трудной ситуации, стараются цитировать одновременно с тем православных иерархов, чтобы показать взгляд РПЦ по данным вопросам, а с ним и возможность межрелигиозного диалога.

В § 4 «Анализ публикаций о зарубежных поездках понтифика» изучаются материалы о зарубежных поездках понтифика в российской прессе. При освещении вопросов, связанных с *Государством Градом Ватиканом* журналисты обращают внимание на то, насколько политическая составляющая пересекается с религиозной, и какую политическую роль играет Ватикан. В контексте *межрелигиозного диалога* затрагиваются такие темы, как диалог с другими религиями, положение католической церкви в той или иной стране, форма католичества в том или ином регионе (как, например, «ведьмокатоличество» в Африке), миссии и задачи, которые стоят перед РКЦ, а также сохранение единого христианского наследия в Европе. Большинство заголовков анализируемых публикаций содержит наименование *Папы, Бенедикт XVI или понтифик*, что является проявлением западной тенденции «Папацентричности» образа Ватикана в прессе. Журналисты подмечают разные функции понтифика: Папу-политика, Папу-дипломата, Папу-духовного лидера и оценивают его работу.

Говоря об *окружении Папы* и «населении» Ватикана, российская пресса концентрируется не только на отдельных членах Церкви, но и на государственном устройстве Ватикана, иерархии, работе ватиканского информационного аппарата, уделяет значительное внимание разногласиям внутри католической церковной системы и кризису государственного аппарата Ватикана. Анализ данных публикаций подтвердил идею о том, что если Ватикан сможет противостоять внешней угрозе, то справиться с внутренними проблемами ему будет намного сложнее.

К *историческому контексту* взаимоотношений Ватикана с другими странами российская пресса обращается крайне редко. Не выходит на первый план и описание *отношения к Ватикану в обществе* (это объясняется

тем, что жанр репортажа в освещении таких тем практически не встречается). Иначе дело обстоит с *оценкой работы зарубежных СМИ*. Здесь издания не ограничиваются цитированием зарубежных источников, но показывают мнение «западных СМИ» или «итальянских газет», комментируют его, полемизируют с ним, оценивают его справедливость.

В **Заключении** содержатся выводы, сделанные в ходе диссертационного исследования. Анализ ряда теоретических источников, документов Ватикана, выступлений церковных иерархов и публикаций, позволил определить понятие «медиаевангелизация», а изучение кризисных ситуаций показало, что, встав на путь медиатизации и все больше развивая технические возможности открытого диалога с обществом, Ватикану приходится сталкиваться с трудностями такого общения – с общественным мнением, с нападками заинтересованных групп, атеистов, с социальными проблемами, с болезнями общества, с вопросами установления межрелигиозных связей, и, наконец, со сложным механизмом СМИ, с оценкой и суждением отдельных журналистов.

Выявленные семь компонентов структуры Ватикана в прессе позволяют сказать, что они присущи как западной прессе, включая итальянскую, так и российской. Разница заключается в том, какой из названных элементов имеет большее проявление в той или иной стране и при описании того или иного события. Исследование образа Ватикана в российской прессе позволило не только выявить основную его структуру, но и понять его особенности в изданиях не католической страны. Здесь Ватикан, Папа и католическая церковь рассматриваются со стороны. Издания критикуют Ватикан и дают ему советы с позиции аналитика и наблюдателя.

Обращение к публикациям о визитах глав Российской Федерации в Ватикан как при Иоанне Павле II, так и при Бенедикте XVI показало, что уже на протяжении двух десятилетий журналисты затрагивают одни и те же проблемы. За это время в России изменилось отношение к религии, произошло становление религиозной журналистики, пусть и в ограниченном понимании этой концепции, а российская пресса продолжает задаваться одним и тем же вопросом: когда Папа приедет в Россию? когда произойдет долгожданная встреча Папы и Патриарха Московского и Всея Руси? При этом в материалах не дается четкого объяснения причин необ-

ходимости экуменического сближения с Ватиканом. И пока этот парадокс будет сохраняться, российские читатели будут видеть во всех новостях о встрече с понтификом лишь сенсации, а слова «экуменизм» и «прозелитизм» – по-прежнему воспринимать как нечто отрицательное и враждебное. Для большинства СМИ сегодня остаются основным источником информации о «других», и именно СМИ смогут стать площадкой для диалога представителей двух конфессий, а с ним и инструментом изменения общественного мнения в отношении понимания такого диалога.

Апробация работы. Основные результаты исследования были доведены до научного сообщества в виде докладов на конференциях факультета журналистики МГУ, посвященных анализу состояния систем СМИ в зарубежных странах и теории коммуникации в 2008-2012 гг., а также посредством публикаций в изданиях, рецензируемых ВАК, общим объемом 4,02 п.л.

Статьи в рецензируемых научных изданиях:

1. Груша А.В., Клименко Д.А. «Италия в российских СМИ: опыт сравнительного анализа» // Меди@льманах. – Выпуск №2. – 2008 г. – С.18-28.
2. Клименко Д.А. «Основные составляющие странового имиджа и технологии его продвижения (на примере формирования имиджа Италии в России)» // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – Выпуск №1. – 2010 г. – С. 165-182.
3. Клименко Д.А. «Ватикан и новые информационные технологии» // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. – Выпуск №2. – 2010 г. – С. 100-113.
4. Клименко Д.А. «Ватикан и «медиаевангелизация» в XXI веке» // www.mediascope. – Выпуск №2. – 2011 г. URL: <http://www.mediascope.ru/node/787> (дата обращения 15.06.2012).
5. Клименко Д.А. «Образ Ватикана и Папы в итальянской и британской прессе (на примере освещения визита Бенедикта XVI в Великобританию в 2011 году)» // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. – Выпуск №5. – 2012 г. – С. 161-178.

Тезисы докладов:

1. Клименко Д.А. Формирование образа страны как проявление просветительской позиции издания на примере медиаобраза Италии в российской прессе // Материалы сборника V научно-практической конференции «Информационное поле современной России: практики и эффекты». – Казань: КГУ, 2008. – С. 136-142.
2. Клименко Д.А. Журналисты-ватиканисты в современном информационном пространстве // Материалы международной конференции «Журналистика в 2008 году» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2009.
3. Клименко Д.А. «Блоги итальянских ватиканистов» // Материалы докладов XVI Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2009» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2009.
4. Клименко Д.А. «Ватикан и киберрелигия» // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2010» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев, А.В. Андриянов. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2010.
5. Клименко Д.А. Освещение визита Папы Бенедикта XVI в Великобританию в британской и итальянской прессе // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2011» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2011.
6. Клименко Д.А. Media evangelization as a technical mediatization of Religion // Journalistic cultures: facing social and technological changes / Ed. M.Makeenko, E.Aivazova. – Moscow: MediaMir, 2011. – PP. 64-65.
7. Клименко Д.А. Интервью с понтификом: от Павла VI до Бенедикта XVI // Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2012» / Отв. ред. А.И. Андреев, А.В. Андриянов, Е.А.Антипов, М.В. Чистякова. [Электронный ресурс] — М.: МАКС Пресс, 2012.