

*На правах рукописи*



**СКОРНЯКОВА Наталья Сергеевна**

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ  
РЕГИОНАЛЬНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ  
В РЕЛИГИОЗНОЙ СИТУАЦИИ**

22.00.08 – социология управления

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Белгород 2006

Работа выполнена на кафедре социальных технологий  
ГОУ ВПО «Белгородский государственный университет»

- Научный руководитель:** кандидат социологических наук, доцент  
**Лебедев Сергей Дмитриевич**
- Официальные оппоненты:** доктор социологических наук, профессор  
**Широкалова Галина Сергеевна**  
кандидат социологических наук  
**Зайцева Татьяна Александровна**
- Ведущая организация:** Московский государственный  
университет им. М.В. Ломоносова  
кафедра социологии  
коммуникативных систем  
социологического факультета

Защита состоится 14 декабря 2006 года в 16 часов на заседании диссертационного совета Д 212.015.02 в Белгородском государственном университете (308015 г. Белгород, ул. Победы, 85).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белгородского государственного университета.

Автореферат диссертации разослан и размещен на сайте Белгородского государственного университета ([www.bsu.edu.ru](http://www.bsu.edu.ru)) «10» ноября 2006 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
кандидат социологических наук,  
доцент



И.Э. Надуткина

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

*Актуальность темы исследования.* Религиозная ситуация относится к тем социальным феноменам, которые в период социальных трансформаций привлекают особое внимание властей, общественности, ученых. Будучи концентрированным выражением всего комплекса религиозных проявлений в их взаимосвязи между собой и с социальной средой, в определенном месте и в определенное время религиозная ситуация оказывается существенным фактором развития общей социально-политической и духовно-идеологической ситуации в стране или регионе. Сегодня в контексте укрепления социальных и политических позиций религиозных объединений, роста их влияния на различные сферы жизни общества особую значимость приобретает совершенствование регулирования общественных отношений в этой области.

В современном обществе большое значение имеет деятельность средств массовой информации (далее СМИ). Сегодня СМИ из простого посредника между субъектами общественной жизни превратились в один из основных субъектов, оказывающих существенное влияние на общественные процессы. В частности, СМИ являются одним из важнейших социальных институтов, призванных обеспечить свободу слова и свободу массовой информации, что составляет первостепенное условие построения правового государства и вызревания гражданского общества.

Учитывая возможности СМИ в формировании общественного мнения, с одной стороны, и потенциал воздействия общественного мнения через СМИ на институты государственной власти, с другой – можно говорить о значительном потенциале данного института в регулировании религиозной ситуации. Являясь могущественным фактором современности, обладая огромными возможностями влиять на умонастроения и мироощущение людей, СМИ оказывают значительное влияние на функционирование и трансляцию религиозного дискурса. Это влияние может быть как положительным фактором, способствующим становлению взаимопонимания и взаимодействия между субъектами религиозных отношений, так и отрицательным фактором, разжигающим государственно-конфессиональные, межконфессиональные противоречия, создающим серьезные проблемы для безопасности и стабильности общества.

Исходя из этого, особую важность приобретает определение роли, места и возможностей СМИ в религиозной ситуации, определение оптимального позиционирования их в данной сфере общественных отношений.

Актуальность темы исследования определяется и тем, что участие СМИ как института гражданского общества в религиозной ситуации вызывает растущий интерес общественности, о чем свидетельствует, в частности, деятельность российского Интернет-портала «Религия и СМИ» и ряда других специализированных информационно-аналитических центров. В рамках тематики указанного электронного издания, равно как и публикаций других СМИ, значительный объем занимают различные аспекты формирования общественного мнения в религиозной сфере, затрагиваются проблемы качества журналистских материалов, ответственности журналиста и др. Вместе с тем, влиянию СМИ на

регулирование религиозной ситуации, их роли в организации взаимодействия субъектов религиозной ситуации, анализу механизмов обратной связи, на наш взгляд, внимания уделяется недостаточно.

Характерные для России 90-х гг. процессы регионализации имели следствием усиление региональных различий как в религиозной ситуации, так и в деятельности СМИ. Современная политическая ситуация такова, что отдельный регион может идти «вперед» центра, причем не только в плане декларируемых идей, но и в практических шагах по их реализации. Изучение собранных в регионе материалов, характеризующих государственно-конфессиональное взаимодействие, позволит определить точки диалога с центром по поводу обмена опытом.

Таким образом, актуальность темы настоящего диссертационного исследования обусловлена:

- необходимостью усиления роли институтов гражданского общества в регулировании общественных процессов в сфере религиозных отношений;
- важностью использования в регулировании религиозной ситуации значительного, но зачастую недостаточно реализуемого потенциала СМИ;
- необходимостью учета региональной специфики религиозной ситуации и СМИ при реализации государственной конфессиональной политики;
- как следствие вышесказанного – потребностью в научной разработке механизма позиционирования СМИ в религиозной ситуации региона.

*Степень изученности темы.* Избранная для исследования тема носит комплексный характер и находится на стыке научных дисциплин и проблемных блоков социологии управления, социологии религии, социологии массовых коммуникаций. Соответственно по каждому из этих направлений в достаточном количестве наработаны теоретические исследования, методологические подходы и эмпирические материалы, использование которых может служить изучению различных аспектов позиционирования СМИ в религиозной ситуации. С учетом многоаспектности исследуемой проблемы следует выделить основные группы научных работ, составляющих информационно-аналитическое поле исследования.

Формирование теоретической базы настоящего исследования основывается на фундаментальных работах, посвященных изучению социального управления в целом. Значительный вклад в его изучение внесли также российские ученые, как Г.В. Атаманчук, В.Г. Афанасьев, В.Г. Глушенко, Н.С. Данакин, Л.Я. Дятченко, В.Н. Иванов, Н.И. Кабушкин, С.Б. Мельников, Г.И. Осадчая, Г.В. Осипов, В.И. Патрушев, А.И. Радченко, А.Д. Урсул и др.

Феномен социального регулирования как одного из «мягких» методов социального управления анализируется в трудах Ю.П. Аверина, Н.Г. Кобыляцкого, В.В. Корченова, Н.Н. Моисеева, Г.Ф. Ромашкиной, И.М. Слепенкова, Ф.И. Шаркова. Возможности использования синергетического подхода в социальном управлении обоснованы в публикациях В.П. Бранского, Л.А. Василенко, К.Х. Делокарова, Ф.Д. Демидова, Г.А. Котельникова, А.И. Пригожина, Н.В. Поддубного и др.

Отдельная группа научных работ посвящена изучению религии как социального явления. В социально-философском и теоретико-социологическом плане проблемам взаимоотношений государства, общества и религии посвящены фундаментальные труды Г.Ф. Гегеля, К. Маркса, М. Вебера, Э. Дюркгейма, П.А. Сорокина, Р. Мертона.

Государственно-конфессиональные отношения как в историческом, так и в современном плане анализируются в публикациях Л.А. Баширова, О.Ю. Васильевой, Н.В. Володиной, А.Г. Залужного, Ю.П. Зуева, И.Я. Кантерова, В.И. Королева, А.И. Кудрявцева, Г.А. Михайлова, М.И. Одинцова, Г.В. Осипова, Л.Е. Себенцова, М.О. Шахова, А.В. Щипкова и других ученых. В трудах этих авторов большое внимание уделено теоретическому обоснованию государственной конфессиональной политики, законодательному регулированию сферы свободы совести, анализу практики взаимоотношений между государственными органами и религиозными объединениями.

В числе социологических трудов следует особо отметить работы Р.А. Лопаткина, который впервые в России поставил вопрос о социологическом изучении религиозной ситуации как самостоятельного системного объекта, предложил ее определение, выявил структуру данного явления и уровни его изучения. В работах А.В. Логинова, Л.Н. Митрохина, Г.А. Михайлова, Л.Ф. Колесникова, Г.С. Широкаловой, Е.С. Элбакян определены конкретные характеристики религиозной ситуации в российском обществе переходного периода. Исследование религиозной ситуации как системного объекта получило свое продолжение в работах А.В. Игнатова, Т.В. Башлыкова, Р.Т. Сабирова, Г.А. Выдриной и др. Характеристики современной религиозной ситуации в контексте взаимодействия культур светского и религиозного типа анализируются в работах С.Д. Лебедева.

Начиная с 1990-х годов, крупными социологическими центрами, среди которых следует назвать ВЦИОМ, РОМИР, фонд «Общественное мнение» и др., проводятся общероссийские социологические исследования ряда существенных аспектов религиозной ситуации в России. Их результаты получили отражение в работах Б.В. Дубина, В.В. Локосова, М.П. Мчедлова, С.В. Медведко, Э.Г. Филимонова, Д.Е. Фурмана, В.Ф. Чесноковой и др.

Следующая группа работ посвящена исследованию роли СМИ в современном обществе. В 60-80-е гг. XX века были разработаны теории механизмов влияния СМИ на общественно-политические процессы, авторами которых являются известные западные социологи Н. Луман, С. Ленарт, У. Миллер, Э. Ноль-Нойман и другие. Общетеоретические и методологические проблемы массовой коммуникации анализируются в работах отечественных ученых Р.Ф. Абдеева, Ю.П. Буданцева, С.М. Виноградовой, В.П. Конецкой, Г.Г. Почепцова, А.П. Суханова, А.Д. Урсула и др.

Вопрос о социальных функциях СМИ в отечественной и зарубежной социологической науке начал исследоваться сравнительно недавно. Тем не менее, для понимания характера и природы современных СМИ, их социальных функций и дисфункций имеют большое методологическое значение работы классиков социологии конца XIX — первой половины XX вв. Э. Дюркгейма,

М. Вебера, А. Шютца. Особый интерес представляют работы современных социологов и философов Э. Гидденса, Ю. Хабермаса, Н. Лумана, Т. Лукмана, П. Бергера, Ж. Бодрийара, в которых с различных теоретико-методологических позиций исследуется проблематика социальной роли СМИ. Современные авторы рассматривают функции СМИ в более широком социокультурном контексте формирования массового сознания. Этой тематике посвящены работы В.В. Ворошиловой, Б.А. Грушина, Е.Я. Дугина, А.Г. Здравомыслова, В.С. Коробейникова, Ю.А. Левады, Г.С. Мельник, Ж.Т. Тощенко.

Особый интерес представляют публикации, в которых исследуются и анализируются различные социальные функции СМИ, рассматривается их роль в социально-политических процессах (публикации Б.А. Грушина, С.Г. Корконосенко, Т.В. Науменко, Л.Н. Федотовой). В то же время специальных работ, посвященных исследованию функций СМИ в социальном управлении, немного. В этом направлении проводилась работа С.П. Лукницким, И.М. Дзялошинским.

Анализ степени научной разработанности темы диссертационного исследования позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на обилие публикаций по различным аспектам функционирования масс-медиа в современном обществе, их регулятивные функции и потенциал изучены недостаточно. В отечественной социологической науке отсутствуют специальные исследования позиционирования СМИ в религиозной ситуации, не выявлялись особенности их функционирования в данной сфере на региональном уровне, не изучены конкретные проблемы, с которыми сталкиваются региональные СМИ во взаимодействии с другими субъектами.

На основе оценки актуальности и степени разработанности темы настоящего исследования можно сформулировать *проблему исследования*, которая заключается в неразрешенном до настоящего времени противоречии между необходимостью активного конструктивного участия СМИ в процессах государственно-конфессионального взаимодействия и отсутствием концептуальных обоснований их позиционирования в современной религиозной ситуации.

**Объект исследования** – функционирование СМИ в религиозной ситуации.

**Предмет исследования** – технология позиционирования СМИ в региональной религиозной ситуации.

**Целью работы** является разработка технологии позиционирования СМИ в региональной религиозной ситуации, обеспечивающей их субъектность в процессе государственно-конфессионального взаимодействия.

**Задачи исследования:**

- обосновать концепцию позиционирования СМИ в религиозной ситуации;
- осуществить диагностику типа позиционирования СМИ в региональной религиозной ситуации на примере Белгородской области;
- разработать технологию позиционирования СМИ в религиозной ситуации, основанную на принципах социального партнерства.

**Гипотеза** диссертационного исследования состоит из двух взаимосвязанных предположений: во-первых, оптимальное позиционирование СМИ в ре-

лигиозной ситуации, позволяющее обеспечить сбалансированное выполнение ими регулятивных функций, достигается путем встраивания их в систему государственно-конфессионального взаимодействия в качестве равноправного субъекта; во-вторых, позиционированию СМИ в качестве полноправного субъекта регулирования религиозной ситуации способствует технология, которая обеспечивает поэтапное выполнение ими основных функций путем сочетания конкурсных, организационных и процедурных механизмов социального партнерства.

*Теоретико-методологические основы исследования.* Теоретической основой для анализа религиозной ситуации как социального поля и определения места и роли в нем СМИ послужила концепция социального пространства П. Бурдьё. В основу методологии анализа религиозной ситуации положены разработки Р.А. Лопаткина. Концепция общества как совокупности систем социального действия Т. Парсонса позволяет выделить функции СМИ в социальном регулировании. Обоснование механизма функционирования СМИ в религиозной ситуации опирается в диссертации на теорию действия механизмов обратной связи в управлении общественными процессами Н. Винера и на современные разработки данной проблематики Р.Ф. Абдеевым.

В качестве методологической основы настоящего исследования принято сочетание классического системного и синергетического подходов. Классический системный подход позволяет рассмотреть религиозную ситуацию как систему и определить место СМИ в этой системе. Использование принципов синергетического подхода дает дополнительные возможности для теоретического осмысления механизмов регулирования религиозной ситуации, эти принципы применены при разработке технологии позиционирования СМИ в условиях данной ситуации.

#### *Эмпирические источники исследования.*

В качестве эмпирических источников исследования выступают:

- 1) комплекс нормативно-правовых актов, регламентирующих отношения в религиозной сфере, деятельность СМИ и органов государственной власти на федеральном и региональном уровнях;
- 2) статистические материалы, характеризующие состояние религиозной ситуации в регионе;
- 3) результаты социологического исследования «Функции СМИ в религиозной ситуации Белгородской области», проведенного автором в сентябре-декабре 2005 г. Анкетный опрос проводился в двух городах и четырех районах Белгородской области. Опрос осуществлялся методом квотной выборки. Выборочная совокупность составила 800 респондентов. Одновременно был проведен экспертный опрос (N = 30);
- 4) результаты контент-анализа материалов региональных печатных СМИ за период 2003-2005 гг. Использовалась смешанная формализованная и полустандартизированная методика анализа;
- 5) результаты фокусированного группового интервью представителей органов государственной власти, религиозных объединений, журналистов (N = 14), проведенного автором 8 февраля 2006 г.;

б) материалы исследований, проведенных Центром общественной экспертизы «Анатомия свободы слова» (2000); факультетом журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «Религия в информационном поле российских СМИ» (2001); исследований Т.А. Зайцевой, Т.В. Тришиной, Л.В. Колпиной.

*Научная повизна исследования* состоит в том, что в нем:

– разработана концепция позиционирования СМИ в религиозной ситуации как процесса встраивания их в систему государственно-конфессиональных отношений посредством сбалансированного выполнения функций целеполагания, координационной, идеологической и контрольной;

– выделены типы позиционирования СМИ в религиозной ситуации в системе координат, образуемой «авторитарной-либеральной» и «идентификационной-сепарационной» осями, определен преобладающий тип позиционирования региональных СМИ в религиозной ситуации Белгородской области;

– предложена технология позиционирования СМИ в религиозной ситуации, позволяющая пофункционально встраивать их в государственно-конфессиональное взаимодействие посредством комбинирования конкурсных, организационных и процедурных механизмов социального партнерства.

*Положения, выносимые на защиту.*

1. Позиционирование СМИ в религиозной ситуации представляет собой результирующую ее самоорганизации и целенаправленного воздействия субъектов регулирования, которая сводится к ориентации масс-медиа на заданные позиции в государственно-конфессиональном взаимодействии. В качестве субъектов регулирования могут выступать органы государственной власти, научные и общественные организации. Субъектность СМИ в религиозной ситуации достигается оптимальным соотношением реализации ими четырех регулятивных функций: целеполагания, координации, идеологической (воспитательной) и контрольной. Соотнесение выделенных функций с этапами классического алгоритма управления – планированием, организацией, мотивацией и контролем – позволяет определить ключевые направления позиционирования СМИ.

2. В религиозной ситуации возможны следующие типы позиционирования средств массовой информации: 1) авторитарно-сепарационный; 2) либерально-сепарационный; 3) либерально-идентификационный и 4) авторитарно-идентификационный. Каждый из них характеризуется различным соотношением регулятивных функций СМИ. В структуре религиозной ситуации Белгородской области в настоящее время преобладает либерально-идентификационный тип позиционирования региональных средств массовой информации со сдвигом к авторитарно-идентификационному типу. Для данного типа характерна несформированность субъектности СМИ, с чем связано недостаточное включение их в управленческий цикл.

3. Оптимальной управленческой технологией позиционирования СМИ в религиозной ситуации выступает технология, основанная на принципах социального партнерства между органами государственной власти, СМИ и религи-



озными объединениями. В основе данной технологии лежит обмен различными видами социального капитала через последовательное использование комбинаций конкурсных, организационных и процедурных механизмов. Реализация технологии позиционирования СМИ в религиозной ситуации, основанной на принципах социального партнерства, позволяет достичь баланса в выполнении ими регулятивных функций и тем самым гармонично встроить их в систему государственно-конфессионального взаимодействия.

*Научно-практическая значимость* диссертационного исследования заключается в том, что в нем сформулированы практические рекомендации для органов государственной власти, религиозных объединений и СМИ, которые могут быть использованы в ходе государственно-конфессионального взаимодействия на региональном уровне. Предложения по оптимизации позиционирования СМИ в религиозной ситуации могут найти применение в деятельности государственных органов, религиозных объединений и других субъектов социального действия.

Программа и инструментарий социологического исследования, разработанные при подготовке диссертации, могут применяться для диагностики типа позиционирования СМИ в региональной религиозной ситуации, анализа государственно-конфессионального взаимодействия на региональном уровне. Положения диссертации могут быть использованы при разработке курсов лекций по социологии управления, социологии религии, социологии массовых коммуникаций, основам православной журналистики.

*Апробация* результатов диссертации осуществлялась в форме выступлений на научно-практических конференциях: «Государственное управление и местное самоуправление в реформируемом обществе» (Белгород, апрель 2004 г.); «Векторы развития современной России» (Москва, апрель 2004 г.); «Светско-религиозное взаимодействие в изменяющейся России» (Белгород, октябрь 2004 г.); «Социальная жизнь России: теории и практики» (Москва, февраль 2005 г.); «Актуальные проблемы государственного и муниципального управления: содержание и механизмы трансформации» (Курск, ноябрь 2005 г.); «Сорокинские чтения» (Москва, декабрь 2005 г.); XIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (Москва, апрель 2006 г.); «Социально-технологическая культура как феномен XXI в.» (Белгород, май 2006 г.). Проблемы, рассматриваемые в настоящем исследовании, обсуждались на заседаниях Белгородского регионального отделения Российского объединения исследователей религии (2004-2006 гг.), в которых наряду с исследователями принимали участие представители государственной власти, журналисты и священнослужители.

По теме диссертации опубликовано 11 работ общим объемом 3,3 условных печатных листа.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры социальных технологий Белгородского государственного университета.

*Структура диссертации.* Диссертация состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографического списка и приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во *введении* обосновывается актуальность темы исследования, определяется степень ее научной разработанности, указываются теоретико-методологические и эмпирические источники, цели и задачи исследования.

В *первом разделе «Теоретические основы позиционирования СМИ в религиозной ситуации»* обосновывается концепция позиционирования СМИ в религиозной ситуации. В работе предлагается определение религиозной ситуации как концентрированного выражения всего комплекса религиозных проявлений в определенном месте и в определенное время, их взаимосвязи между собой и социальной средой. При этом в качестве структурно-функционального ядра религиозной ситуации рассматривается система государственно-конфессиональных отношений.

На основе анализа структуры религиозной ситуации подтверждается адекватность использования в ней «мягких» методов управления. В качестве оптимальной формы регулятивного воздействия на религиозную ситуацию предлагается позиционирование ее субъектов. Позиционирование субъекта предполагает его идентификацию в социальной системе с целью реализации собственных интересов посредством социального взаимодействия.

Интерпретация религиозной ситуации как «социального поля» – особой, относительно автономной подсистемы социальных отношений – позволяет акцентировать внимание на социальных агентах данного поля. В работе выделены три основные категории агентов: государственные, религиозные, общественные. При этом стабильность религиозной ситуации зависит от обеспечения баланса интересов между ними. Наиболее адекватным механизмом достижения такого баланса является социальное партнерство, которое способно обеспечить соблюдение прав и интересов всех агентов соответствующего поля. Учитывая, что партнерство строится исключительно на принципе взаимной выгоды, каждый из рассматриваемых агентов характеризуется с точек зрения, во-первых, социального капитала, который должны учитывать партнеры, и, во-вторых – интересов, реализуемых агентами в процессе взаимодействия.

Теоретический анализ капиталов и интересов агентов религиозной ситуации дает основание утверждать, что в современном российском обществе базовые признаки партнерских отношений присутствуют во взаимодействии между органами государственной власти и традиционными религиозными объединениями. В то же время конструирование отношений на принципах социального партнерства предполагает активную роль общественного агента. Сегодня в российском обществе наиболее значимым общественным агентом являются СМИ, которые обладают капиталом социальной легитимации и потенциалом, позволяющим обеспечивать стабильность религиозной ситуации. Однако этот потенциал не всегда используется в полной мере. Развитие субъектного потенциала СМИ методом позиционирования позволит обеспечить сбалансированные общественные отношения и большую устойчивость социальной системы в целом.

Под позиционированием СМИ в религиозной ситуации нами понимается результирующая ее самоорганизации и целенаправленного воздействия субъек-

тов регулирования, в качестве которых могут выступать органы государственной власти, научные и общественные организации, ориентирующие масс-медиа на оптимальные позиции в структуре государственно-конфессионального взаимодействия.

Анализ текущего состояния позиционирования СМИ в религиозной ситуации предлагается осуществлять через последовательность этапов: этап определения типа государственно-конфессиональных отношений; определения медийной модели; анализа реализации базовых регулятивных функций.

Руководствуясь методологическими положениями Т. Парсонса и принимая во внимания данные современных исследований, в работе выделяются следующие четыре регулятивные функции СМИ в религиозной ситуации: изучение объективных общественных потребностей и субъективных интересов личности или группы в сфере религиозных отношений (функция целеполагания); координация деятельности субъектов религиозной ситуации с целью предупреждения и разрешения конфликтов, укрепления стабильности общества (координационная функция); идеологическое обеспечение сохранения и развития исторически сформировавшихся религиозных традиций (идеологическая функция); общественный контроль над действиями субъектов религиозной ситуации с целью обеспечения соблюдения прав и свобод человека – свободы совести и вероисповедания (контрольная функция).

Этапы анализа текущего состояния позиционирования СМИ в религиозной ситуации позволяют выделить возможные типы позиционирования в системе координат с осями, соответствующими континуумам между «авторитарным-либеральным» и «идентификационным-сепарационным» типами. При этом условием полномасштабного раскрытия субъектного потенциала СМИ определено сбалансированное выполнение ими четырех выделенных функций. В религиозной ситуации возможны следующие типы позиционирования СМИ.

1. Авторитарно-сепарационный тип. СМИ выступают только проводником государственной политики, направленной на отделение церкви от государства и в целом ориентированной на секуляризацию общества. При этом создается видимость активной, самостоятельной позиции СМИ, тесно взаимодействующих с обществом и интерпретирующих религиозную ситуацию. При данном типе позиционирования СМИ не участвуют в целеполагании и координации религиозной ситуации, поскольку данные полномочия всецело принадлежат государственной власти; идеологическая функция гипертрофирована: актуальные вопросы религиозной ситуации преподносятся обществу в соответствии с догмами государственной идеологии; государство фактически узурпирует контрольную функцию СМИ.

2. Либерально-сепарационный тип позиционирования СМИ связан с реализуемой государством позицией невмешательства в дела религии и церкви. Государство проводит политику последовательного отделения церкви и законодательно обеспечивает равноправное отражение в СМИ деятельности конфессий. Исходя из этого, СМИ имеют возможность самостоятельно освещать религиозную ситуацию, однако практикуется в основном поверхностное ее отражение. Таким образом, функция целеполагания реализуется слабо; координа-

ционная функция СМИ может быть реализована в полной мере при условии специального привлечения внимания государства и конфессий; воспитательная функция СМИ практически не реализуется, что ослабляет духовные ориентиры общества; контрольная функция выражена незначительно, поскольку религиозные вопросы отнесены к периферийной тематике.

3. Либерально-идентификационный тип. Либеральная составляющая определяет относительную самостоятельность СМИ, зависимость которых от государства минимальна. Идентификационная составляющая исходит из прямых контактов доминирующей конфессии с масс-медиа, поощряемых со стороны государства. При данном типе позиционирования возможна полноценная реализация функций целеполагания и координации, поскольку инициатива СМИ, ориентированных на традиционные конфессии, совпадает с инициативой государства; активно реализуется воспитательная функция СМИ, хотя в отдельных случаях моноконфессиональная ориентация может вступать в противоречие с конституционными нормами; существует также значительный потенциал реализации контрольной функции СМИ.

4. Авторитарно-идентификационный тип позиционирования СМИ близок авторитарно-сепарационному в части, касающейся роли государства, которое аккумулирует весь субъектный потенциал общества. Государство и доминирующая конфессия тяготеют к интеграции в единое целое, и в такой ситуации легальные СМИ могут отражать лишь единую позицию альянса государства и церкви. В данном случае степень реализации и соотношения функций аналогична авторитарно-сепарационному типу позиционирования.

Указанные типы позиционирования СМИ позволяют охарактеризовать их положение в структуре религиозной ситуации. При этом обозначенная система координат дает возможность прогнозировать социальные изменения при несбалансированной реализации указанных функций.

Во втором разделе диссертационной работы – «*Диагностика типа позиционирования СМИ в религиозной ситуации на региональном уровне*» – на основе эмпирического материала анализируется специфика типа позиционирования СМИ в региональной религиозной ситуации.

Диагностика типа позиционирования масс-медиа в религиозной ситуации Белгородской области, основанная на предложенной в первом разделе последовательности анализа состояния позиционирования, начинается с определения структуры государственно-конфессиональных отношений.

Проведенный в ходе социологического исследования анализ конфессиональной структуры показывает, что Белгородская область является, по существу, моноконфессиональным регионом. По данным Управления федеральной регистрационной службы РФ по Белгородской области, на 1 января 2006 года в Белгородской области 82% зарегистрированных религиозных объединений принадлежат к Русской Православной Церкви Московского Патриархата (РПЦ МП). Среди остальных конфессий относительное большинство составляют Евангельские Христиане-баптисты (6%). Данные анкетного опроса показывают, что интерес общественности региона к вопросам религии в основном направлен на православие (70,7%); другие конфессии привлекают значительно меньше

внимания населения, при этом только 17,5% респондентов относят себя к религиозным людям.

Анализ правового регулирования религиозных отношений, позиций руководства региона, активности и масштаба проведения совместных мероприятий позволяет утверждать, что отношения государства и доминирующей в регионе конфессии имеют характерные черты социального партнерства и тягостят к тесному взаимодействию. При этом наиболее активно оно проявляется в области образования (25% от общего числа мероприятий), культурно-просветительской деятельности (25%), социальной работы (17%). Это положение подтверждают и данные экспертного опроса. Большинство экспертов (64,7%) оценивают государственно-конфессиональные отношения в регионе как социальное партнерство.

Следующий этап диагностики типа позиционирования СМИ – определение региональной медийной модели – основан на вторичном анализе материалов исследований, анализе документов и статистических данных, анализе результатов интервью с журналистами. Выявленные показатели (высокая медийная насыщенность региона, незначительный индекс свободы СМИ (32,1), большой объем государственных дотаций на лояльные СМИ, низкий уровень медийной конфликтности, низкая степень информационной открытости власти, пассивное развитие регионального медийного рынка) позволяют утверждать, что для Белгородской области характерна патерналистская медийная модель. Данная модель характеризуется, с одной стороны, либеральным правовым полем, а с другой, значительным влиянием на функционирование региональных средств массовой информации органов государственной власти. Эти выводы соответствуют результатам исследовательского проекта «Общественная экспертиза: анатомия свободы слова», материалам исследований Т.А. Зайцевой и Л.В. Колпиной.

Завершающий этап диагностического исследования сводится к оценке степени реализации СМИ четырех основных регулятивных функций (целеполагания, координационной, идеологической и контрольной) по показателям, выделенным в первом разделе работы.

В ходе исследования было установлено, что функция целеполагания реализуется региональными СМИ не в полной мере. Информационная компонента данной функции определяется через учет масс-медиа общественных потребностей и аудиторных интересов. Несмотря на то, что материалы по религиозной тематике занимают 1,14 % от общей площади газет, их вклад в информирование населения региона о религии существенен (49,7% респондентов получают информацию о религии из СМИ). Значительное совпадение структуры интереса аудитории к информации о религии и представленности такой информации в материалах СМИ также свидетельствует о реализации информационной компоненты функции целеполагания. В то же время низкий уровень аналитической активности региональных масс-медиа, низкая доля аналитических материалов (10,4%) и незначительная степень востребованности их аналитики субъектами религиозной ситуации (8-10%) позволяют утверждать, что региональными

средствами массовой информации не реализуется аналитическая составляющая функции целеполагания.

Эмпирическое исследование степени реализации координационной функции свидетельствует о том, что данная функция также реализуется недостаточно полно. По результатам опроса, 35,9% экспертов считают, что СМИ в религиозной ситуации представляют собой «поле («площадку») для государственно-конфессионального диалога, не участвуя в нем»; 17,6% считают, что они «являются инструментом реализации стратегий государства и конфессий». Недоценка роли СМИ, их собственной позиции как субъекта регулирования религиозной ситуации приводит к тому, что СМИ используются преимущественно в качестве инструмента реализации интересов других субъектов. При этом государство рассматривает СМИ как средство воздействия на общественное мнение для реализации своих интересов (по мнению 72,6 % экспертов); доминирующая конфессия видит в них в равной степени (по 29,7%) средство воздействия на общественное мнение и его выразителя. Такое положение не позволяет СМИ выступать в роли координатора регулирования религиозной ситуации. Контакты СМИ с иными субъектами религиозной ситуации осуществляются, как правило, на основе ситуативной инициативы отдельных лиц; систематического отлаженного механизма их организации не существует. При этом в большей степени активность во взаимодействии со СМИ по освещению религиозной проблематики проявляют религиозные объединения (6,3 из 10 возможных), в меньшей степени – государство (4,6).

Идеологическая (воспитательная) функция региональных СМИ является наиболее востребованной. Высокая степень полноты отражения в СМИ государственной религиозной политики, преобладание «институциональных» новостей – конференций, официальных церемоний, совместных мероприятий (76% от всего объема тематических материалов СМИ) – дает основания утверждать, что идеологическая компонента данной функции реализуется в полной мере. Воспитательная компонента функции также реализуется. Результаты исследования показали, что белгородские СМИ играют существенную роль в формировании общественного мнения о религиозной ситуации, воспитании в обществе толерантности и в то же время – почтения к многовековым традициям православия как основе воспитания национального самосознания. Так, большая часть экспертов (64,9%) указала, что СМИ способствуют воспитанию общественности в духе уважительного отношения к традиционным религиозным ценностям.

Выявленные в ходе эмпирического исследования низкая степень активности населения в выражении через СМИ оценок религиозной ситуации в регионе (4,8%); низкая критичность региональных масс-медиа; их моноконфессиональная позиция (99% материалов СМИ посвящены православию); незначительная доля аналитических материалов (10,4% от общего объема публикаций) позволяют утверждать, что функция общественного контроля над действиями государственных органов и религиозных объединений в религиозной ситуации средствами массовой информации практически не реализуется. Напротив, отмечается почти полное отсутствие материалов, в которых бы анализировались те или иные недостатки деятельности субъектов регулирования религиозной

ситуации (98% тематических материалов не содержат критики). Вместе с тем, белгородские региональные СМИ в большинстве случаев избегают публикации материалов скандального характера, что является положительным моментом.

В целом эмпирический анализ позволил определить, что для Белгородской области характерен либерально-идентификационный тип позиционирования региональных СМИ с отдельными тенденциями к авторитарно-идентификационному.

В *третьем разделе* диссертационной работы – «*Социальное партнерство как технология позиционирования СМИ в религиозной ситуации*» – обосновывается технология позиционирования СМИ в региональной религиозной ситуации.

Выявленные в ходе исследования противоречия и проблемы позиционирования СМИ в региональной религиозной ситуации обуславливают необходимость разработки специальных социальных технологий, обеспечивающих оптимальное встраивание средств массовой информации в систему государственно-конфессионального взаимодействия.

В работе предлагается технология позиционирования СМИ в религиозной ситуации, основанная на использовании принципов социального партнерства. Данная технология конструируется на принципе сбалансированного встраивания средств массовой информации в систему социального управления. Наложение выстроенной в работе функциональной системы масс-медиа на традиционную модель управления позволяет соотнести функцию целеполагания с этапом планирования, координационную функцию – с этапом организации, идеологическую – с этапом мотивации и контрольную – с этапом контроля. В идеале СМИ должны быть сбалансированно включены (хотя и в должных рамках) в каждое звено управленческого цикла. В данном случае речь идет о раскрытии субъектного потенциала масс-медиа методом встраивания их в незанятую другими агентами нишу, а не о замещении функций этих агентов, поскольку социальное партнерство основывается на взаимном согласовании интересов участников.

Содержательной стороной предлагаемой технологии является «пофункциональный» анализ этапов и механизмов обеспечения участия масс-медиа в государственно-конфессиональном взаимодействии на правах равноправного партнера.

Функция целеполагания реализуется посредством обеспечения участия СМИ в формировании стратегических целей государственной конфессиональной политики региона. Средствам массовой информации при этом отводятся роли генератора стратегических идей, а также транслятора готовых к практическому применению теорий, разработанных научно-образовательными учреждениями. Технология реализации СМИ функции целеполагания включает сочетание конкурсных и процедурных механизмов. Конкурсные механизмы призваны способствовать адекватному осознанию проблемной ситуации, а процедурные механизмы (общественные слушания, трехсторонние договоры) предполагают совместную разработку сторонами программных документов, содержащих целевые установки относительно регулирования религиозной ситуации.

Реализации координационной функции СМИ призваны способствовать организационные механизмы социального партнерства. С этой целью возможно как использование действующих ресурсов научных и общественных организаций, так и создание новых ресурсов. В частности, основываясь на практике нормативного оформления и функционирования Общественного совета содействия развитию белгородского областного телевидения, предлагается создание аналогичной структуры (либо независимой общественной организации, либо поддерживаемой органами регионального управления), в функции которой входило бы осуществление мониторинга региональной религиозной ситуации и ее отражения в СМИ. В конечном итоге, такая организация могла бы оказывать влияние на региональную религиозную ситуацию в интересах всего общества. На данном этапе технология позиционирования СМИ включает организационные мероприятия по созданию указанной организации с использованием процедурных механизмов (разработка программных документов, проведение учредительной конференции, организация текущей деятельности и др.). В качестве специфического вида деятельности данной организации предлагается создание корпоративного веб-пространства для взаимодействия журналистов с экспертами в области религиоведения, в частности – создание информационной базы, содержащей данные о потенциальных экспертах.

Реализация идеологической (воспитательной) функции СМИ, пожалуй, в наибольшей мере основывается на принципе полисубъектности позиционирования средств массовой информации в религиозной ситуации. Условием ее осуществления является, прежде всего, стимулирование активной гражданской позиции населения в отношении общественных проблем, касающихся религии и церкви. На данной стадии управленческого цикла технология позиционирования СМИ, основанная на принципах социального партнерства, включает следующие процедуры: идентификацию проблемной ситуации в пространстве межсубъектных отношений; организацию и проведение консультаций, направленных на формирование взаимной заинтересованности субъектов реализации в обществе соответствующей функции (проведение конференций, семинаров, круглых столов, фокус-групп); формирование гражданской позиции населения. Далее предлагается организационное оформление данных процедур в материалах СМИ, в частности, в форме конкретных рубрик и программ.

Условием реализации контрольной функции средств массовой информации является активизация их роли как источника информации о существующих религиозно-общественных проблемах для органов власти и управления. Технология реализации данной функции включает следующие этапы: использование для повышения гражданской активности населения результатов анализа материалов СМИ на основе концепции медиакритики; организация процедур формализованного межличностного взаимодействия субъектов регулирования религиозной ситуации путем открытого диалога. Одним из средств обеспечения относительно равноправного взаимодействия субъектов религиозной ситуации призвано стать повышение удельного веса аналитических публикаций, что предполагает активную роль журналистов в освещении религиозной ситуации, разнообразие характера публикаций и круга авторов. Активизация данной функ-



ции в качестве своего базового элемента предполагает установление постоянно действующих каналов обратной связи «общественность – СМИ».

Использование технологии позиционирования СМИ в религиозной ситуации, основанной на принципах социального партнерства в виде поэтапной реализации определенных комбинаций конкурсных, организационных и процедурных механизмов, позволяет средствами массовой информации достигать баланса в выполнении регулятивных функций и тем самым помогает им эффективно встраиваться в цикл управленческих отношений.

В *заключении* диссертации подведены итоги исследования и сформулированы некоторые практические рекомендации для региональных органов государственной власти, представителей религиозных объединений, журналистов, освещающих религиозную тематику:

- с целью комплексного решения проблем функционирования СМИ в религиозной ситуации целесообразно создать общественный орган, координирующий деятельность субъектов религиозной ситуации в данном направлении;

- для координации деятельности по развитию религиозной журналистики необходимо формирование базы данных об экспертах по вопросам, касающимся религиозной ситуации, что будет способствовать установлению регулярных контактов СМИ с другими субъектами религиозной ситуации;

- для создания координационного центра по развитию религиозной журналистики целесообразно создание на базе одного из региональных СМИ специализированного тематического веб-сайта как светского регионального электронного СМИ, освещающего религиозную проблематику;

- с целью повышения квалификации журналистов и других лиц, вовлеченных в сферу религиозной журналистики, необходимо разработать и разместить на указанном сайте общедоступный тематический дистанционный спецкурс для организации самостоятельной работы в данном направлении.

В *приложении* приведена программа социологического исследования «Функции СМИ в религиозной ситуации в Белгородской области» и результаты эмпирического анализа.

*По теме диссертации опубликованы следующие работы автора:*

1. Скорнякова, Н.С. Диагностика функционирования СМИ в регулировании религиозной ситуации / Н.С. Скорнякова // Вестник Белгородского ун-та потреб. кооп. – 2006. – № 3 (18). (0,5 п.л.).

2. Скорнякова, Н.С. Некоторые аспекты исследования взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с религиозными организациями в России и регионе / Н.С. Скорнякова; под ред. проф. Г.А. Котельникова // Диагностика и прогнозирование социальных процессов: сб. науч. тр. кафедры социологии. – Белгород: БГТУ им. В.Г. Шухова; «Крестьянское дело», 2004.– Вып. 7. (0,3 п.л.).

3. Скорнякова, Н.С. Формы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с религиозными организациями в России и регионе / Н.С. Скорнякова // Государственное управление и местное само-

управление в реформируемом обществе: материалы межвуз. науч.-практ. конф., 27-28 апреля 2004 г. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2004. (0,4 п.л.).

4. Лукьянов, А.А. К социолого-управленческому анализу светско-религиозного взаимодействия в современной России / А.А. Лукьянов, Н.С. Скорнякова // Векторы развития современной России-2004, 16-17 апреля 2004 г.: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. молодых обществоведов. – М.: Моск. высш. шк. социал. и эконом. наук (МВШСЭН), 2004 (0,3/0,15 п.л.).

5. Скорнякова, Н.С. Информационный аспект светско-религиозного взаимодействия в современной России / Н.С. Скорнякова; под ред. д-ра социол. наук, проф. Л.Я. Дятченко, канд. социол. наук, доц. С.Д. Лебедева // Светско-религиозное взаимодействие в изменяющейся России: материалы Всерос. науч. конф. (Белгород, 6-7 окт. 2004 г.). – Белгород: Изд-во БелГУ, 2005. (0,25 п.л.).

6. Лебедев, С.В. Социально-коммуникативный аспект светско-религиозного взаимодействия в современной России / С.Д. Лебедев, Н.С. Скорнякова // Социальная жизнь России: теории и практики: материалы XII Социологических чтений РГСУ, 1-4 февраля 2005 г. – М., 2005. (0,3/0,15 п.л.).

7. Скорнякова, Н.С. Технологии применения СМИ в процессе социального управления / Н.С. Скорнякова // Социальные технологии в современном управлении: сб. науч. тр. кафедры социальных технологий Белгородского гос. ун-та. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2005. – Вып. 1. (0,25 п.л.).

8. Скорнякова, Н.С. Проблема освещения светско-религиозного взаимодействия в региональных средствах массовой информации / Н.С. Скорнякова // Сорокинские чтения 2005 «Будущее России: стратегии развития»: докл. II всерос. науч.-практ. конф. – М.: МГУ, 2005. (0,25 п.л.).

9. Скорнякова, Н.С. Влияние средств массовой информации на отношение к религии молодежи / Н.С. Скорнякова // XIII Междун. конф. студ., асп. и молодых ученых «Ломоносов». – М.: Изд-во МГУ, 2006. – Т. I. (0,25 п.л.).

10. Скорнякова, Н.С. Государственное регулирование религиозной ситуации / Н.С. Скорнякова; под общ. ред. В.М. Ермакова // Актуальные проблемы государственного и муниципального управления: содержание и механизмы трансформации: сб. науч. статей по материалам конференции: в 3 т. – Курск: Изд-во КИГМС, 2006. – Т. III. Система государственного и муниципального управления: современные подходы и институциональные основы. (0,4 п.л.).

11. Скорнякова, Н.С. Проблема освещения светско-религиозного взаимодействия в региональных средствах массовой информации / Н.С. Скорнякова; под ред. проф. Г.А. Котельникова и доц. И.А. Гричаниковой // Диагностика и прогнозирование социальных процессов: сб. науч. тр. кафедры социологии. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова; «Крестьянское дело», 2006. – Вып. 9. (0,3 п.л.).

Подписано в печать 09.11.2006. Формат 60×84/16.  
Гарнитура Times. Усл. п. л. 1,0. Тираж 100 экз. Заказ 272.  
Оригинал-макет подготовлен и тиражирован в издательстве  
Белгородского государственного университета  
308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

