

8. Дифференциация населения по денежным доходам немного усилилась, но малоимущих стало меньше [Электронный ресурс]. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2005/0199/barom04.php> (дата обращения 23.09.2024)
9. Игнатова М.С. Эффективность управления государственным имуществом в России // Вестник ЮУрГУ. Серия «Право». – 2017. – Т. 17. – № 1. – С. 90-95.
10. Объем инвестиций в ГЧП составит 2 трлн рублей в 2024 году // Ведомости. 2024. 5 сентября.
11. Ответ официального представителя МИД России М.В. Захаровой на вопрос СМИ относительно незаконного выставления на торги российской собственности в Латвии. 09.09.2024. [Электронный ресурс]. URL: https://www.mid.ru/ru/foreign_policy/news/1968637/ (дата обращения: 29.10.2024).
12. Проект федерального закона № 311559-3 «Об обращении имущества, находящегося в собственности граждан и юридических лиц, в собственность Российской Федерации (национализации)» [Электронный ресурс]. URL: http://asozd.duma.gov.ru/arhiv/a_dz.nsf/ByID/687BC73C7B792D57432571BB005631FC?OpenDocument; Проект федерального закона «О возмездном изъятии (национализации) имущества социально неэффективных собственников» № 500676–5»).
13. Статья 8 Федерального закона от 9 июля 1999 г. № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации»
14. Экспертное заключение по проекту федерального закона № 388113-7 «Об основах национализации в Российской Федерации» (принято на заседании Совета при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства 23.04.2018 № 175-4/2018) // СИС «Консультант- Плюс».
15. Юрий Скуратов: Тотального пересмотра итогов приватизации не будет. Пока только - точечный возврат собственности // Комсомольская правда. 13 февраля 2024.

УДК 316.74

Солодихина Анастасия Антоновна

студент(ка) 4-го курса направления «Социология»

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича

и Николая Григорьевича Столетовых г. Владимир

E-mail: a.sol2012@inbox.ru

Баранова Лариса Михайловна

кандидат философских наук, доцент

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и

Николая Григорьевича Столетовых г. Владимир

E-mail: baranovalm@yandex.ru

РЕЛИГИЯ И МАСС-МЕДИА: СОВРЕМЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Solodikhina Anastasia Antonovna

4th year student of the direction «Sociology»

Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai

Grigorievich Stoletovs, Vladimir

Baranova Larisa Mikhailovna

Ph.D. of philosophical sciences, associate professor

RELIGION AND MASS MEDIA: MODERN REALITY

Аннотация: В статье раскрывается взаимосвязь религии и современных средств массовой информации. Анализируется сущность и роль института медиасистемы в информационном обществе. Описываются виды религиозных средств массовой коммуникации, их цели и проблематика.

Abstract: The article reveals the relationship between religion and modern mass media. The essence and role of the institution of media system in the information society is analyzed. Types of religious mass communication media, their goals and problematics are described.

Ключевые слова: религия; масс-медиа; общество; религиозная коммуникация; религиозные средства массовой информации.

Keywords: religion; mass media; society; religious communication; religious media.

Как элемент духовной жизни религия представляет собой сложное и многообразное явление. На протяжении тысячелетий она играла значительную роль в жизни людей, поэтому многие мыслители прошлого времени пытались определить это явление, выразить его сущность, в результате чего сложилось большое количество дефиниций данного понятия. Само слово «религия» имеет основу от латинского *religio* и обозначает связь с чем-либо. Социологический подход к изучению религии впервые применили в XIX веке О. Конт, К. Маркс, Э. Дюркгейм, М. Вебер. В частности, в трудах М. Вебера реализован детальный сравнительный анализ различных форм религий; он создал классификацию мировых религий и также выделил специфические социальные институты, в основе которых лежат религиозные отношения.

Как социальный феномен религия имманентна обществу, при этом, в зависимости от социокультурных условий, ее роль трансформируется. Современное информационное общество также объективно обуславливает вовлечение религиозных институтов в социально-политические проблемы общества. Новая информационная среда ставит перед религией новые задачи и открывает возможности. Складывающиеся на основе веры коммуникации являются общественным достоянием, поскольку личная жизнь человека все чаще становится открытой и публичной [1, с. 57], что и транслируют средства массовой информации (масс-медиа).

Под термином «масс-медиа» сегодня подразумевается сложная система распространения информации, как в печатном, так и в электронном виде; он синонимичен термину «средства массовой информации», который ввели в научный оборот в конце XVI - начале XVII веков. Слово «медиа» (*medium*) в переводе с латинского языка обозначает середину, посредничество. Изначально термин «медиа» использовался в XX веке для обозначения массовой культуры. Данная система имеет многоуровневый вид и в научном обиходе носит название «медиасистема» [2, с. 12].

Медиасистема стала совершенно новым источником информации, институтом социализации, в котором сосредоточены важнейшие для индивида процессы: обучение, работа, общение.

Масс-медиа играют огромную роль в формировании и поддержании религиозных отношений в современном обществе. С их помощью люди получают информацию об истории религии, доктринах и событиях, а также могут общаться с представителями религиозных сообществ и получать духовное наставление. Современные технологии позволяют организациям и лидерам религиозных сообществ распространять свое учение с помощью интернета, телевидения, радио, социальных сетей и других медийных платформ. Такое стремление к привлечению новой аудитории является способом миссионерства – распространения вероучения с целью увеличения состава паствы.

В начале 90-х годов прошлого столетия в российском медиапространстве впервые появляются религиозные средства массовой информации. Их появление – пример увеличения роли религии в общественной жизни, так называемый процесс десекуляризации [3, с. 137]. Оформляются новые источники информации, ставящие своей целью просвещение общества в области религиозного познания.

Если говорить о тех «религиоведческих» СМИ, которых отличает стабильность и профессиональный уровень, то в настоящий момент можно выделить следующие:

- «традиционные» печатные СМИ: газета «Церковный вестник», журнал «Альфа и омега»;
- телевизионные каналы: «Союз», «Спас», «Три ангела»;
- новостные интернет-агентства: «Интерфакс-Религия», «Агентство религиозной информации «Благовест-инфо»;
- сообщества в социальных сетях;
- интернет-ресурсы: сайты «Справочно-информационный портал «Религия и средства массовой информации», «Портал Credo.Press», «Православие.Ru», портал «Азбука веры». К данному виду также относятся сайты традиционных российских конфессий: «Официальный сайт Русской Православной Церкви», «Мусульмане России» и другие [3, с. 139].

В целом можно сказать, что религиозные СМИ в России делятся на два основных вида: собственно религиозные, ставящие своей целью просветительство в области той конфессии, к которой они фактически принадлежат, и светские. Последние также имеют два направления: одни формируют аналитику актуальных общественных событий, опираясь на современную модель взаимоотношений институтов церкви и государства, где особое место занимает РПЦ. Другие же представители светских религиозных СМИ стараются распространять идею равенства всех конфессий, представители которых проживают в российском государстве.

Значимой проблемой религиозных СМИ является неподготовленность аудитории, основная часть которой имеет лишь общие представления о той или иной религии. А масс-медиа продолжают развивать эти представления, не раскрывая суть важных для восприятия узкоспециализированных терминов и основ вероучения. Вследствие чего, аудитория трактует информацию из данных источников как единственно верную истину, что в дальнейшем может исказить представления о какой-либо религии, толерантность может переродиться в конфликтность, и даже в ксенофобию.

Современные масс-медиа занимают значительное место в системе религиозной социальной коммуникации. Средства массовой информации являются главным

регулятором общественного мнения по разным актуальным вопросам, в том числе по вопросам религии и религиозных сообществ. Они могут служить как источником информации и просвещения, так и источником манипуляции и пропаганды. Поэтому важным остается анализ сущности религиозных средств массовой информации и их трансформации в условиях современного информационного общества.

Список литературы

1. Петрушкевич М.С. Религиозная коммуникация и гегемония масс-медиа // *Studia Humanitatis*. – 2015. – №4. – С. 56-68.
2. Религия и медиа: «новая нормальность»: Тезисы докладов Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием (Москва, 9-10 декабря 2021 г.) / Сост. М. В. Шилкина. – М., 2021. – 144 с.
3. Симонов И.В. Российские религиозные СМИ и российские СМИ о религии: аналитический обзор // *Гуманитарный научный вестник*. – 2021. – №11. – С. 136-144.

УДК 331.347

Солоухина Светлана Вячеславовна
старший преподаватель

*кафедры гражданско-правовых дисциплин юридического факультета
Владимирский юридический институт ФСИН России, г. Владимир*

E-mail: soloukhina_sv@33.fsin.gov.ru

Зыкин Иван Сергеевич
курсант 4-го курса

Владимирский юридический институт ФСИН России, г. Владимир

ТОРГОВЫЙ ДОМ ФСИН РОССИИ КАК СУБЪЕКТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ТОВАРООБОРОТА

Soloukhina Svetlana Vyacheslavovna

*senior lecturer of the Department of Civil Law Disciplines of the Faculty of Law,
Vladimir Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia, Vladimir*

Zykin Ivan Sergeevich
cadet 4nd Course

Vladimir Law Institute of the Federal Penitentiary Service of Russia, Vladimir

TRADING HOUSE OF THE FEDERAL PENITENTIARY SERVICE OF RUSSIA AS A SUBJECT ECONOMIC TURNOVER

Аннотация. В статье рассматривается такая организационно-правовая форма юридического лица, как Торговый дом, которая дает возможность привлечь в одно предприятие капиталы большинства предприятий, даже тех, которые самостоятельно не могут в силу различных причин заниматься деятельностью в сфере предпринимательских отношений. Помимо этого, анализируется ограничение ответственности размером внесенного вклада вместе с высоким уровнем диверсификации, что позволяет вкладывать средства в довольно перспективные, но и рискованные проекты, значительно ускоряя внедрение достижений прогресса науки и