

стороны, – респонденты считают, что семья подразумевает наличие детей. «Полноценная семья – это семья, в которой царит любовь, взаимопонимание и уважение. Дело в том, что ребенок «увеличивает» в семье и любовь и взаимопонимание»; «Они – мера крепости и духа семьи», – такие суждения высказали ряд респондентов молодого возраста.

Таким образом, социокультурные барьеры вызваны различиями в системах норм и ценностей, уровнем культурного развития, традициях, условиях работы, отдыха и т. д. Очевидно, что чем старше представители поколений, тем более устойчивы их представления о прошлом. Поэтому требуется новый подход и в общественном дискурсе относительно поколений, в особенности старших. В общественном мнении необходимо формировать уважительное отношение к особенностям представителей разных социальных групп и возрастов, высказывать адекватное восприятие разнородности общества.

Библиографические ссылки

1. *Шепель В. М.* Настольная книга бизнесмена и менеджера: Управленческая гуманитарология. М.: 1992.
2. *Калачёва И. И., Гулюк М. А.* Теория коммуникативистики – Theory of Contemporary Communication studies: учебное пособие. Минск: РИВШ, 2021. С. 19–27.
3. *Коршунов Г. П.* Проблема исторической памяти на цифровом изломе эпох / Историческая память о Беларуси как фактор консолидации общества: материалы Междунар. науч.-практ. конф., г. Минск, 26–27 сентября 2019 г. / ред. кол.: Г. П. Коршунов (гл.ред.) [и др.]; НАН Беларуси, Ин-т социологии НАН Беларуси. Минск: Сугарт, 2019. С. 5–8.
4. *Денисова Н. Ф., Бровчук Н. М.* Историческая память белорусов: социологический анализ / Весці Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя гуманітарных навук. 2018. Т. 63. № 1. С. 21–32.
5. *Howe N., Strauss W.* Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company, 1991.

УДК 261

ПОЗДРАВЛЕНИЕ С РЕЛИГИОЗНЫМ ПРАЗДНИКОМ КАК ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННО-КОНФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ СЕВЕРО-ЗАПАДА

В. Д. Коваленко

Северо-Западный Институт Управления
Российской Академии Народного Хозяйства,
Средний проспект В.О., 57, 199178, Санкт-Петербург, Россия
kovalenko-vd@ranepa.ru

Статья базируется на проекте «Государство и религия на Северо-Западе: социологический анализ», проведенном на базе СЗИУ РАНХиГС. В статье подробно разбирается тема современного изменения коммуникации в сети в ракурсе государственно-религиозных отношений. В статье приводится краткий обзор современных концепций медиатизации религий, а промежуточным выводом концептуальной части является тезис о первостепенной роли медиа процессе религиозной социализации и получения информации о религии среди населения. Эмпирическая часть исследования строится на изучении сетевой коммуникативной практики закрепления поздравлений с религиозными праздниками в медиа органов власти. Эмпирическая часть предполагала выделение основных смысловых единиц, единиц анализа и единиц счёта и проведение основного контент-анализа. На основе концептуальной и эмпирической части делается обширный вывод о трансформации существующей модели государственно-конфессиональных отношений в России, однако, не в своей сути, а в форме.

Ключевые слова: медиатизация религия; государственно-конфессиональная коммуникация; межконфессиональный диалог; цифровая коммуникация.

CONGRATULATIONS ON RELIGIOUS HOLIDAY AS A FORM OF STATE CONFESSIONAL COMMUNICATION IN THE NETWORK: NORTH-WEST RESEARCH EXPERIENCE

V. D. Kovalenko

North-West Institute of Management,
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Sredny Prospect 57/43, 199178, St. Petersburg, Russian Federation
kovalenko-vd@ranepa.ru

The article is based on results of the project "State and Religion in the North-West: a sociological analysis". The article deals in detail with the topic of modern changes in communication in the network from the perspective of state-religious relations. The article provides a brief overview of modern concepts of the mediatization of religions, and the intermediate conclusion of the conceptual part is the thesis about the primary role of the media in the process of religious socialization and obtaining information about religion among the population. The empirical part of the study is based on the network communication practice of fixing congratulations on religious holidays in the media of government bodies. The empirical part involved the identification of the main semantic units, units of analysis and units of account, and the main content analysis. On the basis of the conceptual and empirical part, an extensive conclusion is made about the transformation of the existing model of state-confessional relations in Russia, however, not in its essence, but in its form.

Keywords: mediatization religion; state-confessional communication; interfaith dialogue; digital communication.

Область взаимодействия государства и религиозных организаций выступает крайне важной сферой в современной науке, что особенно актуализируется в России, где религиозный фундамент, ввиду

динамичного опыта предыдущих лет СССР, неоднозначен. В современном научной полемике систему государственно-конфессиональных отношений традиционно воспринимают через призму понимания разветвленной системы коммуникации, в чьем основании лежит законодательно закрепленное представление о месте религии и религиозных объединений в жизни общества [1, с. 101].

Однако использование исключительно подобного понимание чревато сведением вопроса к нормативной плоскости, мы же фиксируем фокус на аспекте коммуникации в сети Интернет. В обществоведческом дискурсе совокупность явлений взаимоотношений религии и цифровых технологий называется термином «медиатизация религии». Несмотря на размытие классической религиозности, тема религии является одной из первостепенных тем в человеческом мировоззрении, а закрепление и распространение новых форм и методов коммуникации делает религиозную компоненту неотъемлемой частью повседневной жизни людей.

Наличие сети интернет и новых медиа проецируют изменение роли и формы религии, делая медиа-образы религии важнее и влиятельнее их оригиналов. С. Хьярварда в своей обширной теории медиа постулирует, что новые способы коммуникации кардинально изменяют логику функционирования религиозных институтов и меняют общественные представления о религии как таковой [2].

Само же медиа-поле выступает в большей мере пространством публичным, что акцентирует непубличные ранее политические явления, например, поздравления от официальных лиц по тем или иным поводам. Это происходит из-за того, что основным вопросом для политических акторов и государства выступает вопрос власти как процесса концентрации силовых и унификации символических ресурсов, в том числе, и в ракурсе символической монополии как способности отправлять саму власть не только через внешнее принуждение и репрессии, а через способность совместного мышления и коллективного действия.

Такой фокус исключительно важен при сравнительном исследовании регионов современной России, которые являются колоссальной структурой коммуникации и согласования интересов различных общественных групп, в деятельности которых религия играет важную роль. Главной компонентой коллективного действия выступает символ, и, производный от него, миф, который, в свою очередь, институционализирует отношения в обществе. Одной из форм воспроизводства мифа выступает праздник как в религиозной, так и в политической сфере, поэтому именно связанный с этой сферой акт

поздравления является наиболее популярной и распространенной формой закрепления подобных символов, в социально-политическом измерении поздравление с праздником от органов власти выступает формой легитимации. Рассмотрение такой проблематики возможно также и через ракурс концепции «Повестки дня», разработанной М. Маккомбсом и Д. Шоу, которая гласит, что темы, наиболее часто повторяющиеся в mass-media, воспринимаются населением как наиболее значимые [3].

Данная работа строится на основе исследовательского проекта «Государство и религия на Северо-Западе: социологический анализ», проведенный в 2020 году на базе СЗИУ РАНХиГС и предполагающий междисциплинарное исследование. В части исследования медиа нами была предпринята попытка анализа и изучения государственно-конфессиональных отношений в Северо-Западном Федеральном Округе через призму закрепления тех или иных религиозных праздников в медиа органов власти каждого изучаемого субъекта.

Объектом исследования являлись публикации в отобранных СМИ и медиа в период с 01.09.2019. по 01.09.2020 в пяти субъектах – Санкт-Петербург, Псковская, Новгородская, Архангельская, Ленинградская области, так как именно данный период обладает событийной полнотой, включающей основные религиозные праздники, и, способной предоставить нам характеристику религиозной ситуации как до коронавирусной пандемии, во время и после нее.

Нас интересовало количество поздравлений и упоминаний о тех или иных религиозных праздниках или событиях в медиа органов власти субъектов Федерации. Исследование проводилось методом качественного контент-анализа и обрабатывалось вручную. Единицей анализа выступил материалы в медиа самых крупных публичных органов власти, посвященные поздравлению с религиозным праздником.

В исследовании применялось только манифестное кодирование, ввиду невозможности применения латентного кодирования к поздравлениям обеих категорий, так, поздравления не имеют достаточной базы для латентного кодирования.

Выделение тематических блоков проходило в один этап, на нем происходило заполнение таблиц с указанием уровня властного органа, наличия поздравлений, канала поздравления, формы поздравления.

Основная гипотеза исследования была следующей: в медиа органов власти субъектов СЗФО позиционируются и закрепляются праздники самых крупных религиозных групп в регионах.

Из результатов анализа совокупных данных следует, что только в медиа трех из пяти исследуемых регионов присутствуют поздравления

нескольким конфессиям, лидером по разнообразию поздравлений выступил Санкт-Петербург, в большинстве регионов присутствовали поздравления православных, что связано с ориентацией органов власти на самую большую часть верующих и со спецификой модели государственно-конфессиональных отношений в России.

В персонифицированных медиа Губернаторов регионов присутствуют поздравления с двумя самыми важными православными праздниками, а именно, Рождеством Христовым и Пасхой, вторым по популярности упоминания и поздравления стал праздник Крещения. Такая популярность отдельного двенадцатого праздника связана с укорененной среди населения традицией купания в прорубях, а также с большой популярностью этой достаточно опасной практики среди населения. Из поздравлений неправославным конфессиям в данных медиа присутствовали поздравления мусульманам с праздниками Ураза-Байрам в Санкт-Петербурге, что связано с весьма большой общиной мусульман в городе, а также с праздником Курбан-Байрам, что связано с обширной медиа-политикой губернатора Псковской области.

Наиболее популярным каналом поздравления выбраны социальные сети, что также объясняется их большей популярностью. Однако, стоит отметить, что большая часть медиа сегмента в данном ракурсе принадлежит исполнительной власти, и, ее лидерам – губернаторам. Органы законодательной власти почти не представлены поздравлениями в большинстве регионов, а ее лидеры (главы законодательных собраний или дум) не обладают персонифицируемыми медиа.

Наличие персонифицированного адресата не является распространенной практикой и выступает скорее исключением, ввиду того, что праздники носят широкий характер, связанный с охватом больших слоев населения.

Библиографические ссылки

1. *Шестопалов М. А.* К вопросу о моделях государственно-церковных отношений // Вестник московского городского педагогического университета. Серия: Юридические науки. 2015. №2 (18). С. 101–105.
2. *Hjarvard S.* The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29. Iss. 2. P. 105–134.
3. *McCombs M. E., Shaw D. L.* The Evolution of Agenda-Setting Research // Journal of Communication. V 43. No 2. P. 58–67.