К. Р. Нигматуллина

Санкт-Петербургский государственный университет

ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ МЕДИЙНЫХ ПРОЕКЦИЙ ИНСТИТУТОВ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Функционирование общественных институтов в условиях медиатизации всех социальных процессов представляет собой новое поле исследования в сфере журналистики и массовых коммуникаций. Преломление социального функционирования таких институтов в журналистике и автономизация медийного образа в общественном сознании определяется как медийная проекция. Сосуществование двух образов одного и того же института – в социальном пространстве и в публичном медийном – порождает новый формат восприятия общественных процессов людьми. Изучение этого феномена меняет представления о характере обратной связи между обществом и его институтами в публичном пространстве. В качестве основного инструмента, позволяющего вскрыть суть феномена медийной проекции, группой исследователей предложен ценностный анализ медиа (В. А. Сидоров, К. Р. Нигматуллина, О. В. Корженева, Н. Л. Иванов). Поиск ценностных оснований общественных процессов выводит анализ медиасферы на новый теоретический уровень осмысления.

В российской медиасфере особым институтом, получившим медийную проекцию, становится церковь. Она встроена в более широкий тип дискурса – религиозный. По многим аспектам между религиозным и церковным дискурсами возникает конфликт, который может приобретать три степени окраски – политический, культурный и непосредственно религиозный. Конфликтная составляющая дискурса является потенциалом для развития общественных институтов и активизации социальных процессов.

Анализ российских медиа показал мозаичность и фрагментарность медийной проекции РПЦ в СМИ. Фактически это ситуация постсекулярности. Ее изучение в современной публичной сфере является приоритетной для исследователей медиа и массовых коммуникаций, поскольку такая ситуация оказывается принципиально новой для коммуникации религиозной.