

На правах рукописи



Аглей Елена Андреевна

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА РЕЛИГИИ
НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Казань
2019

Работа выполнена на кафедре телепроизводства и цифровых коммуникаций
Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций
Института социально-философских наук и массовых коммуникаций
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор
кафедры телепроизводства и цифровых
коммуникаций ФГАОУ ВО «Казанский
(Приволжский) федеральный университет»
Даутова Резида Вагизовна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
кафедры журналистики ФГБОУ ВО
«Удмуртский государственный университет»
Вахрушев Александр Алексеевич

доктор исторических наук, профессор
кафедры истории и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «Казанский национальный
исследовательский технический университет
им. А.Н. Туполева-КАИ»
Давыдов Денис Владимирович

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Чувашский государственный
университет имени И.Н. Ульянова»

Защита диссертации состоится «27» июня 2019 года в 14.00 на заседании
диссертационного совета Д 212.081.14 при ФГАОУ ВО «Казанский
(Приволжский) федеральный университет» по адресу: 420021, Республика
Татарстан, ул. Татарстан, д. 2, ауд. 207.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени
Н.И. Лобачевского ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный
университет» (г. Казань, ул. Кремлевская, д. 35). Электронная версия
автореферата размещена на официальном сайте «Казанского (Приволжского)
федерального университета» (<http://kpfu.ru/>) и на официальном сайте Высшей
аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ.

Автореферат разослан «__» _____ 2019 года.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор филологических наук, профессор



Л.Ф. Хабибуллина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования.

В современном мире, где с каждым годом увеличивается количество информационных платформ, телевидение продолжает играть большую роль в жизни российского общества и сохраняет самые массовые и доступные позиции как источник получения информации. По последним исследованиям Фонда «Общественное мнение», в 2017 году 78 % респондентов заявили о том, что телевидение действительно является основным источником информации.¹ В то же время, 50 % респондентов ответили, что доверяют информации, которую получают с экранов, в то время как новостным интернет-сайтам доверяют лишь 18 % опрошенных² - данный факт является доказательством того, что телевидение не может не оказывать влияния на население, формирует общественное мнение и образы действительности.

Специфика телевидения позволяет показывать зрителю то, что уже произошло, а также то, что происходит в стране и в мире. В связи с чем мы можем говорить о некоей «вторичности» телевизионного продукта относительно личного присутствия объекта (презентации)³, поэтому в настоящем исследовании автором в дальнейшем будет использоваться понятие «репрезентация», под которой подразумевается создание образа какого-то явления, дающее определенное представление об объекте, представление объекта, но не прямое, а опосредованное, то есть посредством каких-либо идей, картин, литературных и языковых формул. В «Словаре-справочнике лингвистических терминов» определение репрезентации звучит как «(франц. *representation* — воспроизведение, показ) представление языковых фактов в условиях наибольшей убедительности».⁴ В случае настоящего исследования

¹ Источники информации: мониторинг «Какими источниками информации люди пользуются, и каким – доверяют?» [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13323>.

² Там же.

³ Ким И.В. Модели репрезентации и проблемы социальных симулякров // Известия Уральского Федерального университета. Серия 3. Общественные науки. – Т.2, №2. – 2007. – С.30-34.

⁴ Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. - Москва, 1976 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.textologia.ru/slovari/lingvisticheskie-terminy/reprezentaciya/?q=486&n=1545>.

телевизионный текст выступает как языковой факт, это тип медиатекста по каналу распространения, характеризующийся высокой степенью воздействия на зрителя, необратимостью, быстротой и несколькими каналами передачи информации (текст, музыка, движущиеся образы), а условия наибольшей убедительности обеспечивает аудиовизуальная природа телевидения, что влечет за собой большую ответственность тележурналистов и всех тех, кто причастен к эфирному времени.

Общемировые и локальные проблемы, с которыми столкнулись люди в XXI веке, – терроризм, кризис мигрантов в Европе, религиозная и национальная нетерпимость, «украинский вопрос» и многие другие – все это приобретает новое звучание в контексте телевизионной реальности, где тесно переплетаются религиозная тематика и политика, социальные проблемы и экономические, военные действия и национальные вопросы, происходит пересечение различных векторов, что заставляет быть зрителя особенно внимательным. Информация становится доступной, а, следовательно, получатель должен быть готов к ней не только морально, но и интеллектуально: необходимо уметь анализировать, сопоставлять и делать выводы, избегая стереотипизации, в то же время формирование образа неизбежно происходит.

Мы можем сделать предположение, что сила воздействия телевидения и религии в современном обществе имеет сходный характер, что обуславливается идентичным набором их базовых функций.⁵ Культурно-просветительская функция телевидения и культурно-ретранслирующая функция религии, интегрирующе-дезинтегрирующая функция религии и интегративная функция телевидения, социально-педагогическая функция (или управленческая функция) телевидения объединяют под собой и легитимирующе-разлегитимирующую, и регулятивную, и компенсаторную, коммуникативную функции религии. Рекреативная функция телевидения, являясь спасением от одиночества,

⁵ См. Аглей Е.А. Телевидение и религия: черты сходства функций в обществе // Материалы Всероссийской научно-практической конференции 22–23 октября 2015 г. / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. – С. 21-26.

выступает мнимой возможностью общения с миром, а разговоры зрителя с телевизором (реальные или мысленные) стали чем-то похожи на медитацию или исповедь, а ожидание тех или иных программ и передач – сродни интересу к регулярным проповедям. Специфическое общение зрителя с телевизором (реальное или мысленное) стало чем-то похожим на медитацию или исповедь, а ожидание тех или иных программ и передач – сродни интересу к регулярным проповедям.

Религия, являясь и элементом духовной сферы, и социальным институтом, прежде всего определяется через веру, которую сами последователи не всегда в силах объяснить (вера ли это в культ какой-то определенной религии или же в некоего универсального Бога, Абсолюта или иные высшие силы).⁶ Телевидение как средство массовой информации в силу своей природной специфики не только доступно огромному количеству людей, но и имеет большую силу эмоционального воздействия, особенно на представителей невысоких интеллектуальных способностей, чей порог критичности ниже среднего.⁷ Экспериментально доказанная в XX веке склонность человека к конформизму⁸ также объясняет высокую степень подверженности не только религиозной, но и телевизионной вере.

Специфика освещения религиозной тематики на телевидении нашла отражение и в нормативных документах различных уровней. Прежде всего акцентирует наше внимание на актуальности исследуемой проблемы принятие федерального закона «О внесении изменений в статью 148 Уголовного кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях противодействия оскорблению религиозных убеждений и чувств граждан» от 29 июня 2013 года, где конкретизируется наказание в размере штрафа или лишения свободы за публичные действия, направленные на

⁶ Гинзбург В. Религия и Науки. Разум и вера // Наука и жизнь [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/7709/>.

⁷ Официальный сайт радиостанции «Эхо Москвы» // Интервью с Н. Кудряшовым и Ю. Вяземским. [Электронный ресурс]. URL: <https://echo.msk.ru/programs/tv/32726/>.

⁸ См. Comstock G. A., Scharrer E. Asch // *The Psychology of Media and Politics*. — Academic Press, 2005. — P. 46—49; Sherif M. *The Robbers Cave Experiment: Intergroup Conflict and Cooperation*. [Orig. pub. as *Intergroup Conflict and Group Relations*]; Milgram S. *Obedience to Authority: An Experimental View*, 1974.

оскорбление чувств верующих. Так как телевизионная сфера напрямую связана с охватом широких слоев населения, характеризуется массовостью и публичностью, на нее этот закон также распространяется.

Недавнее нашумевшее дело о блогере (который в рамках нового законодательства при определенных условиях приравнивается к средствам массовой информации) из Кировской области, которого оштрафовали за размещение в Интернете видеозаписей и графических изображений, «направленных на возбуждение ненависти в отношении группы лиц по признаку их отношения к религии»;⁹ запрет развлекательным телеканалом «2*2» показа серии знаменитого мультсериала «Симпсоны»¹⁰, где главный герой ловит покемонов в разных местах (в том числе и в церкви), обусловленный просьбами Русской Православной церкви, террористические акты в культовых сооружениях – это далеко не полный перечень новостей за последние несколько лет, когда в средствах массовой информации большой общественный резонанс вызывали именно темы, связанные с религией.

Актуальность исследуемой проблемы также определяется тем, что в разные годы в высших учебных заведениях страны были и есть наборы в магистратуру по следующим профилям: «Этноконфессиональные отношения в медиасфере» (Казанский Федеральный университет), «Церковь, общество и государство. Правовое регулирование деятельности религиозных объединений» (Высшая школа экономики). Также реализуется преподавание дисциплин «Религия и СМИ» или «СМИ и религия» в нескольких университетах. Важно отметить, что в большинстве случаев подготовка специалистов проводится в рамках взаимодействия религии и средств массовой информации в целом, а телевидение, все же, имеет некоторую специфику.

⁹ В Кировской области вынесен приговор по ст. 282 УК в отношении местного блоггера [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sova-center.ru/religion/news/extremism/counter-extremism/2017/06/d37286/>.

¹⁰ После возмущения православных священнослужителей телеканал «2x2» отказался от показа эпизода «Симпсонов», в котором герой ловит покемонов в храме [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sova-center.ru/religion/news/authorities/feelings/2017/05/d36969/>.

Степень разработанности научной проблемы.

Изучением особенностей развития и функционирования телевидения занимаются не только практики-тележурналисты, но и представители фундаментального научного сообщества (филологические, социологические, философские, психологические и другие исследования). Тема настоящего исследования, в свою очередь, также подразумевает использование методологии и понятийно-категориального аппарата не только филологии, но и религиоведения, теологии и философии.

Изучением телевизионного текста в контексте филологических исследований занимались О.А. Лаптева и С.В. Светлана, их работы посвящены телеречи в целом, без учета тематической и жанровой специфики. Аспекты изучения телевизионного текста можно встретить и в работах, посвященных медиатексту. Вопросами когнитивной лингвистики в медиатексте занималась Добросклонская Т.Г., медиатекст как объект лингвистических исследований рассматривала Мельник Г.С.¹¹ Вопросы комплексного изучения и конкретизации понятия медиатекста рассматривали в своих работах: Мисонжников Б.Я., Казак М.Ю., Кузнецова А.В., Дзялошинский И.М., Пильгун М.А.¹² В контексте литературоведения к понятию «образ» обращались: Ефимов А.И., Палиевский В.П., Храпченко М.Б., Тимофеев Л.И., Потеня А.А., Винокур Г.О., Волков И.Ф.,¹³ а также рассматривали это понятие в

¹¹ См. Лаптева О.А. Общелитературные и специфические элементы при определении статуса устной публичной литературной речи // Структура лингвостилистики и её основные категории. — Пермь, 1983; Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана - Сегед, 1990; Светлана С.В. Телевизионная речь - М.: Изд-во МГУ, 1976. — 152 с.; Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь: учеб. пособие. - М., 2008; Мельник Г.С. Медиатекст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. 2012. №1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatekst-kak-obekt-lingvisticheskikh-issledovaniy>.

¹² См. Мисонжников Б.Я. Публицистический медиатекст: поликодовые аспекты как предмет герменевтики // Вестник Тверск. гос. ун-та. Сер. Филология. 2013. № 4. Вып. 1; Казак М.Ю. Специфика современного медиатекста // Современный дискурс-анализ [Электронный ресурс]. URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st42.shtml>; Кузнецова А.В. К определению понятия медиатекста // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2010. №5 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-ponyatiya-mediateksta>; Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Медиатекст: особенности создания и функционирования. - М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011.

¹³ См. Ефимов А.И. Стилистика художественной речи. М., 1959; Палиевский В.П. Литература и теория. - М., 1979; Храпченко М.Б. Горизонты художественного образа. - М., 1982; Тимофеев Л.И. Основы теории литературы. - М., 1976; Потеня А.А. Эстетика и поэтика. - М., 1976; Винокур Г.О. Филологические исследования. - М., 1990; Волков И.Ф. Теория литературы. - М., 1995.

междисциплинарном ракурсе: Лосев А.Ф. (связь образа с мифом), Чичерин А.В. (образ и художественная речь), Лотман Ю.М. (знаковость образа) и другие.¹⁴

В диссертации также предпринята попытка дать новое понятие «телевизионный образ религии». Изучение телевизионного образа нашло свое отражение в трудах Кантемирова И.А., Карагановой Ж.В., Араповой Э.И., Белоусовой Ю.В., Аронсона О.В., Хлызовой А.А., Шангина Н.В., Масловского М.В., Вартазаряна С.Р., Фрольцовой Н.Т., Арутюновой Н.В.¹⁵ Также при разработке понятия, в силу его междисциплинарности, автор обращался к развитию понятия «образ» в трудах Платона, Аристотеля, Августина Блаженного, Тиллиха П., Ясперса К., Тойнби А.¹⁶

К специфике отражения чувств верующих в медиатексте и подходам к освещению религиозной тематики в СМИ в своих исследованиях обращались: Шайхитдинова С.К., Шайхитдинов Т.В., Жириков А.А., Вартанова Е.Л., Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Гутова М.И., Иваницкий В.Л., Егорова Л.Г., Имамбаева А.М., эти аспекты рассматриваются и в коллективной монографии «Религия в информационном поле российских СМИ», а также в книге

¹⁴ См. Лосев А.Ф. Диалектика мифа. – М.: Академический Проект, 2008. – 304 с.; Чичерин А.В. Ритм образа. – М., 1973; Лотман Ю.М. Структура художественного текста. Анализ поэтического текста. – СПб.: Азбука, 2018. – 704 с.

¹⁵ См. Кантемиров И.А. Особенности создания аудиовизуального образа в телевизионном произведении. Дисс. канд. филол. наук. – М., 2006. – 163 с.; Караганова Ж.В. Экранный образ телевизионного журналиста. Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/ekrannyu-obraz-televizionnogo-zhurnalista>; Арапова Э.И. Специфика телевизионного образа, постановка проблемы // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2012. №1. – С.142-145; Белоусова Ю.В. Репрезентация образа религии в древних культурах // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. №12-1 (86) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/representatsiya-obraza-religii-v-drevnih-kulturah>; Аронсон О.В. Телевизионный образ, или Подражание Адаму [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/art14-pr.html>; Хлызова А.А. Смысловые сходства и различия понятий «аудиовизуальный образ», «экранный образ», «телевизионный образ» и «художественный образ» в контексте их использования в теории и практике телевидения [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20928908>; Шангин Н.В., Масловский Н.В. Новые религиозные движения современной России в телевизионных СМИ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9030>; Вартазарян С.Р. От знака к образу. АН АрмССР, Ин-т философии и права. – Ереван: Изд-во АН АрмССР, 1973; Фрольцова Н.Т. Телевидение: хроника, документ, образ. – Минск: Наука и техника, 1977; Арутюнова Н.В. Образ реальности на телеэкране и избирательный процесс: опыт политического анализа. – Москва: Социум, 2003.

¹⁶ См. Платон. Государство. Книга VII [Электронный ресурс]. URL: <http://psylib.org.ua/books/plato01/26gos07.htm>; Орлов Е.В. Аналитика Аристотеля / ΣΧΟΛΗ // Философское антиковедение и классическая традиция. Том 2. Выпуск 1. 2008; Августин блаж. Исповедь. Книга 8 // Христианская психология и антропология [Электронный ресурс]. URL: http://www.xpa-spb.ru/libr/_Avgustin/ispoved-08.html; Тиллих П. Диалектическая теология / Путь (перевод С. Лорие). — 1925; Ясперс К. Философская вера // Психотерапия и философия [Электронный ресурс]. URL: <http://elena.romek.ru/learning/jasp03.htm>; Ясперс К. Философская вера // Психотерапия и философия [Электронный ресурс]. URL: <http://elena.romek.ru/learning/jasp03.htm>; Теория локальных цивилизаций А. Тойнби [Электронный ресурс]. URL: <http://www.countries.ru/library/culturologists/toinbitlc.htm>.

Щипкова А.Ф., где содержатся тематические беседы с популярными тележурналистами и телевизионными деятелями.¹⁷

События религиозной жизни ежедневно получают новое освещение, из-за чего академическое направление, требующее комплексного длительного исследования, становится бессильным. Место религиозной тематики на телевидении и в средствах массовой информации в целом, тенденции ее развития и проблемы в большей степени отражены в работах журналистов-практиков: Пудовой Т., Легойды В., Лошака В., Архангельского А. и других, являясь реакцией на уже освещенные события.¹⁸

Важное значение для исследуемой темы играет изучение истории развития освещения религиозной тематики в средствах массовой информации, что мы видим в трудах Сосковец Л.И., Горбатов А.В., Дзялошинского И.М., Апанасенка Е.С., Масловой И.И.¹⁹

¹⁷ Шайхитдинова С.К. Чувства верующих в медиасфере // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Сб. материалов Двенадцатой Международной научно-практической конференции 15-17 октября 2015 года / под ред. Р.П. Баканова. – Казань: Казан. ун-т.; «Мы» и «они» как предмет медиаэтики // Век информации. Материалы междунар. конф., 2016; Шайхитдинов Т.В. Этика освещения темы религии в СМИ /Сборник материалов международной научно-практической конференции. - М., МедиаМир; фак-т жур-ки МГУ им. М.В.Ломоносова, 2017. - С. 52-53; Шайхитдинов Т.В. Сфера риска в освещении темы религии // Вестник экономики, права и социологии. 2016. №1. - С.314-316; Жириков А.А. Новые подходы периодической печати к атеизму и религии. Дис. канд. ист. наук. - М., 1990; Вартанова Е.Л., Алексеева М.И., Болотова Л.Д. Средства массовой информации России. - М: Аспект-Пресс, 2006. – 380 стр., Вартанова Е.Л., Гутова М.И., Иваницкий В.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. - М.: Аспект-Пресс, 2006; Егорова Л.Г. Репрезентация религиозных конфессий и межконфессиональных отношений в региональных печатных СМИ // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2010. №5. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reprezentatsiya-religioznyh-konfessiy-i-mezhkonfessionalnyh-otnosheniy-v-regionalnyh-pechatnyh-smi>; Имамбаева А.М. Оскорбление чувств верующих в публикациях СМИ // Огарёв-Online. 2017. №6 (95). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/oskorblenie-chuvstv-veruyuschih-v-publikatsiyah-smi>; Религия в информационном поле российских СМИ. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики, МЕДИАСОЮЗ, Гильдия религиозной журналистики. – М.: ПРОБЕЛ-2000, 2003; Щипков А.Ф. Религия в современной информационной политике [Электронный ресурс]. URL: http://www.religare.ru/25_4.html.

¹⁸ См. Пудова Т.А. Роль независимых СМИ в защите прав религиозных меньшинств [Электронный ресурс]. URL: <http://baznica.info/article/doklad-rol-nezavisimyx-smi-v-zashchite-pr/#sthash.RMXbyvN4.dpuf>; Легойда В. Религиозный дискурс в современных СМИ: можно ли говорить о христианстве в эпоху секуляризма [Электронный ресурс]. URL: http://tserkov-mo.narod.ru/docs/Legoйда-religia_i_SMI-2.htm; Главный редактор «Огонька» Виктор Лошак о подходах к освещению религиозной жизни в светском издании [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sova-center.ru/religion/discussions/society/2003/11/d1375/>; Архангельский А. Религия находится в гетто Религия находится в ГЕТТО [Электронный ресурс]. URL: http://www.religare.ru/2_6461.html.

¹⁹ См. Сосковец Л.И. Антирелигиозные практики советского государства: цели, структура, этапы, средства. Тамбов: Грамота. 2013; Горбатов А.В. Пропаганда и СМИ в период хрущевской антирелигиозной кампании (1954 - 1964 гг.) // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. № 3(59); Дзялошинский И.М. Пропаганда и информация: материалы к обсуждению проблемы // Формула общественного доверия: информация+пропаганда? Специальный выпуск бюллетеня «Право знать: история, теория, практика». - М.: 2004; Апанасенко Е.С. Атеизм vs вера: влияние антирелигиозной пропаганды на горожан центральной России в 1920-е - 1980-е гг.// Провинциальные научные записки. 2015. № 1. С. 82-89; Маслова И. И. Пресса как фактор государственно-конфессиональной политики (1960-1980-е гг.) // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. 2012. № 27. С. 815-820.

О роли религиозной веры в общественном сознании, десекуляризации и культурно-философских и правовых аспектах отражения религиозной тематики в СМИ в разные годы писали: Насртдинова В.М., Барабаш Н.А., Сапунов Б.М., Азарян С.Г., Владимирова М.Б., Муратов С.А., Бергер П., Ховер С. Место религии в СМИ с позиций религиоведения и соотношения религии и права рассматривается в трудах Пчелинцева А.В., Григоряна М., Долгова К.М. Отражение религиозных ценностей на телевидении изучали Сапунов Б.М. и Привалова Н.К.²⁰

Существует также немало диссертационных исследований последних десятилетий, авторы которых обращаются к проблемам отражения религиозной тематики в средствах массовой информации. Хотелось бы отметить таких авторов как: Скорнякова Н.С., Шайхитдинов Т.В., Таранюк Ж.П., Родыгина С.Н., Алексеенко А.И., Лученко К.В., Строкова Ю.А., обширная сфера научных интересов которых (филология, социология, политология, философия) также подчеркивает актуальность исследуемой темы.²¹

²⁰ См. Насртдинова В.М. Эволюция религиозного сознания российского общества в советский период: тенденции, закономерности, проблемы // ВЭПС. 2014. №1. С.165-168; Барабаш Н.А. Опыт философского анализа современного ТВ: учеб. пособие. – Ташкент: Янн, 1998; Сапунов Б.М. Философские проблемы массовой информации и телерадиокommunikации. – Москва: ИПК работников ТВ и РВ, 1998; Азарян С.Г. Философия телевидения: теоретико-методологический анализ. – Краснодар: КГУКИЮ, 2011; Владимирова М.Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения). – Москва: Европа, 2011; Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости: история и конфликты этических представлений. – Москва: Логос, 2000; Berger, P.L. The desecularization of the world: a global overview // The desecularization of the world: Resurgent religion and world politics / Ed. By P.L. Berger. Michigan: William B. Eerdmans Publishing Company, 1999. P.; Hoover S.M. The cultural construction of religion in the media age // Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture / Ed. by L.S. Clark, S.M. Hoover. New York: Columbia University Press, 2002. - P. 1-7.

²¹ Скорнякова Н.С. Позicionирование региональных средств массовой информации в религиозной ситуации Дисс. канд. социол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/pozitsionirovanie-regionalnykh-sredstv-massovoi-informatsii-v-religioznoi-situatsii#ixzz5ihYZB719>; Шайхитдинов Т.В. Медиа-тексты об исламе в журналистском дискурсе: типология, функциональные особенности. Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: https://kpfu.ru/dis_card?p_id=2228; Таранюк Ж.П. Религия и политика: трансформация институциональных форм взаимодействия. Дисс. канд. политич. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/religiya-i-politika-transformatsiya-institutsionalnykh-form-vzaimodeistviya>; Родыгина С.Н. Религия как форма мировоззренческого познания. Дисс. канд. филос. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/religiya-kak-forma-mirovozzrencheskogo-poznaniya>; Алексеенко А.И. Религия в условиях модернизации современного российского общества. Дисс. канд. социол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/religiya-v-usloviyakh-modernizatsii-sovremennogo-rossiiskogo-obshchestva>; Лученко К.В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России. Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://cheloveknauka.com/internet-v-informatsionno-kommunikatsionnoy-deyatelnosti-religioznyh-organizatsiy-rossii>; Строкова Ю.А. Тексты телевизионных новостных передач: лингвопрагматический анализ (на примере программ телеканалов «Первый», «Россия-1», НТВ, «Евро-Ньюс»). Дисс. канд. филол. наук [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/teksty-televizionnyh-novostnyh-peredach-lingvopragmaticheskij-analiz.html>.

Несмотря на значительное количество проведённых исследований, образ религии, который формируется на телевизионном экране, остается неизученным. Можно констатировать, что в настоящее время обнаруживается определённая недостаточность филологических исследований, посвященных специфике образа религии на телевидении; имеет место превалирование анализа или комплексного исследования медиатекста в целом, или автор уделяет внимание только определенной религии (чаще – православие или ислам), или акцент делается лишь на изучении печатных изданий, в рамках которых под общей характеристикой средств массовой информации теряется особенность преподнесения аудиовизуальной природы телевизионного текста.

Как деятельность религиозных организаций, так и функционирование телевидения сегодня чрезвычайно динамичны, насыщены событийно, полифоничны, и представляют собой значительный корпус вопросов и сюжетов для изучения и рассмотрения. В связи с этим исследование телевизионного образа религии предполагает обращение к постоянно обновляющемуся эмпирическому материалу современности, в том числе – представленному в различных формах коммуницирования в сети Интернет.

Научная новизна работы диссертационной работы заключается в том, что это первое в отечественной теории журналистики комплексное исследование телевизионного образа традиционных для территории России религий, включающее разработку методики исследования телевизионного образа религии и предложение новаторских определений (телевизионный образ религии, прямой телевизионный образ, косвенный телевизионный образ). Впервые рассмотрены и классифицированы существующие подходы и современные проблемы, выделяемые журналистами-практиками при освещении религиозной тематики, и представлено исследование контента кабельного и спутникового телевидения и интернет-телевидения, связанного с религиозной тематикой. Впервые предпринята попытка выделить особенности репрезентации телевизионного образа традиционных для территории России религий, а также отмечена

важность корректной репрезентации телевизионного образа религии во избежание межконфессиональной и межнациональной розни.

Цель диссертационной работы заключается в определении особенностей репрезентации образа религии на современном российском телевидении.

Цель исследования решается в контексте следующих **задач**:

- 1) Проанализировать труды исследователей, которые связаны с религиозной тематикой на телевидении;
- 2) Дать определение понятия «телевизионный образ» в контексте освещения религиозной тематики на телевидении;
- 3) Выявить методику исследования телевизионного образа религии;
- 4) Исследовать контент, связанный с религиозной тематикой на современном российском телевидении.

Объектом настоящего исследования выступают содержащие религиозную тематику тексты на российском телевидении.

Предметом исследования являются особенности репрезентации образа религии на российском телевидении.

Теоретико-методологическая база исследования представлена трудами по теории медиатекста и теории журналистики; междисциплинарными исследованиями по религиоведению. Основным методом исследования выступил метод анализа телевизионных образов, предложенный Хлызовой А.А.²², основанный на методологии структурализма, предложенной К. Леви-Строссом. Также в основе диссертационного исследования лежат такие методы, как метод историзма, опрос, анализ контента Интернет-телевидения, дискурс-анализ телевизионных текстов информационных сюжетов, посвященных событиям религиозной жизни, или сюжетов об актуальных проблемах современности, содержащих упоминание о религии. Методике

²² Хлызова А.А. Особенности методики анализа телевизионных образов (на примере исследования репрезентации женских образов на центральном телевидении СССР) [Электронный ресурс]. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/4639/2/urgu1165s.pdf> (дата обращения: 25.07.2018).

исследования телевизионного образа автор посвящает четвертый параграф первой главы настоящего исследования.

Научно-практическая значимость диссертации основывается на новом подходе к понятию телевизионного образа, который дается с учетом специфики медиатекста. В диссертации также предлагаются новые понятия: «прямой образ религии», «косвенный образ религии», «телевизионный образ религии» которые также могут быть введены в научный оборот, как и методика исследования телевизионного образа религии. Рассмотрение средств массовой информации с использованием методов гуманитарных наук в комплексе с религиоведческим понятийно-категориальным аппаратом дает нам возможность говорить о разностороннем подходе к исследуемой теме.

Если говорить о практической значимости работы, то материалы настоящего исследования могут послужить основой для разработки учебного пособия для обучающихся направления «Телевидение» и для представителей других направлений журналистики и иных гуманитарных специальностей.

Положения, выносимые на защиту:

1) Специфика репрезентации образа религии в средствах массовой информации представлена в следующей периодизации: 1) дореволюционные идеи конца XVIII – начала XX вв. 2) периоды освещения образа религии (1920 – 1930-е гг., 1950 – 1970-е гг., конец 1970 – конец 1980-х), характеризующиеся антирелигиозной пропагандой в различных проявлениях; 3) период Великой отечественной войны (1940-е гг.), когда религия выступала фактором сплочения общества, 4) конец 1980-х – 90-е гг., когда начинает транслироваться открытая дискуссия верующих и атеистов.

2) Телевизионный образ религии формируется в контексте реализации следующих практических подходов к освещению религиозной тематики: концепция равенства, концепция невмешательства, концепция православной веры, концепция адаптации религии, концепция просветительских и профилактических действий СМИ высококвалифицированными специалистами в области религиоведения, концепция искажения религиозной жизни,

включающая либо сатирическое отображение, либо ужасающее зрителя и искажающее реальное положение.

3) Телевизионный образ религии – понятие многогранное, складывающееся из совокупности образов каждой религии, которые, в свою очередь также состоят из следующих структурных элементов: образ последователей и религиозной элиты, образ государственно-конфессиональных отношений, образ межконфессиональных отношений.

4) Телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при отражении событий религиозной жизни или содержащих о ней упоминание, создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представления о религии в целом (включая религиозные представления, деятельность, отношения и организации) при учете интеллектуальных, ценностных, этических, эстетических и других личностных особенностей как адресата, так и адресанта.

5) Репрезентация телевизионного образа традиционных для России религий представляет собой неравнозначность в освещении.

6) По степени возможного восприятия текста зрителем выделены прямой и косвенный телевизионный образ религии. Прямой телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при отражении событий религиозной жизни и создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представления о религии в целом (включая события, персоналии, мнения и др.). Косвенный телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при осмыслении или авторской интерпретации в тексте событий, которые напрямую не связаны с религией, но содержат ее упоминание, и создающих посредством ассоциаций и возможности трактовки образа адресантом.

Эмпирической базой исследования послужил телевизионный текст и медиатекст специализированных каналов Интернет-телевидения, содержащий

религиозную тематику традиционных религий для территории России (православие, христианство, ислам, буддизм и иудаизм)

- Информационные сюжеты Первого канала, которые отражают не только религиозную жизнь общества, но и резонансные события современности, включающие религиозную тематику, более 100 сюжетов с января 2000 года по настоящее время.

- Современный контент специализированных телеканалов, представленных в пакетах кабельного телевидения: «Спас», «Союз», Хузур ТВ.

- Современный контент интернет-телевидения («Alif», «Kana», Emmanuil.TV).

Апробация и достоверность результатов исследования.

Положения и выводы диссертационного исследования нашли отражение в 8 публикациях автора, четыре из которых входят в перечень ВАК. Также в 2016-2017 гг. разработан авторский курс «СМИ и религия» для обучающихся по направлению «Телевидение». Обсуждение основных результатов диссертационного исследования происходило в рамках заседания кафедры телевидения и телепроизводства Казанского Федерального университета, на научно-практических конференциях, в том числе: «География религий: мир между христианством и исламом» (Казань, 2012), XVI Вавиловские чтения «Человек, общество, природа в эпоху глобальных трансформаций» (Йошкар-Ола, 2012), «Гуманизм и современность» (Казань, 2013), «Медиаисследования: век XXI. Традиционные и новые парадигмы научного познания массовых коммуникаций» (Белгород, 2015), а также на итоговой научно-образовательной конференции студентов и аспирантов Казанского (Приволжского) Федерального университета (Казань, 2014), итоговой научной конференции преподавателей Казанского (Приволжского) Федерального университета (Казань, 2016). «Медиаисследования: век XXI. Традиционные и новые парадигмы научного познания массовых коммуникаций» (Белгород, 2015), ежегодных конференциях «Телевидение и общество» и «Современное телевидение: между национальным и глобальным» (2015, 2016, 2017, 2018 гг.).

Объем и структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, восьми параграфов, заключения, библиографического списка источников и литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, определяются степень ее разработанности, научная новизна, теоретическая база, объект и предмет исследования, его эмпирическая основа, цель и задачи, методы исследования, формулируются основные положения, выносимые на защиту, научно-практическая значимость диссертации.

В первой главе **«Религиозная проблематика на телевидении в контексте теории журналистики»** осмысливается место религиозной тематики в системе средств массовой информации, определяются базовые понятия, обосновывается методика исследования.

Обращение к трудам исследователей, занимающихся изучением истории средств массовой информации **в первом параграфе первой главы «Историко-теоретическое осмысление специфики освещения религиозной тематики в средствах массовой информации»** позволило выделить и охарактеризовать следующие этапы специфики репрезентации образа религии в СМИ: XVIII – XIX вв. (отражение православия как государственной религии), 1920 – 1930-е гг. (активное формирование не просто негативного, а неприемлемого образа религии для советского человека), 1940-е гг. (рост религиозности и популяризация религиозных ценностей), 1950 – 1970-е гг. (СМИ становятся основным инструментом атеистической пропаганды), конец 1970 – конец 1980-х. (появление дискуссий между атеистами и людьми, поддерживающими верующих), конец 1980-х – начало 90-х. (популяризация религиозной веры).

Место религиозной тематики в современных средствах массовой информации рассматривается **во втором параграфе первой главы «Проблемы освещения религиозной тематики в средствах массовой информации».**

Автор, изучив существующие научные подходы и рефлексию журналистов-практиков, предлагает следующие концепции о месте религиозной тематики в СМИ: 1) концепция равенства, которая подразумевает под собой, что телевидение и иные средства массовой информации выступают как пути сохранения не только религиозных, но и культурных и прочих ценностей, при условии, что ни на одной из конфессий не акцентируется внимание и никакая не подвергается дискриминации (Егоров В.В., Мостославский А., Архангельский А.); 2) концепция невмешательства, основывающаяся на тезисе, что журналист лишь описывает события, максимально избегая «богословских вопросов», которые являются предметом изучения теологии (Григорян М.); 3) концепция православной веры, в рамках которой поддерживается популяризация идей православия на светских телеканалах, что объясняется высокой степенью религиозности населения и тесной связью русской культуры в целом и православной традицией (Шаронов В., Разумовский Ф.В.); 4) концепция адаптации религии, в противном случае неизбежно исключение религии из информационных поводов средств массовой информации в силу того, что религиозные ценности в эпоху секуляризма могут быть неинтересными обывателю и могут не вписываться в современную картину мира (Легойда В.); 5) концепция просветительских и профилактических действий СМИ высококвалифицированными специалистами в области религиоведения, подразумевающая профилактику религиозной нетерпимости и этноконфессиональных конфликтов (Пудова Т., Лошак В.Г., Ефимова Н.); 6) концепция искажения религиозной жизни, включающая либо сатирическое отображение, либо ужасающее зритель (Максутов И.Х.).

Задача **третьего параграфа первой главы «Теоретические аспекты исследования понятия «телевизионный образ религии»** определяется необходимостью выявления ранее не существующего в теории журналистики понятия. Изучив различные подходы к определению таких понятий, как «религия», «образ», «телевизионный образ», «аудиовизуальный образ», «образ религии», автором предлагается новое понятие – «телевизионный образ

религии». Телевизионный образ религии – совокупность текстовых, звуковых и изобразительных элементов, использованных при отражении событий религиозной жизни или содержащих о ней упоминание, создающих посредством ассоциаций в обобщенном виде представления о религии в целом (включая религиозные представления, деятельность, отношения и организации) при учете интеллектуальных, ценностных, этических, эстетических и других личностных особенностей как адресата, так и адресанта.

В связи с тем, что понятие «телевизионный образ религии» является новаторским, **в четвертом параграфе первой главы «Методика исследования телевизионного образа религии»** автором была разработана методика для его исследования с опорой на методологию структурализма К. Леви-Стросса (которая подразумевает деление объекта на элементы и изучение каждого в отдельности), дополненную критериями исследования телевизионного образа, представленными в работах Хлызовой А.А. На основании разработанной методики телевизионный образ религии складывается из образа каждой религии (в контексте настоящего исследования изучается образ тех религий, которые признаются и уважаются на законодательном уровне, а также являются традиционными для территории РФ), который впоследствии также делится на структурные элементы: образ последователей и религиозной элиты, образ государственно-конфессиональных отношений и образ межконфессиональных отношений.

Во второй главе «Медiateкст как способ репрезентации образа религии» производится анализ контента специализированных религиозных телеканалов и дискурс-анализ телевизионного текста, содержащего религиозную тематику.

В первом параграфе второй главы «Религиозная тематика на специализированных каналах: контент и жанровое своеобразие» автор исследует контент русскоязычных религиозных каналов (телеканалы «Спас», «Союз», Хузур ТВ и интернет-каналы «Alif», «Kana», Emmanuel.TV) и приходит к выводу, что мусульманские и православные каналы ориентированы на

широкую аудиторию, так как в их сетке вещания (помимо религиозных программ) имеются информационные, публицистические, программы социальной направленности, культурно-просветительские программы, развлекательные программы и документальные фильмы. Также было отмечено, что общедоступных телеканалов о буддизме, иудаизме, христианстве (католицизм, протестантизм) на русском языке не имеется. Католическое и протестантское телевидение в сети Интернет в большей степени содержит перевод иностранного материала на русский язык, проповеди, мультфильмы, даже клипы, мало отражая религиозную жизнь обывателей на территории нашей страны. Буддизм и иудаизм не имеют канала и в сети Интернет, что также затрудняет исследование жизни и духовной деятельности этих конфессий.

Во втором параграфе второй главы «Образы последователей и религиозной элиты» автор в рамках выбранной методики исследования также выделяет следующие структурные элементы: религиозные праздники и значимые события, причастность представителей других государств и культур, поездки религиозной элиты и ее деятельность в целом. Было выявлено, что основные функции образа православных последователей и религиозной элиты – повествование и воссоздание обстановки, которые благодаря специфике телевизионного текста, сочетанию аудиального и визуального, трансформируются в конструирование символа, символа неразрывности православия и общества.

Буддизм, являясь традиционной религией для народов России, сконцентрированный на территории нескольких субъектов, в действительности не представлен в новостях Первого канала, в связи с чем его образ у зрителя так и остается нераскрытым.

Специфика репрезентация образа последователей иудаизма, католицизма и протестантизма представлена только образом его последователей в «исконных» странах (Израиль, страны Европы и Америки), но никак не в России.

Образ ислама и его последователей, созданный на телеэкране, сложен и противоречив. С одной стороны, это популярная религия, имеющая большое

количество последователей на территории нашей страны, свою культуру, историю и духовные ценности. С другой стороны, нами были выделены три информационных повода, формирующих негативный образ ислама: множество запретов и проблем, с ними связанных, употребление терминологии ислама в контексте проблем борьбы с терроризмом, обращение к религиозной тематике в контексте кризиса мигрантов в Европе, в связи с чем автором предлагаются понятия «прямой телевизионный образ» и «косвенный телевизионный образ». И если в контексте репрезентации образа православия мы можем говорить о прямом телевизионном образе, то есть угроза формирования косвенного образа ислама у зрителя, что обусловлено упоминанием о религии в связи с событиями нерелигиозной жизни.

В третьем параграфе второй главы «Образ государственно-конфессиональных отношений», исследуя телевизионный текст, посвященный взаимоотношениям государства и традиционных для территории России религий, автор делает вывод, что государственно-конфессиональные отношения представляются в плоскости «власть – православная церковь», а также о присутствии чистого клерикализма на первом федеральном телеканале. Также автор делает вывод, что особенности репрезентации телевизионного образа религии на современном этапе базируются на дореволюционном отношении к освещению религиозной тематики в средствах массовой информации. Нельзя не отметить образ заинтересованности власти в развитии и неискажении мусульманских ценностей. Ежегодные поздравления главы государства в связи с православными и мусульманскими праздниками обуславливаются наибольшим количеством последователей на территории страны, образ отношений государства с иудаизмом, буддизмом, христианством (католицизм, протестантизм) в рамках недостаточности информационных сюжетов предстает нераскрытым.

«Образ межконфессиональных отношений» раскрывается в четвертом параграфе второй главы, где автор, анализируя телевизионный текст, приходит к выводу, что превалирует репрезентация образа

межконфессиональных отношений через позицию взаимоотношения православия с представителями других конфессий, которые, в свою очередь, представлены неструктурированно и с явным искажением религиозных ценностей, что может выступать причиной межрелигиозных и межнациональных конфликтов.

В **Заключении** диссертации подведены итоги и сформулированы выводы, которые являются наглядным свидетельством проблемного характера отражения религиозной тематики в СМИ. Данный факт, в первую очередь, объясняется многоконфессиональностью Российской Федерации.

В ходе проведенного исследования было выявлено, что репрезентация образа религии на протяжении истории претерпевала изменения. Так, по специфике репрезентации образа религии в СМИ нами были выделены следующие этапы: 1) репрезентация образа православия как главенствующей религии, что закреплено законодательно; 2) этап активного формирования не просто негативного, а неприемлемого образа религии для советского человека, характеризующийся суеверной, бытовой религиозностью и комической антирелигиозной пропагандой; 3) период Великой Отечественной войны, который характеризуется ростом религиозности, что подтверждается теорией о пиках религиозности в кризисное для общества время; 4) этап становления СМИ как основного инструмента атеистической пропаганды; 5) появление дискуссии между атеистами и людьми, поддерживающими верующих; 6) свободное распространение и освещение не только религиозной тематики традиционных религий, но и психокультов и новых религиозных движений в средствах массовой информации.

Было обнаружено, что имеются различные подходы к определению места религиозной тематики в современных СМИ, которые предлагаются как научным сообществом, так и журналистами-практиками, что было представлено автором в следующей классификации: концепция равенства, концепция невмешательства, концепция православной веры, концепция адаптации религии, концепция просветительских и профилактических действий СМИ

высококвалифицированными специалистами в области религиоведения, концепция искажения религиозной жизни, включающая либо сатирическое отображение, либо ужасающее зритель.

Систематизация опыта филологов, философов и религиоведов позволила определить понятие «телевизионный образ религии», ранее не представленное в теории журналистики, в связи с чем возникла необходимость разработки методики его исследования.

Проанализировав методику анализа женских телевизионных образов, предложенную Хлызовой А.А., изучив отсылки к методологии структурализма, используя метод дискурс-анализа телевизионного текста, автором предложена методика анализа телевизионного образа религии.

В диссертации впервые представлено исследование контента специализированного кабельного и спутникового телевидения и интернет-телевидения, связанного с религиозной тематикой традиционных религий для территории России. Дискурс-анализ телевизионных текстов общедоступного телеканала показал неравнозначность в освещении традиционных религий как при репрезентации образа последователей и духовной элиты, так и государственно- и межконфессиональных отношений.

Таким образом, мы можем кратко охарактеризовать комплексные особенности репрезентации образа религии на российском телевидении: доминирование православных ценностей, тандем «власть-православие», аксиологические аспекты и, вместе с тем, постоянная угроза, которые несет мусульманский мир, образное отсутствие последователей ветвей христианства (католицизма и протестантизма), иудаизма и буддизма на территории Российской Федерации. Одной из особенностей репрезентации образа религии на современном телевидении можно также выделить схожесть с тенденциями освещения религиозной тематики в XVIII – начале XX вв., когда приоритет православия был закреплен на законодательном уровне. Частота упоминаний о представителях традиционных конфессий не является пропорциональной тексту Законодательства (об особой роли православия), частота упоминаний об исламе

больше в связи с употреблением терминологии ислама в контексте освещения событий нерелигиозной жизни, что и влечет формирование косвенного образа. Упоминания о последователях традиционных конфессий приближены к соотношению количества верующих, что также подтверждает тезис о том, что образ последователей выступает лишь элементом структуры образа религии и не является его единственной характеристикой.

Проведенное диссертационное исследование не исчерпывает всей глубины репрезентации образа религии на российском телевидении. Религиозная сфера, вектор государственно-конфессиональных отношений, межконфессиональный диалог в силу переменчивости общества и созвучности действительности не являются статичными. Параллельная деятельность множества религиозных организаций различной направленности, которая ежедневно становится информационным поводом, также усложняет выведение единой особенности репрезентации образа религии.

В качестве наиболее перспективных направлений для последующего изучения нам видится тщательный анализ образа не только условно традиционных для России религий (православия, ислама, буддизма, иудаизма и христианства), но и новых религиозных движений, психокультов, бизнес-культов и иных квазирелигиозных организаций, репрезентируемых не только на телевидении, но и в системе массовой коммуникации в целом.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА

*Публикации в рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК
при Министерстве образования и науки РФ:*

1. Аглей Е.А. Нормы российского законодательства в сфере отражения религиозной тематики на телевидении / Е.А. Аглей // Казанская наука. – 2018. — № 3. – С. 7-9.

2. Аглей Е.А. Православие на российском телевидении: разнообразие телевизионного контента / Е.А. Аглей // Современная наука. – 2018. - № 5/2. – С. 73-76.

3. Аглей Е.А. Телевидение и религия: черты сходства / Е.А. Аглей // Вестник Белгородского государственного университета. Серия Гуманитарные науки. – 2016. — № 21 (242). – С.79-81.

4. Аглей Е.А., Насртдинова В.М. / К вопросу об особенностях мифогенеза современности и мифологизации общественного сознания (обзорный контент-анализ) / Е.А. Аглей, В.М. Насртдинова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. — 2016. — № 2. — С. 10-15.

Публикации в международных рецензируемых научных журналах, включенных в перечень Scopus:

5. Agley E. Studies of historical hagiographies through prism of structuralism / Agley E. // Journal of organizational culture communications and conflict. – 2016. - Volume 20. - Special Issue 4. – P. 13-18.

Публикации в иных изданиях:

6. Аглей Е.А. Телевидение и религия: черты сходства функций в обществе / Е.А.Аглей // Телевидение и общество: Материалы Всероссийской научно-практической конференции 22-23 октября 2015 г. / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. — Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2015. — С.21-25.

7. Аглей Е.А. Европейские мигранты и отражение религиозной составляющей: анализ существующих проблем / Е.А. Аглей // Телевидение и радио: динамика и контексты: научный сборник / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. — Казань: Центр инновационных технологий, 2016. — С.8-10.

8. Аглей Е.А., Аглей Р.Н. Контент-анализ образа религии на сайте Первого канала / Е.А. Аглей // Современное телевидение: между национальным и глобальным: Сборник статей Международной научно-практической конференции «Современное телевидение: между национальным и глобальным» (26–28 апреля 2017 г.) / Под ред. Р.В. Даутовой, Л.Р. Хузеевой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2018. – С. 5-13.