

### *Список литературы:*

1. Андреев О.А. Учись быстро читать: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.e-reading.club/book.php?book=81634>
2. Калистратова В. Под чистым снегом Рождества // На земле косихинской. 23.01.2016.
3. Лазарева Э.А. Заголовок в газете. Свердловск, 1989.
4. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник. М., 2006.
5. Накорякова К. М. Литературное редактирование. М., 2004.

## **МИССИЯ ПРАВОСЛАВНОГО ИЗДАНИЯ: СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ**

*К.Н. Столярова, И.В. Фотиева*

На сегодняшний день существует масса религиозных СМИ на всех видах информационных платформ. Качество православных медиа постепенно растет. Но в силу специфичности данной сферы, в ней неприемлемы или приемлемы лишь отчасти традиции и нормы классической журналистики. Поэтому православным СМИ пока не удастся в правильной форме и в полной мере реализовывать свою главную задачу – проповедь православного образа жизни.

*Ключевые слова:* православные СМИ, религиозная журналистика.

## **MISSION OF THE ORTHODOX MEDIA: SPECIFICS AND CHALLENGES**

*K.N. Stolyarova, I.V. Fotieva*

To date, there are a lot of religious media in all kinds of information platforms. Quality of orthodox media is gradually increasing. But because of the specificity of this sector, the classical tradition and norms of journalism are unacceptable or acceptable only partially. Therefore, orthodox media is not yet possible in the correct form and fully implement its main task - to preach the Orthodox way of life.

*Keywords:* Orthodox media, religious journalism.

Современные российские православные СМИ находятся в кризисной ситуации. Хотя сегодня существует масса религиозных СМИ на всех видах информационных платформ и качество

православных медиа постепенно растет, однако, сфера эта – совершенно особенная. В ней приемлемы не все традиции и нормы классической журналистики, так как православные СМИ изначально нацелены на выполнение главной задачи – проповеди православного образа жизни. Но и в этой сфере встает много проблем, связанных и с общим медийным полем, в котором находится православная журналистика, и с рядом внутренних сложностей. Поэтому, на наш взгляд, актуален более полный анализ существующих сегодня типов православных изданий, их концепций, основных проблем и тенденций.

Исследования показывают, что среди наиболее важных проблем в области православной журналистики можно выделить следующие:

1. Отсутствие медийного «флагмана».
2. Отсутствие кодекса профессиональной этики православного журналиста.
3. Не решенный вопрос о необходимости полемики в православных изданиях и проблема цензуры.
4. Наличие квази-православных изданий.
5. Сложность православного медиа-пространства.

Последняя объясняется промежуточным положением религиозной журналистики: это одновременно и тематическая, и корпоративная пресса. В Русской Православной Церкви одним из основных является принцип послушания. Соответственно, ни о какой критике священноначалия или обычаев церковной жизни в СМИ речи не идет. Кроме того, большинство православных журналистов – сами себе цензоры и руководствуются преимущественно принципом «не навреди». Из-за этого Церковь не может адекватно и своевременно реагировать на информационные вызовы. Ксения Лученко пишет: «Православную журналистику типологически можно отнести к тематическим нишевым СМИ: есть издания спортивные, есть экономические, а есть и религиозные. С другой стороны, о православной журналистике можно говорить как о журналистике корпоративной. Так же, как у корпоративных СМИ, целевая аудитория православных изданий делится на внутреннюю (члены корпорации) и внешнюю. Все православные медиа (будь то официальные сайты, телеканалы, приходские листки или независимые порталы) страдают от этой двойственности, ищут баланс между двумя целевыми аудиториями... и чаще всего его не находят» [1]. Журналистка замечает, что и сам председатель Синода Владимир Легойда не раз говорил, что одна из основных задач православной журналистики — «донесение мнения Церкви».

Православным изданиям сложно определиться с целевой аудиторией и, соответственно, с уровнем сложности и новизной публикуемого материала. Основную аудиторию метко охарактеризовали как «вечный неофит»: «Жития святых, описание смысла таинств и молитв, исторические рассказы, рецепты постных блюд, советы священников по житейским вопросам — основной контент православных изданий. Это глянецовый формат, так называемый *лайфстайл*. Но в православных изданиях он, как правило, перемешан с официальными новостями и серьезными «установочными» публикациями, «доносящими мнение Церкви». Целевая аудитория таких изданий получается размытой: *пишут как бы для нецерковных людей, а читают те самые «вечные неофиты», которым постоянно нужны подсказки для построения собственной идеальной православной жизни*» [1].

Публицист Егор Холмогоров называл в качестве одной из причин отставания православных медиа нехватку мотивированных профессионалов: «Люди в православных СМИ в основном работают за счет полупринудительного энтузиазма. Разумеется, в результате *проигрыши в качестве чудовищный*. Достаточно указать на тот факт, что уже почти десять лет существует такое явно агрессивнo-антицерковное издание как Портал-Кредo.ru, и при этом за это время в православной среде так и не было создано никакой альтернативы. Это притом, что тратятся большие деньги на самые разные проекты, а элементарного информационного оружия, которое отражало бы антицерковные нападки, в нашем распоряжении по-прежнему нет» [2]

Проведенный нами анализ концепций нескольких православных печатных изданий и их классификация по журналистской концепции, или, точнее, *миссии*, позволили выявить следующие типы изданий:

- Православный «глянец» (СМИ о стиле жизни верующих, так называемый «лайфстайл»).
- Фундаменталистские издания (т.е. консервативные СМИ, придерживающиеся концепции православного фундаментализма, идеологическими основами которого являются: антиэкуменизм, государственность, поддержка национально-патриотических движений, критика западной культуры).
- Просветительские издания широкого профиля.

Для исследования мы выбрали по два характерных издания, ярко демонстрирующих особенности каждого вида СМИ: «Фома», «Наследник», «Православный Санкт-Петербург», «Русский Вестник», «Вера» – «Эском», «Алтайская миссия». Мы проанализировали данные издания по следующим критериям:

- Концепция журнала (название, самоопределение, аудитория).
- Тематические рубрики, жанры и спектр поднимаемых вопросов.

- Круг авторов.

Полученные результаты можно свести к следующему:

#### *Православный глянец*

Если говорить о журналистских профессиональных стандартах, то на первое место можно поставить журнал «Фома». Кроме того, «Фома» гораздо четче формулирует свою миссию, представляет собой единое смысловое целое. Издание пишет для тех, кто имеет духовный настрой, стремление к православной вере, но затрудняется в ряде вопросов, ищет опору для своей веры. «Наследник» же стремится быть интересным максимально широкому кругу читателей. Это заставляет журнал быть разнообразным, представлять на своих страницах разные точки зрения. В то же время многие материалы «Наследника» носят дидактический максималистский характер: «Наследник» стремится учить своего читателя. Доверие к обоим изданиям внушает широкий круг авторов. Это и ученые, и профессиональные журналисты, и священнослужители, и преподаватели, а также представители других профессий. В качестве отдельного достоинства выделим наличие авторов, пишущих в стиле «испытано на себе»: такие материалы получают по-настоящему достоверными и интересными для любого читателя.

В то же время ни одно из исследованных изданий не содержит критики актуальных проблем церковной жизни или даже намеков на них. Журналы рассказывают о сути христианской жизни, не вдаваясь в, так сказать, «антураж» – проблемные и кризисные ситуации внутри Церкви и во взаимоотношения РПЦ, государственной власти и общества.

#### *Православные фундаменталистские издания*

Данный тип изданий занимает отдельную нишу среди православных СМИ. Они менее известны для широкого круга читателей. На наш взгляд, из-за изданий этого типа усложняется формирование единого информационного пространства РПЦ.

Редакции данных изданий обладают маленьким бюджетом, несмотря на то, что располагаются в центральных городах. Их профессиональное качество (верстки, текстов, сайта) ниже, чем у первой группы изданий. Надо признать, что к профессиональному качеству эти издания не слишком стремятся: основной упор – на смысловую нагрузку текстов.

«Православный Санкт-Петербург» — в принципе, нейтральное издание, а «Русский Вестник» — весьма радикально настроенное.

Можно даже в какой-то степени отнести «Вестник» к оппозиционным изданиям, т.к. на страницах журнала присутствует критика действий Святейшего Патриарха Кирилла.

Аудитория изданий сформулирована очень широко, и оттого – неприцельно. Качество публикаций изданий неоднородно. В целом, с точки зрения журналистских классических стандартов, оно достаточно низкое.

Критическое отношение к реальности, обществу и даже Церкви присутствует, особенно ярко это проявилось в «Русском Вестнике». Однако, эта критика — разрушительная, неконструктивная, односторонняя. В ней не предоставляется слово «обвиняемой» стороне, позиция автора преподносится как истина.

#### *Просветительские издания широкого профиля*

Рассмотренные издания по своей форме и содержанию разнообразны. Контент, качество материалов, спектр тем и поднимаемых вопросов полностью зависит от двух факторов: статус издания и журналистский коллектив.

Сложно оценивать официальные вестники епархий (митрополий). Они выполняют вполне конкретную функцию: информирование о деятельности Владыки и церковных служб, о служении в конкретном регионе. В этих изданиях все строго регламентировано. В них, естественно, нет места какой-либо критике.

«Алтайская миссия» целенаправленно избегает острых тем. На ее страницах нет информации о сектах, ересь, конфликтах на приходах и т.д. Это политика издания.

«Вера» – «Эском» заслуживает очень высокой оценки. Журнал содержит большое количество местного образовательного контента, художественные произведения, рассказы о святых, родившихся на Севере, а также статьи на острые, актуальные темы. Это издание не игнорирует вызовы светского общества православному миру. «Вера» – «Эском» говорит простым, понятным языком, ставит себя наравне с читателем. В то же время критики Русской Православной Церкви в издании нет, оно абсолютно лояльно.

Общие, суммарные выводы нашего исследования можно вкратце сформулировать следующим образом. Самое главное качество православных СМИ – стремление вывести читателя из привычной реальности, уничтожение зоны комфорта. Православные издания не боятся говорить о смертности человека, о его уязвимости к болезням и о возможности внезапных крушений жизни. Кроме того, православные СМИ создают некий идеальный образ христианина.

Православное медиа-пространство неоднородно. Существуют православные издания, которые разрушают «имидж» Русской Православной Церкви, жестко и безапелляционно критикуя Патриарха Кирилла и политику Московского Патриархата. Православные же «лояльные» СМИ предпочитают не касаться этой проблемы и не отвечают на эти внутренние вызовы. На наш взгляд, абсолютизирование принципа «не навреди» является весьма вредным в вопросе о необходимости адекватной, грамотной и честной критики и полемики в православных СМИ.

Исследование православных газет и журналов продемонстрировало принципиальную важность работы профессионалов-журналистов для создания качественного медиа-продукта. Время самиздатных, энтузиастских изданий прошло. Сейчас показателем качества издания считаются не только смысловая нагрузка: важны грамотность, слог, оформление, качество фотографий, возможность онлайн-диалога с редакцией, и т.д. Наше исследование подтвердило необходимость «вживления в тело православной журналистики» профессионалов, грамотных журналистов.

В качестве практического предложения нами выдвинута идея о создании общероссийской православной газеты, имеющей местные приложения. Наличие подобной православной журналистской франшизы позволит поднять качество изданий в регионах, а также доносить без искажений мнение Церкви до каждого заинтересованного человека.

#### *Список литературы:*

1. Лученко К. Что такое православные СМИ? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/chto-takoe-pravoslavnye-smi/>. –
2. Холмогоров Е. Основная проблема православных СМИ – крайне низкий профессионализм [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russdom.ru/node/2694>

## **МЕМ В МЕДИАСРЕДЕ КАК ЯРЛЫК И СТИГМА**

*М.А. Федорова, Т.А. Семилет*

В настоящее время медиамемы чрезвычайно популярны. Они приобретают все новые функции, становятся неотъемлемой частью массовой коммуникации. Мем является инструментом манипуляции