

РЕЛИГИОЗНЫЙ КОНТЕНТ БЕЛОРУССКОГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ЖУРНАЛИСТСКОГО КУЛЬТУРОТВОРЧЕСТВА

В настоящее время глобальное медиaproстранство охватывает все стороны культурной жизни современного индивида: культуру, религию, политику и др. Учитывая закономерные диффузные и медиаконвергентные процессы, необходимо выделить те религиозные аспекты, которые актуализируют сам процесс культуротворчества, задействуют не только журналиста в качестве единственного создателя контента, но и учтут потребности аудитории. Цель статьи — выявить актуальный религиозный контент современных белорусских СМИ, которые вырабатывают соответствующий культуротворческий потенциал.

По результатам социологических исследований к Церкви сохраняется стабильно высокий уровень доверия со стороны населения [1, с. 26]. Следовательно, коммуникативный потенциал религии и ее постоянное присутствие в медийном поле страны намечают ряд вопросов, связанных не только с тем, кто, как и где должен освещать информацию, но и какого вида и качества должна быть эта информация, какой уровень ее авторитетности.

Методология исследования проблематики статьи конкретизируется применением контент-анализа печатных и интернет-ресурсов религиозной тематики, интерпретацией социологических опросов.

Научные труды по религиозной журналистике в хронологическом аспекте можно разделить на две группы. Большой массив источников посвящен печатным средствам массовой информации. Как правило, это публикации до 2010 г. по религиозной ситуации Беларуси [2], использованию электронных медиа в сфере религии на современном этапе [3], использованию Сети как поля межконфессионального общения, а также характеристике веб-сайтов христианских церквей.

Обобщая результаты, прежде всего заметим, что в настоящее время в гуманитарной мысли Беларуси не существует понятия «религиозная журналистика». Однако достаточно тенденциозным является значительная доля религиозной информации среди светской. Во-первых, это вопрос понимания сути самого понятия «религиозная журналистика», определения ее типов (в зависимости от направления материалов); во-вторых, вопрос понимания термина «религиозная информация», что в определенной степени имеет бинарный характер. Дуализм религиозного контента представлен информацией относительно функционирования церквей, религиозных организаций и материалов, освещающих позицию конфессий по социально значимым или политическим вопросам на страницах профессиональных и светских СМИ (как печатных, так и сетевых).

Предмет исследования религиозного контента в культуротворческом аспекте включает анализ религиозных сайтов, проблемы разграничения собственно СМИ и религиозных веб-ресурсов, профессиональной и любительской журналистики, существование которой в Сети на сегодня уже является типичным явлением (блогосфера, социальные сети, развернутые комментарии к статьям), конвергентность сетевых СМИ, сегментирование аудитории виртуальных медиа и др. Помимо этого актуальным становится вопрос о типологии религиозных веб-ресурсов и интернет-изданий.

Научный интерес исследователей к религиозной журналистике по конфессиональной направленности распределяется тоже не пропорционально: если брать во внимание печатные издания, то наибольшее внимание было уделено изучению православной прессы, несколько меньше — католической, однако если говорить об исследованиях интернет-изданий, то в большей степени ученые сосредоточивались на греко-католических медиа. Что касается протестантов, то, несмотря на то, что они одни из первых оценили Интернет как платформу для религиозной коммуникации (миссионерства и евангелизации) и начали активно его использовать и осваивать, исследований, посвященных протестантским медиа в Сети, не так уж и много.

Исследования последних лет показывают распределение научных интересов (в зависимости от функций современных религиозных медиа, которые четко просматриваются) на три сферы: 1) религиозная журналистика, изучение которой происходит в такой системе координат: типология религиозных (конфессиональных) изданий, их функции, соотношение профессиональной и конфессиональной составляющих в этих изданиях, т. е. речь идет о приоритетности журналистских стандартов или же конфессиональной политики, функционирования этнорелигиозных стереотипов в медиа-среде и др.; 2) PR-стратегии христианских церквей сквозь призму виртуальных медиа и ресурсов; 3) миссионерство и евангелизация в Интернете как коммуникативные стратегии конфессий [4, с. 67].

Нами был произведен контент-анализ наиболее репрезентативных ресурсов белорусского медиaproстранства: сайт Белорусского экзархата, портал «Собор Бай», «Ступени» (Минская духовная академия), телепередачи «Иснась», «Церковное слово», «Воскресение», интернет-портал «Свято-Елисаветинский монастырь», сайт научно-просветительского проекта «Западная Русь», YouTube-канал «Приход в честь Всего Святого града Минска».

Среди информационных разделов данных ресурсов нами были выделены следующие тематические проблемные поля: богословская тематика, вопросы здоровья, историческая, социальная, психологическая, научная, политическая, экономическая.

Больше всего привлекают аудиторию богословие и здоровье, меньше всего — политика и экономика. Срединные позиции отведены историческим, социальным, психологическим и научным темам. Готовность аудитории следовать советам церковных журналистов отвечает той же тематической иерархии, но в среднем вдвое уступает научным аспектам. Сообщение исторической и научной тематики вызывают масштабный отклик у аудитории. Примечательным является готовность аудитории комментировать (создавать репосты) информацию социального характера.

Жанровое и тематическое многообразие контента, востребованность у аудитории (отклик) исследуемых ресурсов позволяют говорить о некотором влиянии на общественное мнение. Поэтому отдельным критерием было исследование мнения аудитории по конкретному религиозному вопросу или событию.

Выборка осуществлялась исходя из объемности ресурса, его истории, рейтинга по результатам инструмента «Яндекс.Метрики». Результатом были данные, позволяющие утверждать, что существует определенная корреляция между персональной религиозностью конкретного индивида, включающая его психологические особенности и особенности освещения того или иного религиозного события.

Аудитория данных ресурсов консолидируется не только религиозными интересами, но и сопричастностью к культуре, что указывает на институционализованную инкорпорацию религиозного дискурса в общекультурный.

Религиозный медиадискурс — это тексты религиозной тематики, репрезентирующие современную религиозную культуру, ее актуальные проблемы, удовлетворяющие информационные потребности аудитории, анализируемые через СМИ. В медиапространстве огромное значение для «игры на поле» отводится творческой интеллигенции, ученым, политическим и религиозным деятелям. Примером такого медиадискурса является единая позиция представителей и Церкви, и светского сообщества, в том числе коммунистической направленности в оценке факта религиозного вандализма в Гродно 22 июня 2015 г. Культурологический дискурс в данном случае был образован изначальными антиподами: православной церковью и коммунистами, которые сошлись в оценке духовной ситуации [5].

Особо следует выделить YouTube-канал «Приход в честь Всех Святых града Минска». Автором многочисленных просветительских передач выступает протоиерей Ф. Повный. Тематика канала сосредоточена на особенностях православной христианской традиции и программ для православных. Автором делается акцент на просветительских акцентах, истории Церкви, миссионерской работе, особенности православной формы поклонения. Данный канал выполняет культурно-образовательную деятельность. Среди наиболее значимых проблем, затрагиваемых Ф. Повным, отметим следующие: морально-нравственное воспитание современного гражданина, обращение к важности социальной защиты всех слоев населения, восстановление исторической памяти, морально-этическое воспитание подрастающего поколения в духе христианских православных традиций и др.

Непредставленность национального белорусского религиозного сегмента является одним из факторов, который может замедлять развитие культуротворчества. Однако репрезентация религиозной жизни Беларуси широко освещается рядом телепередач, новостных блоков, в частности, телеканалом «Союз».

Духовно-просветительские программы телеканала задаются целью сформировать христианский взгляд на события, происходящие в мире. Программа призывает задуматься над определенными вещами, взглянуть на них с точки зрения исторических процессов, этических и моральных правил, христианского мировосприятия. Аудитория узнает о событиях духовной жизни, которые оставались без внимания ведущих информационных агентств. Например, в ток-шоу «Источник искусства» приглашенные гости являются представителями разных направлений искусства, культуры, образования, науки, медицины, пытаются отыскать истину, ответить на актуальные вопросы.

В качестве инновационного метода создания контента можно отметить способ «лонгрид». Лонгрид — формат подачи журналистских материалов в Интернете. При создании блогов и чатов он насыщает контент стилистическими и графическими элементами. В целях акцентирования внимания используются: риторический вопрос, инверсия, синтаксические конструкции в вопросно-ответной форме. Для анонсов в чатах мессенджеров используется диалоговое общение с аудиторией. Повествование в анонсах чатов преимущественно ведется от второго или третьего лица [6, с. 12].

Акт культуротворчества при создании религиозного контента включает в себя тесную взаимосвязь компетенций автора, транслируемых ценностей, заинтересованности аудитории. Принцип объективности играет важную роль. По мнению А. Мостославского, «...подавать столь важную для общества тему нужно аккуратно и деликатно, а потому необходимо старается отразить все события, происходящие в духовной жизни общества. Журналист должен стремиться показать все религии и тенденции современности. При этом представлять информацию нужно “равноудаленно”, объективно, без лишних комментариев. Читатель сам должен сделать для себя все необходимые выводы из прочитанной публикации» [7]. В результате этих интеракций образуется религиозный медиадискурс.

Инкорпорирование дискурса обусловлено предпосылками создания религиозной журналистики как особой ценности, входящей в морфологию культуротворчества. Исследователи полагают, что религиозная журналистика — не только одна из самых трудных отраслей журналистской труда, но и одна из самых социально

и политически ответственных. В спектр интересов этого направления входит изучение жизни и деятельности религиозных конфессий, организаций и объединений, а также форм и степени их влияния на общественные, политические и культурные процессы. Религиозная журналистика включает в себя широкий спектр самых разнообразных тематических линий. Она может быть представлена во всех областях журналистской деятельности, а ее принципы раскрытия содержания и проблематики являются универсальными для печатных СМИ, радио и телевидения, веб-ресурсов.

Артикуляция понятием «культуротворчество» обоснована появлением социально весомых культурных артефактов, смыслов или новых объектов — научных теории, направлений и т. д. В подобном понимании трактовка лексемы «культуротворческий потенциал» совпадает по смыслу с культурной деятельностью и творчеством в культуре. Культуротворческий потенциал в данном случае определяется ореолом бытования следующих позиций: 1) рассмотрение религиозных организаций и общин не только как собственно религиозных (в традиционном понимании этого слова) общин, но и как общественных, а иногда и политических организаций и групп, обладающих целостным мировоззрением, историческим и культурным тезаурусом; 2) рассмотрение доктрин религиозных организаций и религиозных групп как потенциального культурного проекта, дающего четкое представление этих организаций и групп о выпестованном им социальным и политическим укладом; 3) репрезентацию мировоззренческих концепций.

Таким образом, религиозный контент представляет собой актуальную культуротворческую проблему, конкретизируемую ореолом бытования различных векторов: технологией создания, которая подразумевает применение инновационных методов (лонгрид); политематичностью ресурса, основывающуюся не только на религиозных интенциях, но и на социокультурных; инкорпорацией религиозного дискурса в коммуникативный. Массив традиционных и медиатекстов религиозной сферы выделяется тематической смежностью, когда теологическая составляющая пересекается с культурной и образовательной.

Одним из факторов, затрудняющих глобальный охват белорусского религиозного контента, является отсутствие единого общенационального религиозного СМИ (телеканала или веб-ресурса), который бы способствовал репрезентации социорелигиозной жизни белорусского общества.

Вышесказанное намечает перспективы дальнейших исследований, которые заключаются в изучении круга вопросов, касающихся коммуникативных медиастратегий церквей и религиозных организаций в различных типах конвергентных СМИ.

Список цитируемых источников

1. Котляров, И. В. Интеграционные процессы в человеческом измерении (социологические тренды) / И. В. Котляров // Социолог. альманах. — 2017. — № 3. — С. 18.
2. Можейко, М. А. Религиозные ценности в отечественной культурно-исторической традиции [Электронный ресурс] / М. А. Можейко. — Режим доступа: <https://knigi.link/sovremennogo-obrazovatel'nogo-metodologiya/mojeyko-religioznye-tsennosti-otechestvennoy-25337.html>. — Дата доступа: 22.01.2019.
3. Мартинович, В. А. Идентификация новых религиозных движений в печатных СМИ Беларуси [Электронный ресурс] / В. А. Мартинович. — Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/192495>. — Дата доступа: 05.02.2019.
4. Волков, В. А. Архитектоника современного медиапространства / В. А. Волков // Вести Ин-та соврем. знаний. — 2016. — № 3. — С. 65—69.
5. В Гродно вандалы осквернили костел и церковь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://grodno.in/news/8485>. — Дата доступа: 05.02.2019.
6. Касперович-Рынкевич, О. Н. Массмедийный потенциал инновационного развития Республики Беларусь : автореф. дис. ... канд. фил. наук / О. Н. Касперович-Рынкевич. — Минск, 2017. — 26 с.
7. Бойко, А. Церковная пресса. Какой она должна быть? [Электронный ресурс] / А. Бойко. — Режим доступа: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1896>. — Дата доступа: 10.02.2019.

УДК 730:726(477.83/86)

К. Г. Гинько

Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГРОДНЕНСКОЙ ЕПАРХИИ БЕЛОРУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ

Благотворительность является одним из главнейших направлений деятельности любой религиозной организации. Особенно важное внимание этому аспекту уделяется в христианских конфессиях. В соответствии с библейским учением верующим необходимо было стремиться осуществить призыв Христа «накормить голодных», что предполагало активную позицию людей и церковных институтов в деле милосердия. Необходимо отметить, что на белорусских землях исторически благотворительность была непосредственно связана с различными христианскими конфессиями, в том числе и с православной церковью.