

Литература

1. Кройчик, Л.Е. Система журналистских жанров / Л.Е. Кройчик [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://evartist.narod.ru/text5/64.htm#_top. – Дата доступа : 15.11.2015.
2. Лазутина, Г.В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособие для студ. вузов / Г.В. Лазутина, С.С. Распопова. – М. : Аспект-Пресс, 2011. – 320 с.
3. Стральцоў, Б.В. Метад і жанр: асновы творчага майстэрства журналіста : вуч. дапам. / Б.В. Стральцоў. – Мінск : БДУ, 2002. – 118 с.
4. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М. : Аспект-Пресс, 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text2/01.htm>. – Дата доступа : 15.11.2015.
5. Федотов, О.И. Основы теории литературы : учеб. пособие : в 2 ч. – М. : ВЛАДОС, 2003. – Ч. 2. – 240 с.
6. Хализев, В.Е. Теория литературы : учебник / В.Е. Хализев. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Высш. шк., 2002. – 437 с.
7. Цвик, В. Введение в журналистику: учеб пособие / В. Цвик. – М. : Изд-во МНЭ-ПУ, 2000. – 129 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mreadz.com/new/index.php?id=276764&pages=12>. – Дата доступа : 16.11.2015.

Виктор Хруль

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (Россия)

«ВОПРОС – ОТВЕТ» КАК АРХИТЕКТОНИЧЕСКИЙ ПРИНЦИП ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ЖАНРОВ РЕЛИГИОЗНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

После десятилетий государственной политики атеизма, результатом которой стали не только минимизация религиозных практик, но и существенное сокращение информации о религии, журналистика, следуя аудиторному запросу, стала заниматься религиозным просвещением населения (в каких – то СМИ – систематически, в каких-то – от случая к случаю). Именно деятельность по освещению религиозного предметного поля в различных СМИ мы в рамках данной работы называем религиозной журналистикой, понимая ее в широком смысле (в противовес узкому пониманию, где к религиозной журналистике относится деятельность исключительно в рамках конфессиональных СМИ).

Журналистику справедливо рассматривают как познавательную деятельность в рамках общественного разделения труда, как удовлетворение потребности общества в «надежных сведениях о социально значимых изменениях действительности (на очевидном и неочевидном уровнях)» [10, с. 37]. Различая методы познавательной деятельности и методы предъявления информации, Г.В. Лазутина подчеркивает, что журналистский текст «несет в себе

оперативное знание о действительности, предназначенное для повышения надежности социальной ориентации и, следовательно, для укрепления устойчивости общества» [11, с. 52]. В.Д. Мансурова отмечает, что «журналистская картина мира «репрезентирует совокупность самых разных информационно-модельных моделей мира», выступая как особая форма знания [12, с. 53].

Следует отметить, что среди моделей мира религиозные – одни из самых сложных и труднопознаваемых. Как в силу герметичности и сложности самого предмета освещения – религии, так и по причине недостатка подготовленных журналистских кадров религиозная журналистика с точки зрения адекватности довольно часто велась на неудовлетворительном уровне: вместо развеивания старых мифов СМИ порождали и тиражировали новые, вместо разрушения сложившихся стереотипов журналисты приучали аудиторию к созиданию иных. Эти процессы, описанные в литературе [см. 14], свидетельствуют о том, что выполнение российскими СМИ просветительской функции в религиозной сфере испытывает серьезные трудности.

Религия как предмет описания зачастую «инакова» по отношению к прошлому (безрелигиозному или даже атеистическому) опыту как журналистов, так и аудитории, что снижает порог критического восприятия религиозной информации по сравнению, например, с информацией спортивной, деловой или даже прогнозом погоды. Ситуация усугубляется тем, что для аудитории, у которой нет непосредственных контактов с представителями некоторых религий, СМИ остается преобладающим – если не единственным – источником информации об их религиозной жизни. Если аудитория систематически получает негативную информацию о представителях какой-то религии, то возникает высокая вероятность формирования негативных установок по отношению к ней.

Что же предлагают СМИ?

Вместо просвещения: смотрите «первый мистический»

По нашим наблюдениям, в СМИ нарастают процессы иррационализации – намеренной или ненамеренной – тех процессов и явлений действительности, которые вполне познаваемы рациональным путем и поддаются процедурам проверки. Эта тенденция в последние годы становится все более заметной. Вот один из последних примеров – телеканал ТВ3 позиционирует себя как «первый мистический», а подачу материала в таинственной, иррациональной аранжировке считает своей принципиальной задачей, выстраивая на этом принципе вещательную политику канала. Противоположный пример – телеканал «Культура», нацеленный преимущественно на рациональную, проясняющую форму подачи материала, – был и остается маргинальным с точки зрения рейтингов и массового интереса.

Исследования спонтанных текстов интернет – коммуникации обнаружили тенденцию постепенного вытеснения рациональных суждений иррацио-

нальными: «Свое место в общении сегодня чаще, чем прежде, находят вера и религиозные чувства участников дискуссий. Они проявляют себя не только на уровне общей структуры и тематики коммуникации, но и на уровне формирования аргументации» [1, с. 218].

Эта тенденция была подтверждена и последними российскими опросами общественного мнения. В частности, репрезентативный опрос ВЦИОМ, проведенный в октябре 2015 года, выявил, что «со времен перестройки больше стало тех, кто полагает, что некоторые люди имеют колдовские силы и способны наводить порчу (с 37 % в 1990 г. до 48 % в 2015 г.)» [6].

Религии и религиозная деятельность как объект освещения в СМИ с очевидностью распадается на две сферы: а) внутреннюю, ритуально-вероучительную, труднодоступную для описания журналистами (например, православная литургия, таинства, обряды инициации в разных религиях) и б) внешнюю, транспарентную, вполне посильную для понимания журналистами и описания обыденным языком в СМИ.

Одна из важнейших функций журналистики, по нашему убеждению, состоит в рационализации восприятия мира, ведущую роль в которой играют просветительские жанры.

«Кроха сын к отцу пришел, и спросила кроха...»

Аудиторный запрос на просвещение в сфере религии ставит перед журналистами вопрос об адекватных методах поиска информации, эффективных принципах ее организации, привлекательных типах ее «упаковки» (жанрах) и оптимальных каналах ее трансляции.

В связи с этим возникает необходимость в поиске наиболее адекватного инструмента ответа на аудиторный запрос, который объективно лежит в основе просветительской жанровой палитры. На наш взгляд, *базовым архитектурным принципом*, доказавшим свою эффективность на протяжении веков – от «Диалогов» Платона до современных FAQ (Frequently Asked Questions) – часто задаваемых вопросов на интернет-ресурсах – является динамическое взаимодействие *вопросов и ответов* как двух смысловых полей. Причем именно вопрос – ответная структура доказала свою надежность при трансляции религиозных учений в разных культурах (в частности, христианские катехизисы для более легкого усвоения и однозначной интерпретации также облечены в форму ответов на вопросы [8]).

Важно отметить, что мерой эффективности любой просветительской деятельности (и журналистской в том числе) является область «пересечения» этих смысловых полей (то есть область вопросов, на которые для аудитории доступны полные и адекватные ответы). Теоретически представляется возможным даже конструирование соответствующего «измерительного инструмента» для количественной и качественной оценки просветительской деятельности.

Если принять три основных жанрообразующих фактора, выделенные А.А. Тертычным [13], – предмет, целевое наставление (функция) и метод отражения – то вопрос-ответный принцип как таковой относится главным образом к методу отражения действительности в журналистике, а степень его проявления зависит от предмета (в религиозной журналистике эта степень очень высока) и функции (просветительские задачи побуждают журналистов шире использовать ответы на вопросы).

В различаемых А.В. Колесниченко [9] трех группах жанров – новостийных, рациональной и эмоциональной публицистике – вопрос-ответная структура с очевидностью представлена в комментарии, аналитической статье, а также в трех видах интервью – информационном, экспертном и личном.

В той или иной степени все жанры, используемые в просветительской журналистике, обращаются к экспертному мнению. То есть, проще говоря, журналисты задают вопросы, получают ответы и публикуют их в СМИ в жанре интервью, круглого стола, комментария, аналитической статьи с цитированием экспертов и т. п.

Следует при этом отметить, что отдельной проблемой для религиозной журналистики является подбор компетентных и адекватных субъектов выраженного мнения – случаи профанации, обращения к случайным «экспертам» или их тенденциозного отбора уже неоднократно описаны. В частности, как показал в 2008 году анализ публикаций о «семи новых смертных грехах», якобы провозглашенных Ватиканом, в качестве экспертов о сути происходящего российские СМИ привлекали людей, которые на самом деле не являлись экспертами, однако их мнение преподносилось аудитории как мнение людей сведущих. Из более 233 публикаций по теме только в 3 случаях экспертами выступали католические священники и еще в 5 случаях – священники Русской Православной Церкви. В остальных материалах приводились мнения неких «центров общественных экспертиз», «служб стратегического планирования», либо журналисты вообще не обращались за комментариями [14, с. 76].

Вы еще не спросили – а мы уже ответили...

По нашим наблюдениям (которые, впрочем нуждаются в доказательствах количественного характера), в российских СМИ в последние годы вопрос – ответная структура становится все более заметной в журналистских жанрах вообще, и в религиозной журналистике в частности. В ряде случаев она редуцируется до «прямой речи» отвечающего на вопросы субъекта выраженного мнения, публикуемой в жанрах интервью или комментария.

Анализ жанровой динамики позволяет связать эту тенденцию по крайней мере с *пятью факторами*, которые обнажают вопросно-ответный «скелет» журналистской деятельности.

Рассмотрим эти факторы подробнее.

1. *«Вымывание» трудоемких синкретических жанров.* В академической литературе по поводу СМИ стал уже общим местом «плач» по большим традиционным жанрам – портретному и путевому очерку, аналитической статье и др. Этот процесс связан сильной корреляцией с экономическим положением СМИ и наличием/отсутствием временных и денежных ресурсов, которые полагается или не полагается целесообразным инвестировать в трудозатратные жанры.

2. *Кризис «субъектности» журналиста.* Журналист теряет свою самостоятельную «субъектность» как минимум в двух измерениях: а) в области принятия решений о выборе сюжета, объекта, метода, жанра (задания сверху становятся все более жесткими, оставляющими все меньше «степеней свободы» для журналиста) и б) в области корпоративных стандартов (за исключением ориентированных на принципиальную субъективность проектов «авторской» журналистики основная масса российских СМИ следует англосаксонской модели «объективированной» журналистики, жанровая палитра которых предполагает нейтральность корреспондента и задавание вопросов третьим лицам – экспертам, очевидцам, свидетелям).

3. *Цейтнот,* вызванный интенсификацией журналистского труда, в условиях которого просто не остается времени, чтобы покрыть скелет вопросов и ответов нюансированной тканью контекста.

4. *Интерактивные технологии,* побуждающие артикулировать аудиторные вопросы и снабдить их ответами в кратчайшие сроки, что теоретически должно содействовать а) возрастанию внимания аудитории к данному СМИ и б) эффективности воздействия на нее.

5. *Давление внежурналистских вопрос-ответных площадок* (например, Ответы@mail.ru), которые пытаются перевести аудиторию в режим горизонтального «самообслуживания» и обойтись вообще без СМИ в просвещении в разных областях жизни, в том числе и религиозной.

С одной стороны, плакатная вопросно-ответная примитивизация обедняет палитру изобразительных средств, а с другой – порождает новые форматы и жанры, ориентированные на быстрое удовлетворение аудиторного запроса (генерирование оперативных, удобных, легкоусваиваемых ответов на вопросы), поддерживающие «игру на опережение» (заблаговременную заготовку на еще не поступившие, но потенциально возможные вопросы), или даже имитирующие вопросно-ответную структуру просто для усиления динамической напряженности текста в риторическом смысле.

Иными словами, вопросно-ответное доминирование в архитектонике текста при недостатке времени, квалификации или мотивации приводит к изготовлению информационного «фаст-фуда», который непритязательная публика охотно потребляет, постепенно привыкая именно к таким форматам упаковки информации.

Вместе с тем, потенциальные опасности примитивизации общения с аудиторией не отменяют фундаментальной значимости динамического взаимодействия вопросов и ответов как базового принципа в просветительской деятельности, существенным образом влияющего на формирование информационной повестки дня, – вопрос только в качестве продукта, которое зависит от воли коммуникатора и степени благоприятности условий информационного производства.

Индикаторы «обнажения» вопросно-ответной первоосновы просветительских жанров религиозной журналистики заметны как в светских, так и в собственно конфессиональных СМИ. Например, лидер рейтинга российских информационных агентств сайт РИА Новости открыл на своей странице «Религия и мировоззрение» интерактивную рубрику «Ваш вопрос духовенству» [2], где публикуются ответы на вопросы о различных аспектах религиозной жизни, причем экспертами выступают строго священнослужители тех религий, по поводу которых задается вопрос.

Собственно конфессиональные ресурсы, для которых задача адекватной проповеди своего учения является стратегической, еще раньше освоили жанры, построенные по принципу «вопрос – ответ». Вот лишь некоторые примеры: «Вопросы священнику» на сайте Православие.Ру [5], «Вопросы и ответы» в российской католической газете «Свет Евангелия» и на католическом сайте ProCatholic.Ru [4], «Вопросы к раввину» на сайте Ru.chabad.org [7], «Вопросы и ответы на некоторые положения в Исламе» на сайте Ислам.Ру [3].

С учетом тенденций примитивизации жанровой палитры, «клиповости» и мозаичности аудиторного восприятия информации СМИ есть основания прогнозировать дальнейшую количественную и качественную экспансию архитектурного принципа «вопрос – ответ» в пространстве журналистских жанров. Косвенным подтверждением этого становится все большее проникновение в журналистские тексты рейтингового ранжирования (*топ – 25 или топ – 10 персон, событий, явлений, вещей*) и структурирования (*десять способов бросить курить или пять способов похудеть*), что является по сути ответами на скрытые вопросы о влиятельных персонах, событиях, о том, как похудеть или бросить курить.

Во времена, когда наличие информации и доступ к ней уступают по значимости ее систематизации и адаптации к аудитории, матрица «вопрос – ответ» становится все более востребованной в разных областях информационной деятельности, в том числе и в деятельности религиозных СМИ.

Литература

1. Аникина, М.Е. Аргументация в текстах массового сознания // Открывая Грушина. Т. 3. Ред. – сост. М.Е. Аникина, В.М. Хруль. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2012.

2. Ваш вопрос духовенству. РИА Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ria.ru/religion_question/.
3. Вопросы и ответы на некоторые положения в Исламе. Islam.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.islam.ru/content/veroeshenie/43684>.
4. Вопросы и ответы. ProCatholic.Ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://procatholic.ru/index.php?option=com_content&view=section&id=28&Itemid=99.
5. Вопросы священнику. Православие.Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/answers/>.
6. ВЦИОМ, Пресс-выпуск № 2964, 30.10.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115446>.
7. Ищешь ответ? Задай вопрос! Ru.chabad.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ru.chabad.org/library/article_cdo/aid/1869967.
8. Катехизис Католической Церкви. – М.: Рудомино, 1996. – 758 с.
9. Колесниченко, А. Жанры прикладной журналистики / Александр Колесниченко // Журналистика и медиарынок. – 2008. – № 2. – С. 33–36.
10. Лазутина, Г.В. Журналистика и качество массово-информационных потоков: этический аспект // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2004. – № 1.
11. Лазутина, Г.В. Термины – хранилище концепций // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2012. – № 1.
12. Мансурова, В.Д. Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации. – Барнаул, 2002.
13. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
14. Хруль, В.М. Религия, массмедиа и представления о Боге в современной России. Опыт междисциплинарного исследования. – Saarbrücken, LAP Lambert Academic Publishing, 2012.
15. Хруль, В. Мифологизация христианства в российской журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2013. – № 3.

Чжан Хайань

Белорусский государственный университет

СПЕЦИФИКА НОВОСТНЫХ ЖАНРОВ В КИТАЙСКОЙ ГОРОДСКОЙ ПЕЧАТИ

В конце предыдущего столетия в Китае был взят курс на преобразование средств массовой информации. Заметные реорганизации произошли в периодической печати разных уровней. В марте 1998 года в сигнальном экземпляре китайской городской газеты «Хуаси душибао» впервые был выдвинут лозунг «Продвижение ведущих СМИ», что послужило началом изменения содержательно-тематической, жанровой, композиционной структуры многих газет. Выдвинутый тезис «Преобразование основных тенденций и актуализация» стал ориентиром для дальнейшего совершенствования городских газет и началом привлечения внимания деловых кругов.