

ЖУРНАЛИСТИКА И РЕЛИГИЯ: К ПОСТРОЕНИЮ ПРИНЦИПИАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ДИАЛОГА

СМИ с развитием новых технологий все чаще и чаще становятся для своей аудитории первичным источником информации в процессе познания религиозных представлений и формирования собственного ценностно-нормативного мира на постсоветском пространстве. В этом контексте адекватность в освещении религиозной жизни становится все более осознаваемым вызовом как для журналистской практики, так и для медиаобразования.

По результатам наших исследований, проведенных в МГУ в последние годы, противоречия между журналистикой и религией на постсоветском пространстве локализованы в основном не в конфликте между религиозными ценностными моделями и этическими стандартами журналистики (там как раз много общего), а в реальной практике журналистики.

Ряд скандалов последних лет в СМИ, связанных с религиозной сферой (карикатуры на пророка Мухаммеда в Дании, фильм «Невиновность мусульман» во всем мире, ролик с панк-молебном в Храме Христа Спасителя в Москве и др.) обнажили дисфункции медиа в разных странах мира с точки зрения прежде всего их семантической адекватности.

Осознавая, что «конфликтное поле» СМИ и религии распространяется на всю Европу и весь мир, для постсоветской журналистики можно найти даже извинительные причины по сравнению с зарубежными коллегами, имея в виду, во-первых, их невежество в религиозных вопросах после десятилетий систематической атеизации и, во-вторых, слабую артикулированность религиозных концептов в публичной сфере и в общественном мнении (низкий уровень осведомленности об особенностях вероучений и практик христианских, мусульманских, еврейских и других исповеданий существенным образом отличается от ситуации в западных странах, где – при заметной секуляризации – остается распознаваемым базовый христианский культурный код, с трудом восстанавливаемый на постсоветском пространстве).

Следует признать, что свою лепту в поддержание журналистской неосведомленности вносят и сами религиозные организации, которые с трудом переходят к информационной прозрачности от

конспиративной закрытости советских времен. Кроме того, до сих пор остается труднопреодолимой проблема перевода не только слов, но и концепций и нормативных моделей с церковного языка на светский, общепонятный.

Религиозный этос, понимаемый как основанная на вере система определяющих поведение нравственных императивов, свидетельствует о фундаментальной, имманентной человеческой потребности в признании нравственного порядка в мире. И в малой общине, и в совокупности всех последователей мировой религии он обычно отличается высоким уровнем рефлексии и регламентированности во внутренних документах догматического характера. Ядро этоса легко воспроизводимо и транслируемо в сравнительно небольшом тексте (например, десять заповедей в христианстве).

Однако, наряду с прозрачностью и общепринятым единством толкования внутри религиозной общины, вовне, в публичной сфере в силу ряда обстоятельств (недавних репрессий, недоверия к властям, негативного опыта профанации сакрального и проч.) у религиозного этоса могут обнаруживаться серьезные проблемы как в артикуляции со стороны самих духовных лидеров, так и в восприятии со стороны непосвященной общественности.

Становится очевидным, что на самом деле на сегодняшний момент проблема заключается не только в распространении нравственных оценок через СМИ, но и в «дефиците» их производства и распространения.

К сожалению, в условиях слабой артикулированности религиозных этосов ожидать стремительного развития взаимодействия ценностных систем было бы слишком оптимистичным – при всем том, что оно представляется нормативно необходимым.

Только после решения этой проблемы возможен полноценный диалог разных этосов в одном публичном пространстве, основным медиатором и катализатором которого может и должна стать журналистика.

Нацеленность на кропотливую работу со светским журналистским корпусом демонстрирует в последние годы Синодальный информационный отдел Русской Православной Церкви. В рамках мониторинга СМИ он создал «коллектор ошибок», где собираются случаи неадекватного освещения деятельности РПЦ и православия в целом.

На наш взгляд, обострение отношений религии и СМИ связано в первую очередь с обоюдными трудностями осознания и принятия на себя некоторых *обязательств этического характера*, и в

первую очередь – в области налаживания и развития продуктивного общественного диалога. В нормативных моделях (и профессиональных этических кодексах журналистов, и в религиозных социальных доктринах) диалог описывается как явление доброкачественное: как цель журналистской миссии и как средство религиозного миссионерства.

Причина затруднений нам видится в трудностях выработки частных, эмпирически фиксируемых и однозначно интерпретируемых *требований, правил диалога*, которые, с одной стороны, считаются само собой разумеющимися, а с другой – понимаются иногда диаметрально противоположно.

В формате постановки проблемы представляется возможным предложить *принципиальную модель медиатизации религии* в публичной сфере, оптимизированную как для журналистской миссии, так и для религиозного миссионерства, которая содержит ряд требований этического характера.

Исходя из процессуальной цепочки «плюрализм – диалог – консенсус» предлагается рассмотреть для каждого из ее звеньев нормативные принципы «миссии» и «миссионерства».

Отправной точкой на пути к свободному консенсусу и его необходимой предпосылкой является плюрализм, подразумевающий возможность реального существования и выражения свободного мнения. Однако плюрализм – это необходимое, но не достаточное условие для достижения консенсуса. Необходима еще одна критически важная предпосылка – возможность и реальное наличие развитого и сбалансированного общественного диалога, который приводит к общему согласию о ценностях и который невозможно себе помыслить без процессов медиатизации ценностей, без участия СМИ.

Плюрализм и консенсус – это два «столпа» динамического равновесия социума. С одной стороны, плюрализм без горизонтальных связей в обществе и диалога приводит к «атомизации». С другой – авторитарные модели реализации единомыслия, исключаящие из пространства диалога общности, выражающие оппозиционные ценности, в лучшем случае лишь имитируют достижение консенсуса.

Плюрализм в качестве благоприятствующих условий со стороны *религий* предполагает аксиологическую транспарентность, артикуляцию и признание возможности иных аксиологических систем. *А миссия журналистов* при этом заключается в соблюдении репрезентативности, качественной и количественной полноты спектра ценностно-нормативных моделей и разнообразия каналов трансляции.

Диалог требует от *религий* ценностного взаимоуважения, аксиологического взаимопонимания и стремления к участию в диалоге, делегирования своих агентов (экспертов) в публичную сферу. *Журналисты* в диалоге ответственны за его организацию (поиск субъектов, новых «голосов» и введение их в коммуникационное пространство), поддержку (медиацию, модерацию, создание площадок) и развитие (количественное и качественное расширение поля).

Путь к достижению **консенсуса** подразумевает, что *религии* признают возможности компромисса ради общего блага, стремятся к его достижению и оптимизируют свою миссионерскую проповедь с учетом перспективы консенсуса. *Журналисты* при этом не только понимают, но и принимают достижение общественного согласия как одну из своих важнейших целей журналистской деятельности, выступают в роли миротворцев в ходе конфликтов и проявляют профессиональную солидарность в стремлении к общественному согласию.

Аксиологический консенсус предполагает признание ценностных различий и таким образом облегчает совместный поиск взаимоприемлемых решений общих проблем. На практике ценностное согласие особенно актуально в тех ситуациях, когда в обществе существуют глубокие различия в идентичности и ценностно-нормативных моделях, как это наблюдается на постсоветском пространстве.

Логические и процессуальные аспекты функционирования системы «плюрализм – диалог – консенсус» (иными словами – аспекты медиатизации ценностного плюрализма) в российском обществе, на наш взгляд, имеют очевидное проблемное поле прежде всего в области организации и поддержки общественного диалога. Наблюдается и эмпирически фиксируется плюрализм, более или менее развитый в зависимости от конкретного предметного ряда. Однако плюрализм без качественного и сбалансированного диалога не может привести к консенсусу. Поэтому российское массовое сознание – это, скорее всего, не устойчивая динамическая система, а набор «атомизированных» мнений, само формирование которых без диалога проблематично и подвержено манипулятивным технологиям. Формирование «лояльных» власти ценностно-нормативных платформ, имитирующих общественное согласие, на самом деле можно описать как искусственный процесс, как «квази-консенсус», поскольку в нем нет необходимого для вызревания согласия «фермента диалога».

И это представляется серьезной проблемой для журналистики на постсоветском пространстве (по крайней мере в России, Белору-

сии и на Украине) как для социального института, который функционально призван к организации, поддержке и развитию общественного диалога для достижения согласия по базовым ценностям в социуме.

Мирослава Чабаненко

*Запорожский национальный университет
(Украина)*

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКЕ

По справедливому замечанию Е. Вартановой, «журналистика – какой бы смысл мы ни вкладывали в этот термин – уже никогда не будет прежней» [1]. Действительно, наше поколение стало свидетелем глубоких необратимых изменений в медиасфере, которые не могли не отразиться на профессии, призванной информировать общество. Значительное влияние на неё оказали (и продолжают оказывать) цифровая техника, интернет, сетевые технологии, поэтому для исследователей представляет двойной интерес всё, что касается развития самой интернет-журналистики, а также интернет-СМИ.

На сегодня вопросам становления методов и приёмов журналистской работы в сети посвящена масса работ. Отмечают движение в сторону значительной автоматизации процессов производства медиапродукта, которые, на первый взгляд, грозят вытеснением человеческого фактора: «Анализ показывает, что чем исторически «взрослее» и технологически традиционнее СМИ, тем больше в них содержания, созданного журналистами» [1]. С другой стороны, «чем заметнее становятся результаты цифровой революции, тем больше становится зависимость человека от медиасреды», в результате это приводит к диверсификации массмедиа, поскольку «человека медийного с его информационными потребностями необходимо обслуживать разносторонне» [1]. Таким образом, роль журналиста приобретает особый характер: «Современные интернет-СМИ подают контент потребителю там, где ему удобно и в нужном ему формате. Журналисты в этом процессе играют роль профессиональных дирижеров информационными потоками» [6, с. 111].

Утратив одни точки приложения усилий, журналистика ищет другие. А. Черных рассказывает о двух гипотезах, сформулированных Дж. Хартли в статье «Коммуникативная демократия в обществе редакции: Будущее журналистики». Первая из них состоит в том, что современный журналист становится редактором – он часто