



УДК 241.13+37.017.93

## Православная традиция в аксиологии журналистского творчества: к постановке проблемы

О. В. Бакина

*Учебно-методический центр повышения квалификации работников культуры и искусства, г. Киров*

**Аннотация.** Статья посвящена теме ценностных смыслов журналистской деятельности. Особое внимание уделено вопросу формирования мировоззренческих основ участников коммуникативного процесса «журналист – аудитория» на базе православной традиции. Исследование мнений студенческой аудитории позволяет автору сделать вывод о необходимости расширения аксиологического компонента содержания образовательного процесса будущих журналистов, позиционирующих себя православными.

**Ключевые слова:** аксиосфера, православная традиция, культурная идентичность, воцерковленность, нравственность.

Социокультурные, общественно-политические трансформации последних двух десятилетий привели к значительным изменениям аксиосферы и, как следствие, тематико-содержательной модели современных средств массовой информации, медиасистемы в целом и медиатекста в частности. Авторы преобладающего типа медийных текстов, что наполняют глобальный новостной поток, не ставят задачей трансляцию ценностных смыслов, более того – под интенсивным воздействием информации происходит разрушение нравственных ценностей и культивируются индивидуалистические идеалы, противоречащие национальному самосознанию. Исследователи отмечают трансформирование топоса культуры, отражающего этико-нравственную парадигму народа [1, с. 99]. Меняется коммуникативная модель поведения, затруднен процесс национальной самоидентификации. В сложившейся ситуации все более актуальным становится вопрос формирования мировоззренческих основ участников коммуникативного процесса на базе исконных нравственных ценностей, присущих, к примеру, православной традиции.

Патриарх Московский и всея Руси Кирилл в своем выступлении на VI Международном фестивале православных СМИ «Вера и слово» особо отметил: «Если в центре нашего послания миру, которое несет церковная журналистика, будет новый взгляд на проблемы, на жизнь, то тогда мы будем источниками новостей, может быть, не всегда горячих, но способных пробудить мысль, привести людей к пониманию слова Божьего, а самое главное – к обновленному пониманию самих себя и своих отношений с окружающим миром. Считаю, что

перед Церковью стоит огромная задача подготовить корпус таких православных журналистов. Мы очень нуждаемся в подобном служении. Я хочу подчеркнуть, что это именно служение, а не работа, потому что нельзя сегодня быть православным журналистом, а завтра переключиться на другую тематику. С церковной темой человек должен срастись, сжиться, она должна быть темой его жизни» [6, с. 1].

Безусловно, мировоззренческий подход является определяющим в выборе темы творчества, утверждении жизненной позиции журналиста, также как безусловно, что православные медиатексты может создать только журналист, обладающий православным мировоззрением, не со стороны наблюдающий религиозную жизнь, а ее активный участник. Причем качественное содержание его материалов будет напрямую связано со степенью его собственной воцерковленности. Однако ограничение служения православных журналистов только узкоспециализированными церковными средствами массовой информации выявляет ситуацию, отмеченную А. Г. Кузьминым: «Сложность отношения РПЦ и СМИ состоит в том, что Патриархия видит современный мир “секулярным”, “безбожным”... Поэтому в основном, когда представители РПЦ обращаются к СМИ, они предпочитают иметь дело с православными изданиями и информационными агентствами» [4, с. 35]. Оставляя без попечения широкое медийное пространство, Церковь тем самым ограничивает и свое влияние на общество, поскольку церковные издания имеют намного меньшую аудиторию, нежели светские, так как рассчитаны на воцерковленных людей – прихожан православных храмов. Замкнутое пределами церковной ограды коммуникативное поле церковных средств массовой информации не может, следовательно, ретранслировать ценностные смыслы на общество в целом.

Опыт изучения медиатекстов, несущих духовно-нравственные концепты, показывает, что православные по содержанию телевизионные и радиопередачи, журнально-газетные материалы в светских по характеристике учредителей СМИ ничуть не меньше, чем церковные издания, имеют право представлять православную журналистику. Уточним: если по общепринятому определению под журналистикой понимается духовно-практическая деятельность по привнесению в массовое сознание оценок текущих событий, следовательно, православную журналистику можно определить как разновидность духовно-практической деятельности, привносящей в массовое сознание оценку актуальных, текущих событий с православной точки зрения. По сути, обладая православным мировоззрением, журналист с христианских позиций (принципов, взглядов, убеждений) рассматривает проблемы и социальной, и политической, и экономической, и других сфер деятельности человека, вне зависимости от типа издания, где проходит его служение. Строго следуя определениям православного нравственного богословия и учитывая схожесть целей и задач православной педагогики [7] с журналистикой (а они, как известно, пересекаются в своих просветительских, образовательных целях), можно сделать и следующий вывод: православная журналистика – воцерковленная журналистика и журна-

листика воцерковления. Первая позиция относится к создателю медиатекста, вторая – к его адресату. Потому логично, прежде чем возлагать надежды на воспитательную функцию медиасферы, формирование нравственных устоев общества посредством медиатекстов – надо, образно говоря, «воспитать самих воспитателей». Разумеется, решение столь деликатной задачи возможно только в результате преобразования внутренней структуры журналистской деятельности, интериоризации нравственных ценностей, базирующихся на православной традиции, при обязательном условии личного самоопределения. Аксиологический компонент содержания образовательного процесса будущих журналистов в данном контексте видится чрезвычайно важным, ведь для того чтобы самоопределение состоялось, необходимы и знания, в том числе специальные, и закрепленные на практике навыки. Готовность к восприятию новых знаний, способность их творческой репрезентации и, в первую очередь, наличие или отсутствие опыта церковного общения интересовали автора данной работы в ходе занятий со студенческой группой.

Напомним, энциклопедический словарь «Христианство» трактует воцерковление как «особый “чин воцерковления отрочати”, совершаемый в 40-й день по рождению младенца. Чин воцерковления полагает начало введению дитяти в Церковь» [10, с. 383]. Современное применение этого понятия значительно шире, нежели «введение в Церковь дитяти». В духовном смысле «детьми, входящими в Церковь», является большинство взрослого населения России. Потому воцерковление следует понимать сейчас не как особый чин [2, с. 2032], а как постепенное вхождение человека в Церковь, принятие ее таинств, церковного устава, исполнение обрядов, в итоге – исповедание веры, укрепление в вере и духовное возрастание в ней.

По мнению известного ученого-социолога В. Ф. Чесноковой, именно воцерковленность характеризует глубину, чистоту, полноту веры конкретного человека, а религиозность – это определенный вектор, склонность, самоотжествление с той или иной религией [11]. Воцерковленность обладает обязательными внешними проявлениями и прямо или косвенно может быть измерена по неоднократно апробированной методике «В-индекса» В. Ф. Чесноковой. Она заключается в измерении индекса воцерковленности – отнесения опрошиваемых к одной из групп: воцерковленные, полувоцерковленные, начинающие, невоцерковленные, нулевая группа. Критериями являются пять ключевых переменных – внешних показателей православного образа жизни. Это частота посещения храма, частота исповеди и причастия, регулярность чтения Евангелия, молитв и соблюдение установленных в православии постов.

При проведении исследований по измерению индекса воцерковленности православной молодежи Красноярского края Н. А. Шибановой указанная выше методика была ею скорректирована: «За основу были взяты те же пять переменных, но был поставлен вопрос об их неравноценности. Практика показывает, что наиболее надежным индикатором количества людей, реально живущих церковной жизнью, является частота исповеди и причастия. Подготовка к

этим таинствам включает в себя пост, обязательное чтение церковных молитв, посещение богослужений, т. е. здесь идет речь уже об определенном образе жизни. ...Целью нашего исследования не была подробная социальная стратификация сообщества верующих, выделение узких подгрупп разной степени воцерковленности, как в методике В. Ф. Чесноковой. Важно было определить две ключевые точки: реальное количество людей, максимально воцерковленных, и число людей воцерковляющихся – преодолевших грань православия только как культурной самоидентификации. Согласно результатам нашего опроса, достаточно постоянно, хотя и с разной степенью интенсивности, участвуют в церковной жизни 17 % опрошенных, из которых к глубоко воцерковленным можно отнести 3–6 %, к воцерковляющимся – 11–14 %. В целом религиозная жизнь православной по самоидентификации молодежи носит характер личностно-спонтанный, не связанный с систематическим участием в церковных таинствах, осознанным выполнением требований, предъявляемых православной церковью к своей пастве» [12, с. 210–212].

Определение индекса воцерковленности также не являлось конечной самоцелью опроса, проведенного автором данной статьи среди студентов Вятского государственного университета, обучающихся по направлению «Журналистика». Важно было на основе полученных данных выявить степень профессиональной пригодности опрашиваемых к работе (служению) в конфессиональных, церковных СМИ, определить индикаторы культурной идентичности начинающих журналистов.

Из 38 опрошенных на вопрос «Верите ли Вы в Бога, и если да, то к какому вероисповеданию Вы себя относите?» положительно ответили 26 студентов, отрицательно – 3, еще 9 затруднились ответить. Из верующих в Бога число относящих себя к православным и затруднившихся определить свое вероисповедание разделились поровну – по 13 человек. Никогда в сознательном возрасте не посещали храм 23,7 % опрошенных, очень редко – 36,8 %, раз в месяц и чаще – 1 человек. Никогда не приступали к таинствам покаяния и причащения 81,5 % принявших участие в опросе. Причащаются один раз в год обязательно 7,8 %. И столько же (7,8 %) – один раз в несколько лет. Никогда не читали Евангелия 23,6 %, читали когда-то, очень давно – 42,1 %, читали недавно – 28,9 %. Не молятся 18,4 %, редко; иногда, чаще своими молитвами – 68,4 %, молятся церковными молитвами 1 человек. Подавляющее большинство не соблюдает постов – 97,4 %.

Итоги опроса вполне коррелируются с выводами Н. А. Шибановой. Согласно методике «В-индекс» В. Ф. Чесноковой, студентов (за исключением 1-2 человек) нельзя отнести к группе воцерковленных людей, а следовательно, они не готовы пока к работе в конфессиональных, церковных СМИ, предполагающих полное погружение в религиозную жизнь. Однако сделаем при этом акцент на тезисе известного ученого Ю. Ю. Синелиной о том, что «идентифицировать людей в качестве неправославных, если они считают себя православными, вследствие того, что не все у них соответствует церковным канонам, на

наш взгляд, неправомерно» [8], так как для большей части россиян православие в первую очередь – не исповедание христианской веры, а культурная идентичность. Число таких людей по данным, представленным А. Г. Кузьминым, неуклонно растет: «Цифры статистики показывают, что количество людей, относящих себя к православным, является стабильно высоким за весь период 1990–2010 гг. Так, по сведениям ВЦИОМ, если в 1990 г. к православному вероисповеданию себя относили 24 % россиян, то в 2005 г. таковыми себя считали уже 62 %, в 2006 г. – 63 %, а в 2008 г. – 73 % опрошенных [4, с. 24].

Применяя такой ценностно-смысловой подход к православию как культурной идентичности и опираясь на итоги опроса, проведенного среди студентов-журналистов, можно предположить, что для большинства из них православная традиция выступает как средство самопознания мира, усвоения духовно-нравственных ценностей. Этот вывод косвенно подтверждается ответами на дополнительные к «В-индексу» вопросы, среди которых был вопрос о наличии в домах опрашиваемых религиозной литературы. Евангелие есть у 50 % опрошенных, молитвослов – у 13,1 %. Затруднились ответить на этот вопрос 34,2 %. Интерес к религиозной литературе явно присутствует, но, по словам опрашиваемых, не перерастает в религиозную потребность по разным причинам: боязни задавать «глупые» вопросы, неумении вести себя в храме и др.

Ответы на дополнительные вопросы показали и то, что наличие книг в домах опрошенных невелико. Домашняя библиотека до 30 томов есть у 15,8 % опрошенных, до 100 томов – у 31,5 % и примерно столько же (36,8 %) имеют библиотеку свыше 100 томов, но менее 500. Только у 10,5 % домашняя библиотека насчитывает свыше 500 томов. Самое частое объяснение отсутствия книг – наличие информации в электронном виде – не только не снимает проблемы кризиса культуры чтения, но и говорит о формировании личности по эскизам общества информационного потребления, существенно дефрагментирующего аксиосферу журналистского творчества. Как следствие, начинающие журналисты, воспитанные информационным обществом, уже при первом приближении к созданию не «инфотекстов» попадают в ситуацию ценностного конфликта.

Показательной в данном случае видится студенческая публикация в «Вятском епархиальном вестнике», где автор задается вопросами: «Наше поколение идет “в никуда”? У нас нет цели? Кто герои нашего времени? Эти вопросы неожиданно для нас, пришедших во время Свято-Трифоновских образовательных чтений на молодежную секцию в храм Веры, Надежды, Любви и матери их Софии, прозвучали от диакона Олега Фоминых и заместителя председателя Законодательного собрания Кировской области Михаила Курашина. Если честно, то они поставили нас в тупик. Практически никто из нас ответить не смог. Кто все-таки наши герои? По кому можно судить о нашем поколении? Именно над этими вопросами я задумался и попытался найти на них ответ» [5, с. 10]. Автор провел опрос среди своих однокурсников, дал в своем материале все ответы и резюмировал: «Получается, герои для нашего поколения – известные наркоманы и самоубийцы (исключение из приведенного списка – Сергей Бод-

ров мл.). Они – наш идеал. Музыканты, пропагандирующие свободный образ жизни – наши герои. Гитлер – наш герой. Мы сами себе герои, не признающие никаких законов. Что ждет наше поколение? К чему мы идем?» [5, с. 10].

Мировоззренческие трансформации информационного общества неизбежно влекут конфликт нравственных ценностей при обращении к их базовым основам в медиатексте как адекватном отображении действительности. Но согласимся, что возникшие у автора газетного материала вопросы являются примером положительной динамики его духовного самоуглубления, которое видится единственно верным в создании картины мира не по эскизам общества потребления информации, а по духовным потребностям «обновляющейся реальности», о которой писал И. А. Ильин: «Идти человек может только сам, в своем внутреннем духовном опыте, который неизбежно приведет его к внешним поступкам, ибо настоящий и зрелый духовный опыт всегда выражается и заканчивается в целостных и творческих делах. Ни жить, ни творить “за других” нельзя. Жить и творить должен каждый сам. И это удастся ему тем больше и тем лучше, чем глубже он укоренится в своем собственном, выстраданном и вымоленном духовном опыте...» [3, с. 39–40]. Задача в том, чтобы приоткрыть сокровищницу духовного опыта других, дать возможность начать свой собственный путь с вопросов и сомнений. В какой-то мере на решение этой задачи и был направлен пилотный проект проведения творческой мастерской автора данной статьи в рамках Свято-Трифоновских образовательных чтений, а процитированный медиатекст явился одной из форм апробации. Однако привнесение ценностных смыслов в профессиональную журналистскую деятельность должно быть системным и междисциплинарным, с принятием дополнительных мер по углублению аксиологического наполнения образовательного процесса подготовки будущих журналистов, изучаемых ими учебных дисциплин. Известен опыт ведущих вузов страны по включению в рабочие учебные планы дисциплин (спецкурсов, спецсеминаров) по выбору студентов, тематически раскрывающих указанную выше проблематику (например, в СПбГУ спецкурс «Человек в исповедальном жанре») [9, с. 224–226].

Думается, что таким образом сформированные на базе традиционных нравственных ценностей мировоззренческие основы творческой деятельности журналиста (результатом которой является создание медиатекста) будут иметь нравственно воспитующее значение и для другого участника коммуникативного процесса – аудитории. И здесь нельзя еще раз не сослаться на слова Патриарха Московского и всея Руси Кирилла: «Мы живем в особое время, и, может быть, следующее поколение будет говорить о нас так, как иногда мы говорим о поколениях времен русских революций: если бы мы были там, мы бы этого не сделали. Как они могли этого не видеть? Как они могли это допустить? А если бы мы там были, мы бы сделали еще хуже. Вот, как бы и о нас не сказали: “Почему у Церкви не нашлось людей, ярко и убедительно обращающихся к обществу и призывающих его отвлечься от пагубных тенденций не менторским,

учительским языком, а силой слова, силой интеллекта, силой духа?»» [6, с. 2]. Эти слова, конечно же, можно отнести не только к Церкви.

#### Список литературы

1. *Анненкова И. В.* Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры (попытка риторического осмысления) / И. В. Анненкова // Язык современной публицистики / сост. Г. Я. Солганик. – М. : Флинта, Наука, 2005. – С. 99–114.
2. *Брокгауз Ф. А.* Малый энциклопедический словарь / Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон. – М., 1997. –Т. 4. – 624 с.
3. *Ильин И. А.* Путь духовного обновления. В 10 т. Т. 1 : собр. соч. / И. А. Ильин. – М., 1983. – 400 с.
4. *Кузьмин А. Г.* Православная религия как фактор социально-политической идентичности в русском радикальном национализме начала XXI в. / А. Г. Кузьмин // ПОЛИТЭКС. – 2013. –Т. 9, № 3. – С. 24–43.
5. *Макаров А.* Кто он – герой нашего времени? / А. Макаров // Вятский епарх. вестн. – 2012. – № 11. – С. 10.
6. Мы живем в особое время. Из выступления Святейшего Патриарха Кирилла на встрече с участниками VI Международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово» 24 сентября в Зале церковных соборов Храма Христа Спасителя // Русь державная. – 2014. – № 10 (242). – С. 1–2.
7. Священник Евгений Шестун. Православная педагогика. – Самара : Самар. информ. концерн, 1998. – 576 с.
8. *Синелина Ю. Ю.* О критериях определения религиозности населения [Электронный ресурс] / Ю. Ю. Синелина // Социол. исслед. – 2001. – № 7. – С. 96.
9. *Уваров М. С.* Архитектоника исповедального слова / М. С. Уваров. – СПб. : Алетейя, 1998. – 246 с.
10. Христианство : энцикл. словарь : в 2 т. / ред. С. С. Аверинцев. – М. : Большая Рос. энцикл., 1993. –Т. 1 – 863 с.
11. *Чеснокова В. Ф.* Число православных в России увеличивается [Электронный ресурс] / В. Ф. Чеснокова. – URL: [http://krotov.info/history/21/61\\_statistika/2005chesnokova.htm](http://krotov.info/history/21/61_statistika/2005chesnokova.htm) (дата обращения: 02.05.2015).
12. *Шибанова Н. А.* Современная православная молодежь Красноярского края: религиозность, воцерковленность и представление о семье / Н. А. Шибанова // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. – 2013. – № 1(10). – С. 209–215.

## Orthodox Tradition in the Axiology of Journalistic Creativity: Setting the Subject

O. V. Bakina

*Training Center of Skills Improvement of Culture and Art Professionals, Kirov*

**Abstract.** The paper is concerned with the value meanings of journalism. Particular attention is paid to the issue of formation of philosophical foundations of the participants of the «journalist – audience» communication process on the basis of the orthodox tradition. A survey of

students' opinion has led the author to the conclusion that there is need to extend axiological component of the educational process of future journalists that identify themselves as orthodox.

**Keywords:** aksiosphere, orthodox tradition, cultural identity, church-going and strictly observing, virtue.

***Бакина Ольга Владимировна***

*кандидат филологических наук, директор  
Кировское областное государственное  
учреждение дополнительного  
профессионального образования  
«Учебно-методический центр повышения  
квалификации работников культуры  
и искусства»  
610000, г. Киров, ул. Спасская, д. 8  
тел.: 8(8332)647652  
e-mail: olgabakina@mail.ru*

***Bakina Olga Vladimirovna***

*Candidate of Sciences (Philosophy),  
Head  
Kirov Regional State Institution of Additional  
Vocational Training "Training Center  
of Skills Improvement of Culture and  
Art Professionals"  
8, Spasskaya st., Kirov 610000  
tel.: 8(8332)647652  
e-mail: olgabakina@mail.ru*