

Секция «Журналистика»

Стилистика освещения православного праздника в религиозных и светских СМИ

Чернова Кира Юрьевна

Студент

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Факультет филологии и журналистики, Великий Новгород, Россия

E-mail: kira-malaya777@yandex.ru

На сегодняшний день религия в Великом Новгороде занимает не менее важную позицию, чем, например, экономика или политика. Наш город привлекает туристов и паломников огромным количеством древнейших религиозных памятников архитектуры, поэтому тема религии здесь играет существенную роль как в вопросе развития туризма, так и сохранения религиозных традиций новгородцев.

Занимаясь в рамках научно-исследовательского проекта «Мониторинг регионального медиаполя как ресурс медиалингвистики» изучением религиозного дискурса в новгородских светских и церковных СМИ, удалось обнаружить его отличия от других дискурсов новгородского медиаполя: религиозный дискурс – наиболее узкий по тематике, отсюда его стилистические особенности в подаче материалов.

Весомая часть религиозных публикаций посвящена или затрагивает тему религиозного праздника. Последний религиозный праздник, широко освещавшийся как в светских, так и в церковных СМИ – Рождество Христово. Ему посвящены 4 публикации религиозного сайта Новгородской Епархии, а также 10 публикаций в новгородских светских СМИ (в частности, газет, интернет-изданий и информационного агентства).

Чтобы выявить особенности стилистики текстов, возьмем публикацию церковного сайта Новгородской Епархии «Празднование Рождества Христова на Софийской площади» (<http://vn-eparhia.ru/prazdnovanie-rozhdestva-khristova-na-sofijskoj-ploshchadi>) и две публикации светских СМИ: «Как пошла коляда вдоль по улице гулять. . . » (<http://gazetanovgorod.ru/kak-poshla-kolyada-vdol-po-ulitse-gulyat>) городской еженедельной газеты «Новгород» и «Как новгородцы Рождество встречали» (<http://vnnews.ru/sobitai/29614-kak-novgorodci-rojdestvo-vstrechali.html>) новгородской интернет-газеты.

Публикация церковного сайта отличается высоким стилем. Об этом свидетельствует обилие слов церковно-славянского языка наравне с русским, чего нельзя встретить в двух других материалах. К примеру, встречаются такие обороты как «Нетварная Божественность», «вочеловечивание ради нашего спасения», «обращение ко Господу», «Владыка» и др. Текст игнорирует журналистское правило «не начинать предложение с цифры». Публикация грамотно разбита на абзацы, но с громоздкими предложениями, средняя по объему (не более 3 тыс. знаков) и написана в оперативно-новостной жанре заметки. Автор стремится к эмоциональному воздействию на читателя.

Материал еженедельной газеты «Новгород» существенно отличается от предыдущего. Он масштабнее и построен в совершенно другом, симбиозном жанре интервью и репортажа. В тексте также много смысловых абзацев и намного меньше используется сложносоставных предложений, что упрощает понимание при чтении. В отличие от церковной публикации, газетный текст начинается традиционно с лида. Стиль написания тяготеет к художественно-публицистическому. По объему материал также не

превышает 3 тыс.знаков. В отличие от других, в этой публикации наиболее прослеживается автор, который привносит в текст скорее познавательную задачу, нежели просто информирование. В тексте встретилось немного слов из церковной лексики – «христослав», «тропарь», «митрополит». Но автор не просто употребляет их, рассчитывая на читательский кругозор, а толкует значение. Ведущий вопрос, преследуемый автором – не «что произошло?», а «как произошло?» Язык репортажа скорее образный, а не понятийный. Предоставление слова участникам события дает впечатление непосредственности. В тексте используются эмоционально-окрашенные слова: «плохо идут сани», «кататься – одно удовольствие», «какие-то телевизионщики» и др.

Текст интернет-газеты весьма уступает в объеме двум остальным и едва достигает 600 печатных знаков. Публикация написана в жанре заметки. Заметка излагает факты весьма скупо и укладывается в один небольшой абзац, компенсируя это множеством приложенных фотографий праздничных гуляний. Позиция автора в тексте не просматривается вообще. Текст состоит только из набора сухих событийных фактов.

Исходя из анализа, можно сказать, что светские и церковные тексты значительно различаются в принципах подачи материала. Светские интернет-СМИ благодаря информационно-публицистическому стилю стремятся показать в православном празднике очередное событие, равное другим в новостной ленте. Для светских печатных СМИ православный праздник является общественным достоянием, поводом для народных гуляний. Церковные СМИ освещают православный праздник как одно из важных событий года, используя соответствующую стилистику. Исходя из существующих стилей, статья сайта Епархии тяготеет скорее не к официально-деловому стилю, а – церковно-религиозному. В любом материале тема церковного праздника вносит в светский текст церковную лексику, а широта ее употребления зависит от выбранного жанра.