

You Tube telegram whatsapp facebook
Instagram facebook Instagram You
TikTok facebook
whatsapp TikTok !
telegram You Tube whatsapp !! facebook
You Tube | telegram
| whatsapp TikTok
telegram ! Instagram
facebook ! whatsapp
TikTok !
telegram
| facebook
Instagram
You Tube
Instagram

РУКОВОДСТВО

ПО ПОДГОТОВКЕ МЕДИАКОНТЕНТА
НА ТЕМЫ СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ
И МНОГООБРАЗИЯ РЕЛИГИЙ

Instagram | You Tube | ! & whatsapp . TikTok .
Instagram telegram ! facebook .
... You Tube ... telegram ! whatsapp
!! facebook . TikTok
Instagram You Tube | whatsapp
You Tube ! facebook . telegram
Instagram facebook !
whatsapp !! Instagram
!! telegram |
facebook
!! telegram You
!! whatsapp !
? | facebook



В 2022 году Internews в Казахстане начал реализацию проекта SCARF (Supporting Coverage and Advancement Of Religious Freedom – «Поддержка освещения и продвижения свободы вероисповедания»). Перед командой проекта стояла деликатная задача, больше напоминающая вызов – сделать так, чтобы в медиа и СМИ появился авторский пул, умеющий профессионально говорить о религии. «Профессионально» – вовсе не значит быть теологом или иметь духовный сан. Напротив, цель состоит в том, чтобы любой автор, светский или верующий, создающий медийные материалы, смог говорить со своей аудиторией о вопросах, связанных с религией так, чтобы не навредить. «Не навреди» – это тот принцип не только для врачей, но и для журналистов, на который стоит опираться, принимая решение о том, как писать или снимать о людях и об их убеждениях.

Это Руководство стало одним из результатов проекта. Оно – своеобразный навигатор для любого, кто хочет написать материал, снять сюжет или подготовить контент для соцсетей на тему религии и не нарушить закон, не пропагандировать, не уничтожать никакую из религий и чувствовать себя увереннее на интервью и в разговорах с религиозными лидерами и верующими.

Если вы никогда не пробовали обращаться к этим темам, то Руководство станет для вас важным проводником. Если же у вас есть опыт или даже специализация, связанная с освещением в медиа вопросов религии, вы сможете найти чек-листы для проверки собственного материала на соответствие качественным образцам журналистики, почерпнуть вдохновения из главы, посвящённой медийному продюсированию таких материалов и просто освежить собственную экспертизу.

Руководство состоит из трех глав, на которых держится журналистика, освещающая эту тему: обзор от религиоведа, описание законодательного поля в области вероисповедания и профессиональные советы по созданию медийных материалов на эту тему. Для нас было важным, чтобы в этой последней главе, мы смогли опираться на материалы казахстанских авторов, а не просто приводить в пример всемирно известные медиа.

За время реализации проекта вокруг него собралось много неравнодушных людей – участники наших тренингов: профессиональные журналисты, блогеры, студенты, преподаватели, медиаторы; эксперты – юристы, религиоведы; представители религиозных организаций, представители профильных государственных ведомств. Наши журналисты написали сотни материалов, и из реакции аудитории стало понятно – людям важна эта тема, они хотят говорить, читать и смотреть о вопросах религии, веры или атеизма. Возможно, потому что, эта тонкая сфера человеческой души для многих определяет порядок жизни. А возможно, потому что главная загадка человеческого бытия – его смысл и его конечность, не может быть осмыслена в оторванности от самого течения жизни и публичного дискурса, в котором медиа занимают немаловажную часть.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Руководство по подготовке медиаконтента на темы свободы вероисповедания и многообразия религий

ГЛАВА 1

РЕЛИГИОВЕДЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСВЕЩЕНИЯ В МЕДИА ТЕМ СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ И МНОГООБРАЗИЯ РЕЛИГИЙ 5

§ 1.1 Глоссарий религиозных терминов и типичные ошибки	6
§ 1.1.1 Базовые термины	6
§ 1.1.2 Акронимы и сокращения	8
§ 1.1.3 Исламские термины	9
§ 1.1.4 Христианские термины	10
§ 1.1.5 Примеры типичных ошибок	11
§ 1.2 Обзор религиозного ландшафта Республики Казахстан	12
§ 1.2.1 Казахстанская модель светскости	12
§ 1.2.2 Основные даты и события религиозной ретроспективы Казахстана:	13
§ 1.2.3 Что такое традиционный ислам в Казахстане?	14
§ 1.2.4 Интересы мусульман в Казахстане	14
§ 1.2.5 Христиане и другие религиозные группы	15
§ 1.3 Этические рекомендации	16
§ 1.3.1 Нейтралитет, беспристрастность и уважение к чувствам верующих	16
§ 1.3.2 Объективность и баланс мнений	16
§ 1.3.3 Соблюдение прав и законов	16
§ 1.3.4 Верификация данных	17
§ 1.3.5 Правила информационной безопасности	18
§ 1.4 Где искать информацию?	18
§ 1.4.1 Международные организации и документы	18
§ 1.4.2 Национальные органы	19
§ 1.4.3 Неправительственные организации, аналитические и исследовательские центры	19
§ 1.4.4 Эксперты	19
§ 1.4.5 Ключевые аспекты, которые помогут в работе с экспертом-религиоведом	20
Чек-лист для быстрой самопроверки	21
Использованная литература и источники	22

ГЛАВА 2

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСВЕЩЕНИЯ В МЕДИА ТЕМ СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ И МНОГООБРАЗИЯ РЕЛИГИЙ 24

§ 2.1 Обзор основных международных документов и национального законодательства Казахстана в сфере свободы вероисповедания	25
§ 2.2 Обзор национального законодательства	29
§ 2.2.1 Что означает светскость?	30
§ 2.2.2 Как проходит процедура религиозной экспертизы?	34
§ 2.3 Правовые советы для журналистов, освещающих вопросы религии	36
§ 2.3.1 Как избежать языка вражды в журналистских материалах?	36
§ 2.3.2 Право на собственное изображение	38
§ 2.3.3 Использование скрытой камеры	38

§ 2.3.4 Использование в материалах изображений детей	39
§ 2.3.5 Как работать с источниками информации?	39
§ 2.3.6 Правила безопасности	40
§ 2.3.7 Чек-лист для того, чтобы избежать претензий	42
§ 2.4 Термины	43
§ 2.5 Законодательная база	44
§ 2.6 Полезные ссылки	44
Литература	45
Приложение 1. Перечень запрещённой информации (выдержки из закона «О СМИ»)	46
Приложение 2. Запрос на предоставление информации	47
Приложение 3. Жалоба	48

ГЛАВА 3

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ АВТОРОВ КОНТЕНТА НА ТЕМЫ СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ И МНОГООБРАЗИЯ РЕЛИГИЙ 50

§ 3.1 Конфликт-чувствительный подход в журналистике	51
§ 3.1.1 Эффективность освещения конфликт-чувствительных тем	51
§ 3.1.2 Некоторые стратегии конфликт-чувствительного освещения	53
§ 3.1.3 Управление своими убеждениями	55
§ 3.2 Практические рекомендации: этап предпродакшена	56
§ 3.2.1 Выбор и формулирование темы	56
§ 3.2.2 Определение ЦА и её запроса в теме	58
§ 3.2.3 Разработка темы (конфликт, стороны, решения и пр.)	60
§ 3.2.4 Поиск истории и героя	64
§ 3.2.5 Работа с источниками	66
§ 3.2.6 Поиск экспертов и работа с ними	68
§ 3.2.7 Каналы доставки контента	68
§ 3.2.8 Выбор формата	70
§ 3.3 Практические рекомендации: этап продакшена	72
§ 3.3.1 Работа журналиста «в поле»: герои, эксперты, участники событий	72
§ 3.3.2 Между формой и содержанием: выстраиваем повествование	75
§ 3.3.3 Создание контента (текст, видео, аудио, фото)	77
§ 3.3.4 Доработка языка контента	78
§ 3.3.5 Баланс мнений	80
§ 3.3.6 Критерии качества контента	82
§ 3.3.7 Верификация: юридическая и религиоведческая	85
§ 3.4 Практические рекомендации: этап постпродакшена	85
§ 3.4.1 Релиз медиаконтента	85
§ 3.4.2 Переупаковка контента под соцсети	87
§ 3.4.3 Обратная связь с аудиторией	89
Приложение 1. Чек-лист «История конфликта и его причины в журналистском материале»	92
Приложение 2. Чек-лист на основе критериев оценки контента по теме «Свобода вероисповедания и многообразии религий»	93

Г
В
А
А
Г

You Tube telegram whatsapp facebook
Instagram..facebook Instagram You
TikTok| facebook
whatsapp TikTok ! |
telegram You Tube whatsapp !! facebook
• You Tube | telegram &
j! whatsapp TikTok|
"telegram &! Instagram
facebook! whatsapp
TikTok !:
"telegram &
| facebook
& Instagram
You Tube
Instagram
Instagram | You Tube j! & whatsapp .TikTok.
Instagram "telegram &! facebook..
... You Tube ... telegram! whatsapp
!! facebook "TikTok
• Instagram You Tube j! whatsapp
You Tube! : facebook .. telegram
Instagram facebook!
whatsapp!! Instagram
!! : telegram|
j facebook . You
!! "telegram & ..
!! whatsapp!
?| facebook

РЕЛИГИОВЕДЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ОСВЕЩЕНИЯ В МЕДИА
ТЕМ СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ
И МНОГООБРАЗИЯ РЕЛИГИЙ

Автор: **Замир Тулешов, религиовед, арабист, специалист по предотвращению насильственного экстремизма (Казахстан)**

Эксперт: **Икбалжан Мирсайтов, консультант проекта SCARF, кандидат политических наук, старший научный сотрудник Центра социальных исследований Академии наук Кыргызстана**

Свобода вероисповедания – один из ключевых аспектов гражданских и человеческих прав, и в Казахстане, с его множеством этнических и религиозных групп, эта тема имеет особое значение. При этом следует помнить, что, согласно Всеобщей декларации прав человека и Международному пакту о гражданских и политических правах Организации Объединённых Наций (далее – ООН), правом на свободу мысли, совести и религии обладает сам человек, а не религии или убеждения как таковые. Это в том числе и право атеистов, гуманистов, пацифистов, светских и нерелигиозных людей на свободу от агрессивной пропаганды и навязывания им какой бы то ни было религии или убеждения. С развёрнутой информацией относительно законов вы сможете ознакомиться во втором разделе Руководства.

Первый раздел призван предоставить читателю комплексное понимание религиозного ландшафта Казахстана, рассказать об основных религиозных терминах, а также дать рекомендации по этически корректному освещению тем, связанных с религией и верой. Освещая вопросы свободы вероисповедания или убеждений важно не только сохранять объективность и нейтралитет, но и понимать исторические аспекты религиозных традиций в мире. В современном Казахстане освещение вопросов свободы вероисповедания и многообразия религий – достаточно сложная задача и требует от журналиста не только высоких профессиональных навыков, но и глубокого понимания религиозно-политических процессов, происходящих в стране. Это, в свою очередь, предполагает многогранную подготовку и непрерывное самообразование.

Команда проекта SCARF (Supporting Coverage and Advancement Of Religious Freedom), реализуемого Internews, проводила множество тренингов для журналистов и контент-мейкеров, и основными связанными с религией темами на этих тренингах были:

1. Соблюдение светскости – журналистам, работающим в этой области, важно сохранять светский подход, чтобы не поддаваться соблазну занять чью-либо сторону или заняться пропагандой.

2. Точность терминологии – использование точной терминологии критически важно для объективности и недопущения недопонимания или искажения информации.

3. Этические нормы – соблюдение этических принципов, включая уважение к чувствам верующих и умение показывать различные точки зрения, что является фундаментом качественного журналистского материала. Журналистская этика – одна из главных повесток организации Internews.

4. Верификация информации – в условиях широкого распространения дезинформации верификация и фактчекинг являются неотъемлемыми инструментами журналистской и контент-мейкерской деятельности. С развитием инструментов искусственного интеллекта и современных возможностей нейросетей по созданию медиаматериалов данный фактор становится ещё более актуальным.

5. Предупреждение насильственного экстремизма – освещение вопросов, связанных с насилием и экстремизмом требует особой тщательности и компетентности, чтобы контент-мейкер не стал инструментом в руках террористических организаций или глобальных геополитических игроков. При этом авторы Руководства рекомендуют журналистам не использовать термины «деструктивное религиозное течение» и «религиозный экстремист» кроме как в цитатах и с доказательством либо опровержением религиозной мотивации насильственного действия экстремистского характера. Этим и другим вопросам посвящён данный раздел руководства.

§ 1.1 Глоссарий религиозных терминов и типичные ошибки

Понимание и корректное использование религиозной терминологии критически важны для точного освещения вопросов религиозных убеждений. Некорректное же использование терминов может привести к недопониманию со стороны аудитории, к обвинениям в возбуждении или разжигании религиозной розни и даже к серьёзным религиозным конфликтам.

При формировании Глоссария мы ориентировались на терминологические справочники ООН и ОБСЕ, а также выбирали термины с учётом местного опыта профильных государственных ведомств. К определениям некоторых терминов даны дополнительные разъяснения, так как практика показывает, что короткое определение не всегда даёт чёткое понимание термина. Кроме того, в этой главе рассматриваются типичные ошибки, которые журналисты могут совершить при использовании религиоведческой терминологии.



§ 1.1.1 БАЗОВЫЕ ТЕРМИНЫ

Агностицизм – убеждение в том, что существование божественного или сверхъестественного неизвестно или непознаваемо; так как человеческий разум неспособен предоставить достаточные рациональные основания для обоснования либо веры в то, что Бог существует, либо веры в то, что Бога не существует.

Апатеизм – безразличное (апатичное) отношение к вопросам существования или несуществования божеств и сверхъестественного.

Атеизм – отсутствие веры или отрицание существования божеств; также понимается как отрицание существования сверхъестественного вообще – богов, духов, других нематериальных существ и сил, загробной жизни и т. д.

Вера – признание чего-либо истинным независимо от обоснования. Вера даёт человеку ощущение эмоционального наполнения и надежды на компенсацию своих слабостей. Также у верующего появляется чувство духовной связи со сверхъестественным (трансцендентным).

Догмат – религиозный постулат, принцип или набор убеждений, который объявлен обязательной и неизменной истиной; его не оспаривают, но и доказать через естественные науки его невозможно.

Доктрина – официальная или общепринятая трактовка догматической и обрядовой сторон религии. В исламе используется термин мазхаб («богословская школа»).

Конфессия – особенность вероисповедания в пределах определённого религиозного учения, а также объединение верующих, придерживающихся этого вероисповедания.

Критическое мышление – способность человека ставить под сомнение поступающую информацию, включая собственные убеждения; умение смотреть с разных углов на вопрос и генерировать множество ответов на него. Опора на критическое мышление в том или ином сообществе является необходимой предпосылкой для начала цивилизационного развития данного сообщества.

Межрелигиозный диалог – процесс общения и взаимопонимания между представителями различных религиозных традиций. В Казахстане с 2003 года

на регулярной основе проводятся съезды лидеров мировых и традиционных религий, которые призваны способствовать диалогу и согласию между религиями и конфессиями.

Многообразие религий – присутствие нескольких религиозных групп, различных конфессий и доктрин в одном социокультурном пространстве.

Насильственный экстремизм – применение насилия или угроза насилием в целях достижения политических, религиозных или социальных изменений.

Права человека – неотъемлемые права, принадлежащие каждому человеку, независимо от его религии, пола, расы, цвета кожи, языка, национального или социального происхождения или любого иного аспекта. Права человека включают право на жизнь и свободу; свободу от рабства и пыток; свободу религии или убеждений; право на труд и образование и так далее. Конституция Республики Казахстан признаёт, закрепляет и гарантирует обеспечение основных прав и свобод человека в соответствии с международным правом.

Радикализация – процесс, в результате которого индивид или группа людей всё больше склоняются к экстремальным взглядам или действиям, часто с угрозой или применением насилия.

Религиозные идеи представляют собой концептуальную составляющую религии; касаются вопросов происхождения и смысла жизни, природы божественного, добра и зла; формируют мировоззрение верующих; формируют основу доктрин и теологических конструкций, характерных для каждой религии.

Религиозные обычаи – традиции и практики, связанные с вероисповеданием и религиозными церемониями; включают в себя ритуалы, праздники, молитвы, обряды и другие формы поклонения, а также повседневные привычки и действия, направленные на соблюдение религиозных предписаний.

Религиозные ценности выражают моральную и практическую сторону вероучений, направляя поведение и действия верующих; формируют поведение и отношение верующего к миру, к другим людям и к себе самому; передают культурные нормы и традиции последователей.

Религия – система убеждений и догматов, обусловленная верой в сверхъестественное, включающая в себя свод моральных норм и типов поведения, обрядов, культовых действий и объединение людей в общину. Существуют различные подходы в определении термина «религия».

Светское государство – государство, которое официально отделено от религии и не поддерживает ни одну религиозную организацию или верование; предполагается равноудалённость государства от всех религий; решения государственных органов не могут иметь религиозного обоснования.

Свобода вероисповедания – эта формулировка чаще используется в русскоязычной литературе. Она включает в себя право индивида или сообщества в публичной и частной жизни исповедовать или не исповедовать свою веру или религию в практике, поклонении и обрядах. В международной практике более популярны такие термины, как «свобода мысли», «свобода совести» и «свобода религии».

Свобода религии или убеждений – в международном праве принята именно такая формулировка, она в себя включает право иметь и менять свои убеждения или религию; право исповедовать или не исповедовать религию; право практиковать религиозное поклонение без необоснованного вмешательства, защиту от принуждения и дискриминации на религиозной почве; право на отказ от определённых действий по соображениям совести.

Секта – отделившееся от основной группы религиозное сообщество со взглядами или практиками, отличающимися от группы, к которой оно было первоначально прикреплено. Изначально определение «секта» было научным, использовалось в академической среде, но так как оно обрело негативную коннотацию, авторы Руководства не рекомендуют использовать его без дополнительных пояснений в отношении религиозных групп во избежание их стигматизации.

Секуляризм – концепция, согласно которой правительство и другие источники норм права должны существовать отдельно от любого типа религий; не путать с атеизмом (см. выше).

Синкретизм – соединение разнородных вероучительных и культовых положений в процессе взаимовлияния религий в их историческом развитии; смешение различных религиозных учений и практик; слияние идеологий и убеждений.

Теократический режим – форма правления, в которой религиозные лидеры контролируют государство; носитель религиозной власти связан ответственностью только перед «небесной инстанцией», поэтому он приобретает свободу от политических обязательств перед подданными и от контроля с их стороны.

Толерантность – принятие других людей такими, какие они есть, и признание права других на свободу совести; терпимое отношение к их идеям, взглядам, культуре или религии, даже если они не согласны с ними, без дискриминации и осуждения.

Фанатизм – слепое безоговорочное следование убеждениям, особенно в религиозной, национальной и политической областях; доведённая до радикальности приверженность каким-либо идеям, верованиям или воззрениям, обычно сочетающаяся с нетерпимостью к чужим взглядам и убеждениям; отсутствие критического восприятия своих убеждений.

Фундаментализм – стремление вернуться к так называемым основам какой-либо религии, идеологии или культуры, с радикальным исключением всех других интерпретаций и с неготовностью к компромиссу или изменениям.

§ 1.1.2 АКРОНИМЫ И СОКРАЩЕНИЯ

ДРТ – деструктивное религиозное течение. На Портале электронного правительства Республики Казахстан есть такая интерпретация: «Организация, стремящаяся к установлению полного (тотального) контроля над сознанием и волей своих последователей». Призываем не использовать эту формулировку, так как невозможно определить уровень стремления к установлению контроля над сознанием и волей, из-за чего термин становится размытым.

ДУМК – Духовное управление мусульман Казахстана; в административном плане дублирует государственные органы и территориально охватывает весь Казахстан; по сути управляет практически всеми мечетями в стране.

НПО – неправительственная организация. На территории Республики Казахстан НПО можно создать в форме общественного, корпоративного и частного фондов, частного учреждения, общественного объединения, некоммерческого акционерного общества, объединения юридических лиц в форме ассоциации, а также филиала или представительства иностранных и международных некоммерческих организаций.

П/БНЭРВТ – предотвращение насильственного экстремизма и радикализации, ведущих к терроризму, и борьба с ними.

П/ПНЭ – предотвращение и профилактика насильственного экстремизма.

ПНЭ – предупреждение насильственного экстремизма.

РЭ – религиозный экстремизм. Определения этому термину чаще используются в российских публикациях и практике. В описании этого термина часто отсутствует указание на компонент насилия, следовательно, возникает возможность любого человека обвинить в религиозном экстремизме за мнение, отличное от мнения большинства. Рекомендуется не использовать этот термин кроме как в цитатах и с доказательством либо опровержением религиозной мотивации насильственного действия.

§ 1.1.3 ИСЛАМСКИЕ ТЕРМИНЫ

Джихад в широком смысле означает «усилие на пути Аллаха» и может включать в себя как исключительно духовную, так и вооружённую борьбу. Термин часто используется террористическими организациями для оправдания насилия. Некоторые современные мусульманские авторы настаивают на интерпретации термина, не подразумевающей кровопролития, но, согласно Корану, каждый мусульманин должен проявлять усердие в утверждении и защите ислама, расходовать для этого свои материальные средства и свои силы; в случае опасности необходимо подниматься на вооружённую борьбу против врагов веры.

Коран – священное для мусульман писание; был записан со слов исламского пророка Мухаммеда его сподвижниками. Согласно исламскому вероубеждению, Коран является словом Божьим.

Суннизм и шиизм – основные направления в исламе. Около двух миллиардов людей на земле относят себя к мусульманам, из них примерно 85 % называются суннитами, 15 % – шиитами. Есть множество нюансов в догматике каждого из направлений: например, сунниты считают, что все люди, кроме пророков, имеют грехи. Шииты верят, что имамы (духовные лидеры) непогрешимы во всех делах, принципах и вере.

Суфизм – мистическое направление в исламе; включает в себя оккультные практики, схожие с иудейской каббалой. Считается, что Ахмед Ясави (также известен как Хазрет Султан), рождённый в 1093 году в селе Сайрам Туркестанской области, основав школу суфизма и воспитав большое количество последователей, сыграл одну из ключевых ролей в распространении ислама среди тюрков Центральной Азии.

Тагут – термин для обозначения ложного обожествления; также популярно толкование, что «тагут» – это сатана. Но на практике последователи насильственного экстремизма часто называют «тагутами» всех, кто, по их мнению, сотру-

ничают с правительством или вносит вклад в предупреждение насильственного экстремизма, от официального духовенства и правоохранительных органов до независимых экспертов, религиоведов и теологов.

Такфир – яркий пример языка ненависти: обвинение в неверии и вероотступничестве; тех, кому выносятся такфир, называют кафирами (неверными/неверующими).

Фетва – юридическое решение в рамках шариата, выносится коллегиально. В каждом официальном духовенстве, в том числе и в ДУМК, есть комитеты фетв, которые выдают письменные ответы по запросам верующих. Без печати и подписей членов комиссии фетвы являются нелегитимными.

Халифат – наместничество; изначально мусульманское государство, созданное после смерти исламского пророка Мухаммеда и впоследствии возглавляемое халифами – наместниками/преемниками пророка.

Хиджрат – эмиграция, буквально – «переселение»; по некоторым трактовкам, «переселение из земель неверия в земли ислама». Исторически – переселение мусульманской общины под руководством пророка Мухаммеда из Мекки в Медину в 622 году. В 1990-х было активное переселение из стран Центральной Азии в Европу, а в 2011 году наблюдалась пропаганда переселения в Сирию и Ирак. Существует запрет исламского пророка Мухаммеда, который сказал: «Запрещено переселение после фатха (завоевания мусульманами Мекки во главе с пророком Мухаммедом, которое произошло 11 января 630 года)».

Шариат – исламский закон, охватывающий как религиозные, так и гражданско-правовые аспекты жизни; является источником конкретных норм, регулирующих практически все сферы повседневной жизни мусульман.

§ 1.1.4 ХРИСТИАНСКИЕ ТЕРМИНЫ

Библия – собрание текстов, являющихся священными в иудаизме и христианстве. В иудаизме Священным Писанием является Танах, именуемый также еврейской Библией, в христианстве – Ветхий Завет (Танах и дополнительные священные книги) и Новый Завет (Евангелие); христиане считают весь канонический текст Библии написанным под непосредственным воздействием Святого Духа и служащим первоисточником и правилом веры.

Инквизиция – розыск, следствие; судебный институт католической церкви, созданный в XII веке для борьбы с «ересями» и другими преступлениями, входившими в юрисдикцию церковных судов; занимался расследованием деяний, считавшихся в католической церкви преступлениями против христианской веры и нравственности.

Католицизм – одна из основных христианских конфессий, сложившаяся в I тысячелетии н. э., признаёт духовную власть Папы Римского и епископов. В 1054 году произошло разделение единой христианской церкви на католическую на Западе с центром в Риме и православную на Востоке с центром в Константинополе.

Православие – одна из основных христианских конфессий, сложившаяся в I тысячелетии н. э., признаёт духовную власть патриархов. В Казахстане роль православного христианства в развитии культуры и духовной жизни народа отмечена в законе «О религиозной деятельности и религиозных объединениях» наряду с исламом ханафитского направления.

Протестантизм – одна из трёх главных ветвей христианства, в отличие от католичества и православия – более неоднородная; обобщённое название для христианских конфессий, появившихся как оппозиция Римско-католической церкви в XVI веке под влиянием учения немецкого священника Мартина Лютера.

Троица – концепция единства Отца, Сына и Святого духа в христианстве. Один из основных догматов христианства; для разработки этого догмата христианским богословам понадобилось почти четыре века; споры о сущности Троицы привели к множеству толкований и послужили одним из поводов для разделения церковью на католическую и православную; с точки зрения православия, Святой Дух исходит лишь от Бога-Отца, тогда как в католицизме утверждается исхождение Святого Духа также от Бога-Сына.

Церковная иерархия – совокупность церковных должностей и чинов снизу доверху в порядке их подчинённости; можно выделить шесть основных степеней: 1. Верующие. 2. Дьяконы. 3. Священники. 4. Епископы. 5. Митрополиты, кардиналы и архиепископы. 6. Патриархи и Папа Римский.

Экуменизм – движение, нацеленное на достижение более близких отношений и лучшего понимания между христианскими религиями. В ряде христианских конфессий экуменизм считается ересью и не одобряется. Следует с осторожностью использовать данный термин при разговоре о диалоге между христианскими конфессиями.

§ 1.1.5 ПРИМЕРЫ ТИПИЧНЫХ ОШИБОК

Смешение культуры и религии – при создании контента нужно помнить, что не все культурные обычаи являются религиозными, и наоборот (например, Новый год в Казахстане является светским праздником, не подразумевающим празднование Рождества Христова).

Обобщение – использование терминов таким образом, как если бы они имели одно и то же значение во всех религиозных и культурных контекстах (например, «монах» в буддизме и христианстве, «экуменизм» в протестантизме и православии).

Неверная атрибуция – присвоение определённых практик или убеждений всей религии (например, утверждение о том, что абсолютно все мусульмане поддерживают джихад в виде военных действий, или о том, что все христиане едят свинину и молятся у икон).

Неверное произношение и транскрипция – неправильное написание или произношение терминов может восприниматься как оскорбление (например, в последние 10 лет идут споры относительно произношения и транскрипции имени Бога в казахском языке, часть верующих за версию «Аллаһ», тогда как официальное духовенство за версию «Алла»). Или же другой пример: последователи Свидетелей Иеговы против того, чтобы их называли «иеговистами». Необходимо проверять тексты на корректность формулировок. Рекомендуется использовать нейтральную терминологию, избегая таких оборотов, как «секта», «нетрадиционные течения» и др.

Некорректный выбор спикера – обращение к священнослужителям с вопросами, подготовленными для светского религиоведа (например, вам необходимо беспристрастное экспертное мнение о вопросах, связанных с исламом, а вопросы задаются имаму или богослову). Религиоведение имеет ряд узких специ-

ализаций, например, буддолог, исламовед. Их объединяет использование научных методов и принципов познания. Тогда как теологи исходят из веры в определённое божество/бога/трансцендентное. Необходимо учитывать это при выборе спикера.

- Религиовед специализируется на изучении различных религий, их историческом развитии, основных учениях, ритуалах и том, как религия проявляется в социокультурном контексте общества. Такой специалист обычно применяет основанный на фактах и научном методе подход к анализу конкретных религиозных феноменов, стремясь глубже понять бытование религии в конкретной культуре и обществе, не делая акцент на своей личной вере или предпочтениях.

- Теолог занимается изучением божественного через священные тексты и религиозные практики конкретной религиозной традиции. В отличие от религиоведа, теолог обычно вовлечён в религию, которую он исследует, и его интерпретации и выводы часто основаны на личной вере. Основной задачей теолога является понимание и толкование священных доктрин и текстов.

- Исламовед занимается изучением религии ислам, включая её священные тексты, доктрины, историческое развитие и культурные проявления. Его цель – объективно анализировать и интерпретировать исламские тексты, а также понимать исторические и культурные контексты, что тоже требует научной беспристрастности.

§ 1.2 Обзор религиозного ландшафта Республики Казахстан

Казахстан – наиболее этнически и религиозно разнообразное государство в Центральной Азии. Это территориально очень большая страна, где проживают представители 130 национальностей.

Согласно отчёту Комитета по делам религий Министерства культуры и информации Республики Казахстан, по состоянию на сентябрь 2023 года в стране зарегистрировано 3932 религиозных объединения, представляющих 18 конфессий. Из них: 2790 – исламские, 345 – православные, 93 – католические, 588 – протестантские, 61 – Свидетели Иеговы, 24 – Новоапостольская церковь, 13 – Общество сознания Кришны, 7 – иудейские, 6 – бахаи, 2 – буддизм, 2 – мормоны, 1 – муниты.

В том же отчёте отражается, что в стране функционируют 3726 культовых сооружений. Из них: 2788 мечетей, 302 православных храма, 115 католических церквей, 424 протестантских молитвенных домов, 57 молитвенных домов Свидетелей Иеговы, 24 молитвенных дома Новоапостольской церкви, шесть синагог, два молитвенных дома Бахаи, шесть молитвенных домов Общества сознания Кришны, два буддийских храма.

На практике представленные 18 конфессий можно сгруппировать в три категории: мусульмане, христиане и другие конфессии. У мусульман при этом в три раза больше культовых сооружений, чем у христиан. А если брать в расчёт молитвенные комнаты для мусульман, так называемые намазхана, то это количество будет в четыре раза больше (около 4000 в совокупности).

§ 1.2.1 КАЗАХСТАНСКАЯ МОДЕЛЬ СВЕТСКОСТИ

Казахстан провозглашает себя светским государством согласно статьям 1, 14 и 20 [Конституции Республики Казахстан](#). По Конституции никто не может подвергаться какой-либо дискриминации по мотивам отношения к религии, и не допускается пропаганда или агитация религиозного превосходства. Это означает правовое равенство граждан вне зависимости от их отношения к религии, обеспечение государством прав граждан на свободу выбора религии либо отказ от неё и

гарантия регулирования социальных отношений в обществе законами страны, а не религиозными догмами.

Светскость государства является одним из ключевых факторов, обеспечивающих мирное соседство различных религиозных и этнических групп в многонациональных и многоконфессиональных обществах. Светское государство стремится к тому, чтобы каждый гражданин имел равные права и возможности, независимо от его религиозных убеждений.

Существуют разные модели светскости, и они могут различаться от страны к стране в зависимости от исторического, культурного и политического контекста. В некоторых странах, например, во Франции, светскость строго регламентирована, и религиозные символы исключены из государственных учреждений, несмотря на критику Европейского суда по правам человека. В других например, в США, светскость означает, что государство не может устанавливать религию или препятствовать свободному исполнению религиозных обрядов, но при этом религиозные символы [могут присутствовать](#) в общественной жизни. В Казахстане представители власти часто заявляют, что «светскость не следует понимать как атеизм», и в публичной жизни представителей власти, в том числе и главы государства, присутствуют некоторые исламские обряды. Как уже говорилось выше, большая часть населения Казахстана причисляет себя к мусульманам, поэтому в данном Руководстве про ислам может говориться больше, чем про остальные религии.

§ 1.2.2 ОСНОВНЫЕ ДАТЫ И СОБЫТИЯ РЕЛИГИОЗНОЙ РЕТРОСПЕКТИВЫ КАЗАХСТАНА:

■ II век до н. э. – «Великий шёлковый путь», от которого осталось изображение Будды в урочище Тамгалы-Тас в 120 км к северу от Алматы.

■ III век н. э. – появление христианства в Центральной Азии. Казахские племена, такие как найманы, керей и некоторая часть аргынов, становятся христианами.

■ 751 г. – Тюркешский каганат вступил в союз с Аббасидским халифатом. Это оказало большое политическое влияние на религиозную сферу региона. Ислам получает значительное распространение.

■ С 1465 по 1847 гг. – годы существования Казахского ханства. Различные исторические источники констатируют, что жители Казахского ханства придерживались суннитского ислама ханафитского мазхаба (доктрины), однако при этом в общественной и частной жизни населения государства складывался своеобразный синтез (синкретизм) ислама с элементами тенгрианства и шаманизма.

■ В 1865 году вся Центральная Азия стала российской, а главным городом Центральной Азии стал Ташкент – там находились генерал-губернаторство и аппарат чиновников Российской империи. Империя активно регулировала религиозную сферу.

■ С 1922 по 1991 гг. – годы существования СССР. Интересен тот факт, что полной ликвидации организованной религиозной жизни и официального запрета религии, как, например, это имело место в Албании, в СССР не было; а в отдельные периоды своей истории руководство СССР даже оказывало некоторым из конфессий поддержку, преследуя свои политические интересы.

■ 1991 г. – обретение независимости Республики Казахстан и приток иностранных проповедников, в том числе из арабских стран.

■ 2003 г. – начало съездов лидеров мировых и традиционных религий. Последний съезд был в 2022 году, он собрал 108 делегаций, в том числе представителей от ислама, христианства, буддизма, иудаизма, индуизма, даосизма, зороастризма, синтоизма, а также политических и общественных деятелей, представителей международных организаций и экспертного сообщества.

■ 2004 г. – начало судебных запретов на организации религиозной направленности.

■ 2011 г. – серия терактов и создание Агентства РК по делам религий (нынешнее название – Комитет по делам религий Министерства культуры и информации Республики Казахстан).

§ 1.2.3 ЧТО ТАКОЕ ТРАДИЦИОННЫЙ ИСЛАМ В КАЗАХСТАНЕ?

Под традиционным исламом в Казахстане в последние несколько лет подразумевается концептуальный документ «Платформа мусульман Казахстана», разработанный ДУМК на основе своего Устава и с учётом светского характера государства для мирного сосуществования мусульман с представителями других религий и лицами, не являющимися последователями какой-либо религии.

«Платформа ДУМК» определяет основные религиозные убеждения мусульман Казахстана, отношение к светскому обществу, законодательству государства и установленному порядку в обществе, получению образования, медицинской помощи, защите Родины, окружающей среде, труду и уважению семейных ценностей, традиций и особенностей народов, проживающих на территории страны.

При этом следует отметить влияние на бытование казахстанского ислама и зарубежных проповедников, с начала 1990-х в Казахстан регулярно приезжали проповедники из Саудовской Аравии, Египта и Палестины, а также из Индии и Пакистана.

§ 1.2.4 ИНТЕРЕСЫ МУСУЛЬМАН В КАЗАХСТАНЕ

Мусульмане в Казахстане в целом открыты ко всему иностранному, хорошо относятся как к восточной, так и к западной культуре. Есть отдельные общины, для которых Саудовская Аравия является примером ритуальной практики, потому что там находится Мекка, в которую совершают паломничество мусульмане. Есть также те, кто идеализирует турецкого президента Реджепа Эрдогана, во многом по причине грамотного пиара. Есть острый негатив к Китаю со стороны уйгурских сообществ. В отношении США и Европы прямого негатива не наблюдается. Западная культура в целом проникла в Казахстан в 1990-х в рамках процесса глобализации, в первую очередь информационной, поэтому ко многим её проявлениям отношение лояльное.

Многие жители Казахстана могут выразить вербальную поддержку концепции гендерного равенства, однако на практике этому не следуют. Нередки выступления против феминизма как феномена. Практически все мусульманские и христианские патриархальные сообщества настроены против ЛГБТ-сообщества, а множество в различных формах практикуют и так называемые традиционные общины.

Многие смотрят лекции и слушают проповеди онлайн. В том числе влияние могут оказывать записи выступлений живущих и уже умерших проповедников насильственного экстремизма.

Одна из тенденций последнего времени – обращение блогеров без религиозного образования к проповеди ислама. Но в основном мусульманские общины слушают теологов-проповедников в соответствующем облике богослова на русском и казахском языках, а также доверяют переводам видеозаписей проповедей различных шейхов с многомиллионной аудиторией.

§ 1.2.5 ХРИСТИАНЕ И ДРУГИЕ РЕЛИГИОЗНЫЕ ГРУППЫ

Кроме мусульман, в Казахстане присутствуют представители христианства, иудаизма, тенгрианства, буддизма, кришнаизма и других религиозных групп, также следует отметить, что большинство населения – светские люди.

Представители православного христианства – вторая по величине религиозная группа в РК. Русское православие имеет долгую историю в Казахстане, это крупнейшее христианское сообщество в стране. Казахстанский митрополичий округ РПЦ включает в себя 302 храма, и все они подчинены Московскому патриархату. Это означает, что православные церкви в Казахстане подчинены вышестоящей православной иерархии в России и не имеют автономного статуса. Казахстанский митрополичий округ следует канонам и уставам Русской православной церкви и поддерживает тесные связи с православной общиной России. Важно отметить, что, помимо РПЦ, в Казахстане также существуют и другие христианские конфессии, такие как католическая церковь, протестантские церкви и другие христианские группы, и они также играют свою роль в религиозном ландшафте.

Иудаизм – религия еврейского народа; основное священное для них писание – Тора. Есть несколько общин, преимущественно в городах Алматы и Астане. Также страну периодически посещают ортодоксальные иудеи (хасиды) и организуют свои мероприятия.

Тенгрианство – традиционная вера тюркоязычных народов, которая почитает бога Тенгри. Эта религия была распространена среди многих тюркских и монгольских народов в течение многих веков. С приходом христианства и ислама тенгрианство ушло в тень, но не исчезло полностью и сохранило своё влияние в некоторых традициях и обрядах. В современном Казахстане интерес к тенгрианству возрождается, особенно среди этнических казахов.

Многочисленные исследования международных социологических агентств показывают, что во всём мире с 2007 года наблюдается снижение уровня религиозности. Например, «Арабский барометр» отчитался ещё в 2019 году, что доля мусульман, доверяющих религиозным лидерам, упала до 40 %, а религиозным партиям доверяли тогда менее 20 %. Однако в Казахстане наблюдается обратная тенденция.

Можно сказать, что религиозный ландшафт Республики Казахстан динамичен. И это ставит вызовы: необходимо, чтобы религиозная часть населения была толерантной, уважала представителей других конфессий, а также нерелигиозных людей, которых в Казахстане большинство, не отвергала светский строй государства, умела критически мыслить и защищаться от пропаганды и радикализма.

§ 1.3 Этические рекомендации

§ 1.3.1 НЕЙТРАЛИТЕТ, БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ И УВАЖЕНИЕ К ЧУВСТВАМ ВЕРУЮЩИХ

Международные ассоциации журналистов рекомендуют журналистам, которые не могут быть беспристрастными, отказаться от деятельности по освещению вопросов, связанных с религией. Если вы способны соблюдать нейтралитет, и ваши личные убеждения не вмешиваются в вашу профессиональную работу, то эти рекомендации помогут вам и далее качественно выполнять свою работу.

Как отмечалось выше, важно иметь глубокое понимание контекста, включая политический, социальный и культурный аспекты. Это подразумевает не только описание событий, но и исследование их исторических корней, консультации с экспертами и избегание поверхностного освещения вопросов религии. Отдельно следует воздержаться от трансляции действий или высказываний, которые могут оскорбить религиозные символы или практики.

Важно использовать язык, который не будет загружен оценочными суждениями и негативными коннотациями в религиозном контексте, чтобы поддерживать уважительное и беспристрастное освещение религиозных вопросов. Это включает в себя осторожное отношение к подбору определений, чтобы избежать стигматизации, и корректное использование терминов. Остерегайтесь использовать обобщающие формулировки и стереотипы, которые могут исказить представление о приверженцах определённой религии. Также необходимо подходить с уважением и честностью к религиозным лидерам и верующим.

§ 1.3.2 ОБЪЕКТИВНОСТЬ И БАЛАНС МНЕНИЙ

Уделите внимание точному представлению информации. Говоря о вере, мы уже распространяем информацию, которую невозможно подтвердить с точки зрения естественных наук и фактчекинга. Священные писания у каждой религиозной группы свои, и для них содержимое писаний является неоспоримым фактом. Помните, что богословские толкования священных писаний не являются истиной в последней инстанции, и сами воздержитесь от толкования. Для объективного освещения следует обращаться к различным источникам: от религиозных лидеров до академических экспертов, от представителей общественных организаций до государственных институтов.

§ 1.3.3 СОБЛЮДЕНИЕ ПРАВ И ЗАКОНОВ

Прежде всего важно соблюдать принцип конфиденциальности и не раскрывать чувствительную персональную информацию без информированного согласия участников, когда они осознают все последствия своего решения. Это позволяет уважать права всех людей, независимо от их религиозной принадлежности, и избегать дискриминации или насилия в отношении какой-либо религиозной группы или провокации насилия с их стороны. Также это включает в себя соблюдение всех необходимых нормативов и правил, чтобы действовать в рамках закона.

Осведомлённость и обучение также играют важную роль в этом контексте. Журналисты и контент-мейкеры, которые освещают вопросы религии,

должны постоянно повышать свою квалификацию, изучать новости по данной теме и следить за изменениями в религиозном ландшафте.

Доступ к информации играет ключевую роль в журналистике, однако он также подвержен ряду правовых и этических ограничений. Если журналист не может найти информацию в открытых источниках, он должен приложить усилия, чтобы убедиться в правомерности доступа к ней. Например, если нет доступа к информации о конкретном деле в базе данных, журналист должен обратиться к соответствующим органам или агентствам с запросом на предоставление этой информации с соблюдением законных процедур и правил конфиденциальности. Важным аспектом при этом является соблюдение авторских прав. Использование изображений из интернета без разрешения или надлежащей атрибуции может нарушать авторские права и привести к юридическим последствиям. Журналисты должны уделять особое внимание этой стороне, предпочитая использовать материалы с соответствующими лицензиями или получая разрешение от авторов на использование их работ.

Анонимные источники следует принимать во внимание, только если их авторы подтвердят истинность изложенных в этих текстах сведений. В противном случае, если информация окажется противоправной, к ответственности могут привлечь журналиста.

Рекомендуем не ссылаться исключительно на представителей религиозных объединений, которые формируют мнение лишь на основе религиозных знаний. Исключение возможно в рамках сравнительного анализа с целью представить альтернативное мнение. Обращение к экспертам за разъяснением либо комментарием поможет в дальнейшем избежать проблем. Регулярно проверяйте список запрещённых организаций при подготовке материалов. Его вы можете найти на Портале электронного правительства Республики Казахстан (<https://egov.kz>). Следите за комментариями к опубликованным текстам и материалам. Призывы к насилию или дискриминации недопустимы и в комментариях. Ответственность за них, согласно действующему законодательству, несут редакции СМИ, если комментарии опубликованы на ресурсе СМИ.

§ 1.3.4 ВЕРИФИКАЦИЯ ДАННЫХ

Важность фактчекинга и надёжных источников в журналистской работе, особенно при обращении к религиозным темам, не может быть недооценена. Ошибки в этом процессе могут вызвать значительные общественные реакции и негативные последствия.

Важно различать первичные и вторичные источники. Такие источники, как законодательные акты и священные тексты, должны быть использованы при создании материала в первую очередь. Вторичные источники, такие как статьи и обзоры, а также комментарии проповедников и богословов, могут быть интересными, но требуют дополнительной проверки.

Необходимо также аккуратно проверять даты, имена, места и события, особенно если они имеют религиозное или культурное значение. При цитировании священных текстов рекомендуется консультироваться с экспертами.

§ 1.3.5 ПРАВИЛА ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

■ Не доверяйте информации, поступающей из интернета, нужно подвергать её сомнению, искать доказательства или опровержения.

■ Не полагайтесь на первое впечатление, включайте критическое мышление.

■ Всегда проверяйте разные точки зрения, научитесь переключать эмпатию и цинизм.

■ Безэмоционально оценивайте состав новости: только факты – что случилось.

■ Обязательно предполагайте, что, возможно, перед вами фейк, и этого в реальности даже не происходило.

■ Не нужно верить в прямую зависимость событий от условий.

■ Помните: люди склонны ошибаться.

Верификация информации и фактчекинг особенно важны при освещении тем, связанных с религией, поскольку неточная или искажённая информация может легко стать причиной конфликтов.

§ 1.4 Где искать информацию?

У каждого журналиста и контент-мейкера есть свои источники, которые собирались годами и пополняются с опытом работы. Освещение вопросов свободы вероисповедания требует не только знания существующих религиозных доктрин и практик, но и понимания правового, социального и культурного контекста, в котором эти вопросы обсуждаются. В условиях ограниченности и отсутствия доступа к экспертам журналистам и контент-мейкерам предлагается начать поиск информации с базовых мировых источников.

§ 1.4.1 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ДОКУМЕНТЫ

Всеобщая декларация прав человека (ВДПЧ ООН) и Международный пакт о гражданских и политических правах (МПГПП ООН) – фундаментальные документы, закрепляющие право на свободу религии и убеждений.

Организация Объединённых Наций и её структурные подразделения, такие как UNOCT, UNODC, UNESCO, UNICEF и UNDP, являются важными источниками информации и аналитики по вопросам свободы вероисповедания и проблем, связанных с религиями и убеждениями.

Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (OSCE) и Бюро ОБСЕ по демократическим институтам и правам человека (БДИПЧ) – источники стандартов и рекомендаций по защите прав человека.

§ 1.4.2 НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОРГАНЫ

Комитет по делам религий Министерства культуры и информации Республики Казахстан (КДР МКИ РК) – основной источник официальной информации; доклады, статистика и законы, касающиеся регулирования религиозной деятельности.

§ 1.4.3 НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, АНАЛИТИЧЕСКИЕ И ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ЦЕНТРЫ

■ Агентство Соединённых Штатов Америки по международному развитию (USAID), Германское общество по международному сотрудничеству (GIZ), Институт мира Соединённых Штатов Америки (USIP) и другие международные организации проводят исследования и проекты, имеющие отношение к вопросам свободы совести.

■ Северная екуменическая сеть по свободе религии или убеждений (NORFORB), Ассоциация религиозных новостей (Religious News Association – RNA) и их проекты Religion Stylebook и Religion Link, образовательные проекты Internews, Международная ассоциация журналистов, освещающих вопросы религии (IARJ), Международное новостное агентство и аналитический центр (Forum 18), Глобальный контртеррористический форум (GCTF), Поиск точек соприкосновения (SFCG), Женщины без границ (WwB), Международный центр борьбы с терроризмом (ICCT), Pew Research Center: религия и общественная жизнь (Pew Research), Служба религиозных новостей (Religion News Service), Проект плюрализма Гарвардского университета (The Pluralism Project), Новости мировых религий (World Religion News), Patheos, «BBC: религия и этика» – предоставляют очень полезные онлайн-ресурсы, публикации и базы данных по вопросам свободы вероисповедания и мирного сосуществования различных конфессий.

Освоение вышеупомянутых источников даст хороший старт для изучения свободы вероисповедания в мировом контексте. Помните о критическом мышлении и необходимости верификации информации, даже если она получена из авторитетных источников.

§ 1.4.4 ЭКСПЕРТЫ

В поиске экспертов мы рекомендуем начать со следующих направлений.

■ **Религиоведы – эксперты в области изучения религий, их истории, доктрин и практик. Где искать: академические учреждения, научно-исследовательские институты, публикации в журналах по религиоведению.**

■ **Социологи религии – специализируются на изучении социальных и культурных аспектов религиозных сообществ. Где искать: университеты, социологические журналы, социологические исследовательские центры.**

■ **Психологи религии – анализируют психологические аспекты веры и религиозного поведения. Где искать: медицинские университеты, журналы по психологии, клиники.**

■ **Лидеры религиозных общин – ведущие фигуры различных религиозных общин. Где искать: храмы, мечети, церкви, синагоги и религиозные организации.**

■ **Активисты по правам человека – защитники свободы вероисповедания и прав религиозных людей. Где искать: НПО, гражданские организации, социальные медиа.**

■ **Законодатели с экспертизой в религиозных вопросах – парламентарии, специализирующиеся на религиозных аспектах законодательства. Где искать: парламент, Комитет по делам религий Министерства культуры и информации Республики Казахстан, официальные сайты законодательных органов.**

■ **Журналисты с экспертизой в религиозных вопросах – журналисты с академическим или профессиональным бэкграундом в религиоведении. Где искать: СМИ с сильным фокусом на культурные и религиозные темы, академические публикации.**

Каждая из этих категорий экспертов может предложить уникальный взгляд на религиозные вопросы в различных сферах – от академических исследований до функционирования гражданского общества и государственного управления. Чтобы определить, действительно ли спикер является специалистом, особенно в такой деликатной и многогранной области, как религиоведение, следует учитывать ряд критериев и особенностей.

§ 1.4.5 КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ, КОТОРЫЕ ПОМОГУТ В РАБОТЕ С ЭКСПЕРТОМ-РЕЛИГИОВЕДОМ

■ **Образование и опыт.** Обратите внимание на академическую степень, наличие публикаций, лекций, участие в конференциях и исследовательских проектах.

■ **Рекомендации.** Коллеги и другие профессионалы в данной области могут предоставить ценную обратную связь о квалификации эксперта.

■ **Специализация.** Религиоведение – это широкая дисциплина. Уточните, в какой конкретной области специализируется эксперт.

■ **Гибкость во взглядах.** Важно, чтобы эксперт мог рассматривать вопросы с разных точек зрения, не придерживаясь жёстких догм.

■ **Постоянное самообучение.** Религиоведение, как и многие другие науки, постоянно развивается. Эксперт всегда в курсе последних тенденций в своей области.

Работая с экспертом, уважайте его мнение, даже если оно не совпадает с вашими взглядами. Взаимное уважение и понимание – залог эффективного сотрудничества.

ЧЕК-ЛИСТ

для быстрой самопроверки

ДЕЛАТЬ

■ Тщательно готовьтесь к публикации – убедитесь, что вы хорошо осведомлены о предмете, и у вас достаточно источников; проконсультируйтесь со специалистами или экспертами по религии.

■ Будьте объективны – стремитесь к балансу мнений; старайтесь дать слово представителям всех затронутых религиозных и нерелигиозных групп.

■ Проведите верификацию информации, используйте только информацию от надёжных источников, особенно тщательно проверяйте статистическую информацию.

■ Корректная терминология – используйте правильные и нейтральные термины, когда говорите о религиозных практиках.

■ Цитирование – консультируйтесь с экспертами, чтобы глубже проникнуть в тему; цитируя религиоведа и религиозного деятеля, помните, что это представители разных сфер, и их терминология может отличаться.

■ Этические нормы – соблюдайте журналистскую этику и уважайте чувства верующих; избегайте языковых оборотов, которые могут быть восприняты как оскорбление или унижение; избегайте категоричности в высказываниях.

■ Контекст – предоставьте достаточно информации о контексте, чтобы читатель, слушатель или зритель мог понять общую картину событий.

Этот чек-лист позволит избежать распространённых ошибок и соблюсти высокие стандарты при освещении вопросов свободы вероисповедания и многообразия религий не только в Казахстане, но и в мире.

В заключение хочется подчеркнуть важность светского и нейтрального подхода при глубоком понимании и чувствительности к темам, связанным с религиями и убеждениями. Мы считаем, что все контент-мейкеры должны стремиться к обеспечению точности и правдивости информации, чтобы способствовать взаимопониманию и уважению между различными религиозными и нерелигиозными группами. Мы верим, что применение предоставленных принципов и рекомендаций будет способствовать формированию более объективного медиaprостранства.

НЕ ДЕЛАТЬ

■ Не драматизируйте – избегайте сенсационализма в освещении религиозных тем; не искажайте факты и не вырывайте из контекста цитаты ради привлечения внимания.

■ Не принимайте чью-либо сторону – избегайте проявления симпатий или антипатий к какой-либо религиозной или нерелигиозной группе.

■ Не используйте оценочные суждения – оставьте оценки и интерпретации экспертам; избегайте использования предвзятых выражений о религиозных или нерелигиозных группах.

■ Не навязывайте собственные взгляды; ваша задача – информировать, а не миссионерствовать или пропагандировать.

■ Не игнорируйте мнения меньшинств – даже если какая-то группа меньшинство в религиозном контексте, её мнение также важно, это из принципов демократии; не ограничивайтесь только одним источником и точкой зрения.

■ Религиозные дебаты – не стоит кликбейтить и провоцировать дебаты или конфликты, так как тема очень чувствительная.

■ Избегайте стереотипов – не пытайтесь упростить сложные религиозные вопросы до уровня стереотипов и клише, остерегайтесь стигматизации.

Достижение толерантности и уважения между различными религиозными и нерелигиозными группами требует усилий со стороны государства, религиозных общин и гражданского общества. Образовательные программы, культурные мероприятия, общественные форумы и диалоги могут способствовать расширению знаний о различных религиях и культурах, а также формированию уважения к разнообразию мнений и убеждений. Также важно обеспечить, чтобы законодательство и политика в области религии соответствовали международным стандартам свободы совести и вероисповедания.

Обучение критическому мышлению, медиаграмотности и знанию своих прав и обязанностей как граждан может помочь людям защититься от нежелательных воздействий и принимать осознанные решения в отношении своей и чужой религиозной принадлежности и духовности. В конечном итоге создание инклюзивного и толерантного общества – это общая задача для всех жителей Казахстана.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. Чип Хиз и Дэн Хиз, книги «Сделано, чтобы прилипнуть», «Сила момента», «Переключайтесь», «Ловушки мышления» и «Сердце перемен»: Издательство «МИФ».
2. Бородин Андрей Михайлович, диссертация «Политические проблемы современного терроризма»: Шифр хранения в РГБ: ОД 61 02-23/93-2.
3. Комитет по делам религий Министерства культуры и информации Республики Казахстан (КДР МКИ РК) [<https://www.gov.kz/memleket/entities/din?lang=ru>].
4. Всеобщая декларация прав человека (ВДПЧ ООН): [<https://www.un.org/ru/universal-declaration-human-rights/>].
5. Международный пакт о гражданских и политических правах (МПГПП ООН): [<https://www.ohchr.org/ru/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>].
6. Бюро по демократическим институтам и правам человека (БДИПЧ ОБСЕ): [<https://www.osce.org/odihr>].
7. ООН: [<https://www.un.org/>].
8. ОБСЕ: [<https://www.osce.org/>].
9. USAID: [<https://www.usaid.gov/>].
10. GIZ: [<https://www.giz.de/>].
11. USIP: [<https://www.usip.org/>].
12. NORFORB: [<https://www.forb-learning.org/>].
13. Religion News Association: [<https://rna.org/>].
14. The Religion Stylebook: [<https://religionstylebook.com/>].
15. Religion Link: [<https://www.religionlink.com/>].
16. Internews: [<https://www.internews.org/>].
17. IARJ: [<https://www.theiarj.org/>].
18. Forum 18: [<https://www.forum18.org/>].
19. GCTF: [<https://www.thegctf.org/>].
20. SFCG: [<https://www.sfcg.org/>].
21. ICCT: [<https://icct.nl/>].
22. Pew Research Center: [<https://www.pewresearch.org/>].
23. Religion News Service: [<https://religionnews.com/>].
24. The Pluralism Project: [<https://pluralism.org/>].
25. World Religion News: [<https://www.worldreligionnews.com/>].
26. Patheos: [<https://www.patheos.com/>].
27. BBC: Религия и этика: [<https://www.bbc.co.uk/religion>].
28. Religion News Service: [<https://religionnews.com/>].
29. Women without Borders (WwB): [<https://wwb.org/>].

МНОГООБРАЗИЕ РЕЛИГИЙ

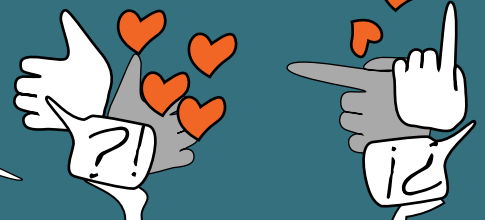
ЭТИЧЕСКИЕ
НОРМЫ

СОБЛЮДАЙТЕ
НЕЙТРАЛИТЕТ
И УВАЖЕНИЕ
К ЧУВСТВАМ
ВЕРУЮЩИХ



МНОГООБРАЗИЕ РЕЛИГИЙ

ПРИСУТСТВИЕ НЕСКОЛЬКИХ
РЕЛИГИОЗНЫХ ГРУПП,
РАЗЛИЧНЫХ КОНФЕССИЙ
И ДОКТРИН В ОДНОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ



СВОБОДА ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ

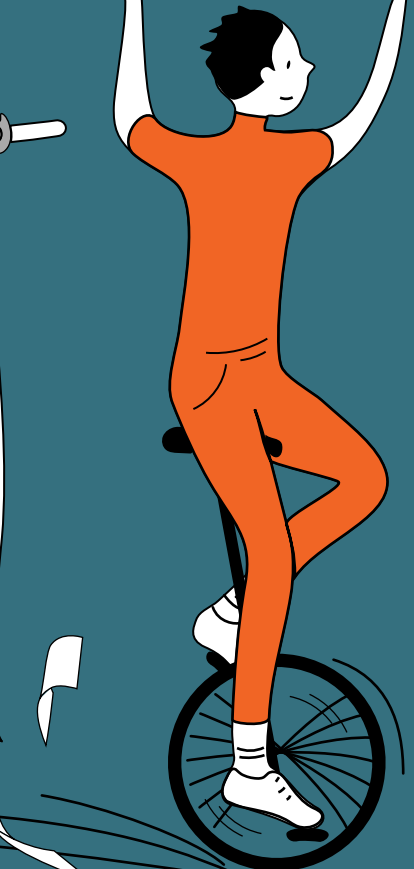
ПРАВО КАЖДОГО
ЧЕЛОВЕКА
СВОБОДНО И
САМОСТОЯТЕЛЬНО
ВЫБИРАТЬ И
ИСПОВЕДОВАТЬ
ЛЮБУЮ РЕЛИГИЮ

МОДЕЛЬ СВЕТСКОСТИ

РАВЕНСТВО
ВСЕХ РЕЛИГИЙ
И
РЕЛИГИОЗНЫХ
ОБЪЕДИНЕНИЙ
ПЕРЕД
ЗАКОНОМ

СВОБОДА СОВЕСТИ

ПРАВО ЧЕЛОВЕКА
ИСПОВЕДОВАТЬ
ИЛИ НЕ
ИСПОВЕДОВАТЬ
СВОЮ ВЕРУ ИЛИ
РЕЛИГИЮ В
ПРАКТИКЕ,
ПОКЛОНЕНИИ И
ОБРЯДАХ



СОБЛЮЖДЕНИЕ БАЛАНСА

СТАВА 2

ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСВЕЩЕНИЯ В МЕДИА ТЕМ СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ И МНОГООБРАЗИЯ РЕЛИГИЙ

You Tube telegram whatsapp facebook
Instagram.. facebook Instagram You
TikTok| facebook
whatsapp TikTok ! |
telegram You Tube whatsapp !! facebook
• You Tube | telegram &
• j! whatsapp TikTok|
"telegram &! Instagram
facebook! whatsapp
TikTok !:
"telegram &
| facebook
& Instagram
You Tube
Instagram
Instagram | You Tube j! & whatsapp . TikTok .
Instagram "telegram &! facebook..
... You Tube ... telegram! whatsapp
!! facebook " TikTok
• Instagram You Tube j! whatsapp
You Tube !: facebook .. telegram
Instagram facebook!
whatsapp!! Instagram
!! telegram|
j facebook . You
!! "telegram & ..
!! whatsapp!
?| facebook

Большая часть населения земли исповедует ту или иную религию. Количество течений, известных учёным, достигает 10 000. Закономерно, что грамотно писать о происходящем в этой сфере – непростой труд.

Религиозную тематику в журналистике нельзя отнести к лёгким и однозначным. Как правило, репортёру приходится изучить немало литературы и законов, чтобы публикация получилась объективной и беспристрастной. Важно использовать достоверные источники, не поддаваться эмоциям и включать критическое мышление. Также необходимо аккуратно использовать религиозные термины, чтобы не допустить языка вражды и судебных конфликтов и эффективно донести информацию до читателя. И самое главное: журналистам крайне важно знать основные законы, регулирующие сферу свободы вероисповедания.

В этом разделе Руководства, адресованном журналистам, мы постарались собрать законодательные нормы, касающиеся освещения религиозной тематики, с упором на национальные стандарты и международные нормы, а также рекомендации, как избежать судебных исков и не транслировать лексику нетерпимости.

§ 2.1 Обзор основных международных документов и национального законодательства Казахстана в сфере свободы вероисповедания



ОБЗОР

Формально законодательство Казахстана гарантирует право на свободу вероисповедания, закреплённую не только Конституцией, но и международными документами и соглашениями.

Так, к числу главных международных документов относятся Всеобщая декларация прав человека (1948), Международный пакт о гражданских и политических правах (1966), Декларация о ликвидации всех форм нетерпимости и дискриминации на основе религии или убеждений (1981), Конвенция о защите прав человека и основных свобод.

В соответствии со статьёй 18 Всеобщей декларации прав человека, «каждый человек имеет право на свободу мысли, совести и религии; это право включает свободу менять свою религию или убеждения и свободу исповедовать свою религию или убеждения как единолично, так и сообща с другими, публичным или частным порядком в учении, богослужении и выполнении религиозных и ритуальных обрядов»¹.

В 2005 году Парламент Казахстана ратифицировал Международный пакт о гражданских и политических правах, который гласит, что «каждый человек имеет право на свободу мысли, совести и религии. Это право включает в себя иметь или принимать религию или убеждения по своему выбору и свободу исповедовать свою религию и убеждения как единолично, так и сообща с другими, публичным или частным порядком, в отправлении культа, выполнении религиозных и ритуальных обрядов и учении» (пункт 1 статьи 18).

Что это даёт стране и её гражданам? Ратифицируя Факультативный

протокол к Пакту, страна тем самым признаёт право своих граждан на обращение в Комитет ООН по правам человека (КПЧ ООН) с индивидуальными жалобами и, соответственно, берёт на себя политические обязательства по имплементации рекомендаций КПЧ ООН в своё законодательство и правоприменительную практику².

Здесь важно отметить, что международные договоры, ратифицированные Республикой Казахстан, имеют приоритет перед её законами, о чём говорится в ст. 4 Конституции.

Статья 18 МПГПП

1. Каждый человек имеет право на свободу мысли, совести и религии. Это право включает свободу иметь или принимать религию или убеждения по своему выбору и свободу исповедовать свою религию и убеждения как единолично, так и сообща с другими, публичным или частным порядком, в отправлении культа, выполнении религиозных и ритуальных обрядов и учении.

2. Никто не должен подвергаться принуждению, умаляющему его свободу иметь или принимать религию или убеждения по своему выбору.

3. Свобода исповедовать религию или убеждения подлежит лишь ограничениям, установленным законом и необходимым для охраны общественной безопасности, порядка, здоровья и морали, равно как и основных прав и свобод других лиц.

4. Участвующие в настоящем Пакте государства обязуются уважать свободу родителей и в соответствующих случаях законных опекунов, обеспечивать религиозное и нравственное воспитание своих детей в соответствии со своими собственными убеждениями³.

Другой важный документ, который также гарантирует право на свободу религии, – Декларация о ликвидации всех форм нетерпимости и дискриминации на основе религии или убеждений от 25 ноября 1981 г. **«Каждый человек имеет право на свободу мысли, совести и религии. Это право включает свободу иметь религию или убеждения любого рода по своему выбору и свободу исповедовать свою религию и выражать убеждения как единолично, так и сообща с другими, публичным или частным порядком, в отправлении культа, выполнении религиозных и ритуальных обрядов и учении».** Необходимо отметить, что Декларация о ликвидации всех форм нетерпимости и дискриминации на основе религии или убеждений, хотя и не имеет обязательного статуса, является официальным документом ООН.

Гарантии свободы вероисповедания отражены также в Конвенции о защите прав человека и основных свобод. Формулировки ст. 9 схожи с теми, что использованы в статье 18 МПГПП: **«Каждый имеет право на свободу мысли, совести и религии; это право включает свободу менять свою религию или убеждения и свободу исповедовать свою религию или убеждения как индивидуально, так и сообща с другими, публичным или частным порядком в бого-**

¹ <https://kkassiyet.wordpress.com/intdocs/undocs/decisionsuncom/#ccpr>

² <https://kkassiyet.wordpress.com/intdocs/undocs/decisionsuncom/#ccpr>

³ https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol.shtml

служении, обучении, отправлении религиозных и культовых обрядов. Свобода исповедовать свою религию или убеждения подлежит лишь тем ограничениям, которые предусмотрены законом и необходимы в демократическом обществе в интересах общественной безопасности, для охраны общественного порядка, здоровья или нравственности или для защиты прав и свобод других лиц».

Следующим важным документом являются Замечания общего порядка Комитета ООН по правам человека. Нам интересно замечание № 22 (48) «Свобода мысли, совести и религии», которое было представлено 20 июля 1993 года. В чём цель и какая польза от подобных документов? Она заключается в том, чтобы обратить внимание государств на недостатки, отмеченные в большом числе докладов, а также предложить меры по улучшению процедуры представления докладов и стимулировать деятельность государств и международных организаций в области содействия осуществлению и защите прав человека.

В замечании сказано следующее: «Право на свободу мысли, совести и религии (включая свободу убеждений), предусмотренное в пункте 1 статьи 18, является весьма широким и глубоким; оно охватывает свободу мысли по всем вопросам, а также воззрения человека и приверженность религии или убеждениям, исповедующим как единолично, так и сообща с другими. Комитет обращает внимание государств-участников на то, что свобода мысли и свобода совести защищаются в такой же степени, как и свобода религии и убеждений». Также Комитет указал, что даже в период чрезвычайного положения не допускается никаких отступлений от этой нормы.

В документе особо отмечена защита неатеистических и атеистических убеждений, а также право не исповедовать никакой религии или убеждений.

Таким образом, понятие **«убеждения» и «религия»** следует толковать широко и не ограничиваться традиционными религиями и убеждениями. В связи с этим в своём Замечании Комитет указывает, что его «беспокоит любая тенденция к дискриминации любых религий и вероисповеданий на любых основаниях, в том числе потому, что они являются вновь созданными, или что их исповедуют религиозные меньшинства, к которым может враждебно относиться преобладающая религиозная община».

Также Комитет проводит различие между свободой мысли, совести, религии или убеждений и свободой исповедовать религию или убеждения. Он указывает, что эта статья не допускает установления каких-либо ограничений свободы мысли и совести или свободы иметь или принимать религию или убеждения по своему выбору. Никто не может быть принуждён к раскрытию своих мыслей или своей приверженности той или иной религии или убеждениям.

Ещё один важный момент заключается в том, что свобода исповедовать религию или убеждения может осуществляться «как единолично, так и сообща с другими, публичным или частным порядком». Кроме того, практика и учение, связанные с той или иной религией или убеждениями, включают осуществление таких мероприятий, неразрывно связанных, например, со свободными назначениями религиозных руководителей, священнослу-

жителей и проповедников, как свободное создание семинарий или религиозных школ и свободное составление и распространение религиозных текстов и публикаций.

И в заключении Комитет отмечает, что свобода «иметь или принимать» религию или убеждения обязательно предполагает свободу выбирать религию или убеждения, включая право менять их или придерживаться атеистических воззрений, а также право продолжать исповедовать свою религию или убеждения. Запрещается принуждение, умаляющее право иметь или принимать религию или убеждения, включая применение или угрозу применения физической силы или уголовных санкций с целью заставить верующих или неверующих придерживаться каких-либо религиозных убеждений или воззрений, отказаться от своей религии или убеждений или поменять их на другие. Преследующие эти же цели политика или практика – например, ограничивающие доступ к образованию, медицинскому обслуживанию, трудоустройству или правам, гарантированным в статье 25 и других положениях Пакта, – также являются несовместимыми с пунктом 2 статьи 18. Такая же защита гарантирована тем, кто придерживается любых нерелигиозных убеждений.

Таким образом, право на свободу мысли, совести и религии охватывает все вопросы, относящиеся к личным убеждениям каждого. Это право защищает не только религиозных людей, но и, например, атеистов, агностиков, скептиков и неверующих.

Гарантии свободы вероисповедания содержатся также во многих других, не менее важных, международных документах. Например, в статье 14 Конвенции о правах ребёнка говорится:

«1. Государства-участники уважают право ребёнка на свободу мысли, совести и религии⁴.

2. Государства-участники уважают права и обязанности родителей и в соответствующих случаях законных опекунов руководить ребёнком в осуществлении его права методом, согласующимся с развивающимися способностями ребёнка.

3. Свобода исповедовать свою религию или веру может подвергаться только таким ограничениям, которые установлены законом и необходимы для охраны государственной безопасности, общественного порядка, нравственности и здоровья населения или защиты основных прав и свобод других лиц».

Существует также ряд региональных документов, в которых гарантии права на свободу вероисповедания подробно изложены и разъяснены. Это Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод (Казахстан не является членом Совета Европы), Хартия основных прав Европейского союза, а также документы в рамках ОБСЕ, Руководящие принципы ОБСЕ (Заключительный акт Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе), Документ Копенгагенского совещания Конференции по человеческому измерению ОБСЕ и другие документы.

Все вышеперечисленные документы необходимы для лучшего понима-

⁴ https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/childcon.shtml

ния международных стандартов в отношении гарантий вероисповедания и его допустимых ограничений.

В каких случаях право на свободу религии может быть ограничено?

Логично предположить, что государство беспокоят вопросы безопасности в религиозной сфере. В свете событий последних лет это тесно связано с угрозами экстремизма и терроризма. Тем не менее, государственная политика по предупреждению насильственного экстремизма не должна нарушать конституционное право гражданина на свободу вероисповедания и противоречить светскому характеру страны. Ограничения должны строго устанавливаться законом и применяться таким образом, чтобы не наносить ущерб праву на свободу вероисповедания.

Таким образом, ряд статей Международного пакта и основные международные документы предусматривают основания для ограничения прав и свобод человека в контексте вероисповедания.

В Сиракузских принципах эти критерии сводятся к тому, что допустимыми ограничениями прав и свобод человека являются те, которые:

- **установлены законом;**
- **отвечают насущной общественной или социальной необходимости;**
- **преследуют законно обоснованные цели в демократическом обществе, то есть интересы национальной безопасности и общественного спокойствия, предотвращения беспорядков и преступлений, охраны здоровья и нравственности или защиты прав и свобод других лиц;**
- **пропорциональны преследуемой законной цели⁵.**

Подобные нормы отражены и в национальном законодательстве. Так, статья 39 Конституции Казахстана устанавливает, что «1. Права и свободы человека и гражданина могут быть ограничены только законами и лишь в той мере, в какой это необходимо в целях защиты конституционного строя, охраны общественного порядка, прав и свобод человека, здоровья и нравственности населения». Эти ограничения должны соответствовать критериям допустимости, необходимости и пропорциональности, признанным в международном праве.

§ 2.2 Обзор национального законодательства

Какие же свободы и гарантии в сфере религии предоставляет нам национальное законодательство?

Согласно 1 статье Конституции, Казахстан утверждает себя демократическим, светским, правовым и социальным государством, высшими ценностями которого являются человек, его жизнь, права и свободы⁶.

⁵ <https://adilet.zan.kz/rus/docs/O8500000001>

⁶ <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K950001000>

§ 2.2.1 ЧТО ОЗНАЧАЕТ СВЕТСКОСТЬ?

Больше всего вопросов вызывает положение о светскости государства в Преамбуле Конституции. По мнению Романа Подопригоры, известного эксперта в области свободы вероисповедания, судьи Конституционного суда, «следует отметить, что в законодательствах различных стран, как правило, отсутствует объяснение, что понимать под светским государством. Традиционно к светским или, как их ещё называют, секулярным государствам относятся те, в которых религиозные объединения не участвуют в политической деятельности, формировании государственных органов, не выполняют государственных функций, в значительной степени ограничены в публичной сфере. Очень часто понятие светского государства неразрывно связано с принципом отделения религиозных организаций от государства, хотя светскими государствами являются и такие, в которых этот принцип законодательно не закреплён. В каждом государстве понятие светскости имеет свои особенности. В частности, под светскостью в Республике Казахстан понимается невмешательство религиозных объединений в дела государства, запрет выполнения религиозными объединениями государственных функций, отделение школы от религиозных объединений, невозможность создания политических партий на религиозной основе. (О свободе вероисповедания и религиозных объединениях: Комментарий к закону Республики Казахстан (Подопригора Р. А., 2007. 4-е изд., переработанное и дополненное))⁷.

Конституционный совет РК в пункте 4 своего постановления от 4 апреля 2002 года определил это следующим образом: «Светский характер государства, предусмотренный пунктом 1 статьи 1 Конституции, предполагает отделение религии от государства. Указанная норма-принцип конкретизируется в других конституционных нормах. В соответствии с пунктом 1 статьи 5 Конституции, не допускается слияние общественных и государственных институтов. Согласно статье 14 Конституции, все равны перед законом, что, применительно к предмету исследования, подразумевает равенство всех религий и религиозных объединений перед законом, недопущение предоставления некоторым религиям и религиозным объединениям каких-либо преимуществ по отношению к другим, запрет на дискриминацию по мотивам отношения к религии, убеждений или по любым иным обстоятельствам».

Таким образом, **принцип светскости предполагает отделение государства от религиозных догм, но это не означает исключения религиозных объединений из общественной жизни. И здесь важно понимать, что светскость не означает борьбу с религией: она означает свободу вероисповедания.**

Конституция страны гарантирует каждому человеку свободу совести и вероисповедания, а именно: в статье 22 закреплено, что «каждый имеет право на свободу совести. Осуществление права на свободу совести не должно обуславливать или ограничивать общечеловеческие и гражданские права и обязанности перед государством».

Эта конституционная норма о свободе совести нашла свое развитие и конкретизацию в законе РК от 11 октября 2011 года «О религиозной деятельности и религиозных объединениях», в преамбуле которого сказано: «Настоящий закон основывается на том, что Республика Казахстан

⁷ https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1017578&pos=52;-40#pos=52;-40

утверждает себя демократическим, светским государством, подтверждает право каждого на свободу совести, гарантирует равноправие каждого независимо от его религиозного убеждения, признаёт историческую роль ислама ханафитского направления и православного христианства в развитии культуры и духовной жизни народа, уважает другие религии, сочетающиеся с духовным наследием народа Казахстана, признаёт важность межконфессионального согласия, религиозной толерантности и уважения религиозных убеждений граждан»⁸.

Под религиозными объединениями следует понимать добровольное объединение граждан Республики Казахстан, иностранцев и лиц без гражданства, в установленном законодательными актами Республики Казахстан порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных потребностей.

Страна предоставляет право создавать религиозные объединения местного, регионального и республиканского значения.

Местное религиозное объединение – это религиозное объединение, образованное по инициативе не менее 50 граждан, действующее в пределах одной области, города республиканского значения и столицы.

Региональным религиозным объединением считается объединение, созданное по инициативе не менее двух местных религиозных объединений с общей численностью не менее 500 граждан РК.

Республиканским религиозным объединением признаётся религиозное объединение, образованное по инициативе не менее 5000 граждан РК, представляющих все области, города республиканского значения и столицу, численностью не менее 300 граждан в каждом из них, а также имеющее свои структурные подразделения (филиалы и представительства) на всей территории страны.

Статья 15 закона предусматривает обязательную государственную регистрацию религиозных объединений.

По данным Комитета по делам религий Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан, в первом квартале 2023 года количество зарегистрированных религиозных объединений и их филиалов составило 39244⁹.

Активность граждан по распространению вероучения на территории страны называется миссионерской деятельностью. Но важно помнить, что заниматься ею граждане Казахстана, иностранцы и лица без гражданства могут только после прохождения регистрации.

Один из важных пунктов законодательства посвящён распространению религиозной литературы, материалов, предметов религиозного назначения. Закон содержит подробную регламентацию процедуры: распространение допускается только в культовых зданиях, духовных (религиозных) организациях образования, а также в специально определённых местными

⁸ <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1100000483>

⁹ <https://www.gov.kz/memleket/entities/din/documents/details/455475?lang=ru>

исполнительными органами областей, городов республиканского значения и столицы стационарных помещениях.

Ввоз на территорию Республики Казахстан религиозной литературы и иных информационных материалов религиозного содержания, за исключением предназначенных для личного пользования в одном экземпляре каждого наименования, осуществляется только зарегистрированными религиозными объединениями после получения положительного заключения религиозоведческой экспертизы.

Проведение религиозоведческой экспертизы также необходимо при изготовлении, выпуске и распространении религиозной литературы и иных информационных материалов религиозного содержания. Распространение религиозной литературы и информационных материалов религиозного содержания допускается после получения положительного заключения религиозоведческой экспертизы.

Но очевидно, что при обилии различных норм в законодательстве о религиозной деятельности всё же существуют серьёзные проблемы. К ним можно отнести:

■ **запрет деятельности незарегистрированных организаций и сложные процедуры создания и регистрации религиозных объединений (статьи 13 и 14 закона);**

■ **религиоведческую экспертизу религиозной литературы, информационных материалов религиозного содержания, уставов религиозных объединений, материалов, используемых в миссионерской деятельности и др. (статья 6);**

■ **обязательную регистрацию миссионерской деятельности (статья 8);**

■ **ограничения, связанные с распространением религиозной литературы и предметов религиозного назначения (статья 9).**

Рассмотрим некоторые из них.

Из аналитического отчёта «Обзор ситуации со свободой вероисповедания с анализом правовых норм в Республике Казахстан» в числе проблем эксперты назвали излишнее государственное администрирование, обязательную регистрацию религиозных объединений, запрет на ношение специальной одежды по религиозным соображениям в школах, проблемы, связанные с распространением религиозной литературы, миссионерской деятельностью и проведением религиозоведческой экспертизы¹⁰.

Таким образом, вышеперечисленные нормы, связанные с регистрацией, являются по сути дискриминационными. К такому выводу приходят эксперты в документе «Аналитическая записка о наличии дискриминационных норм в законодательстве РК по некоторым основным признакам», подготовленном Казахстанским международным бюро по правам человека и соблюдению законности в марте 2022 года:

«Объединения людей на основе религии лишены права на легальное

¹⁰ https://belief.cabar.asia/wp-content/uploads/sites/8/2023/04/Report-ru_updated_1304.pdf

существование только потому, что их деятельность не санкционирована государством. В Казахстане существует запрет и на деятельность незарегистрированных общественных объединений. Но в то же время имеются различные общественные формирования, в том числе проправительственные, которые действуют, будучи незарегистрированными: Лига сторонников партии Nur Otan (партия власти, теперь АМАНАТ – авт.), Межпартийный совет при Мажилисе парламента Республики Казахстан, общественные советы при различных государственных органах и т. д. Таким образом, религиозные объединения находятся в неравном положении с другими коллективными образованиями»¹¹.

В 2014 году Специальный докладчик ООН по вопросу о свободе религии или убеждений Хайнер Билефельдт посетил с официальным визитом Республику Казахстан и по результатам визита опубликовал доклад о своих выводах и рекомендациях по приведению в соответствие казахстанского законодательства и правоприменительной практики в области защиты свободы совести и религии с международными стандартами. Он, в частности, указал, что «принятый в 2011 году закон “О религиозной деятельности и религиозных объединениях” содержит ограничительные элементы, идущие вразрез с международными стандартами свободы религии или убеждений. Самая явная проблема касается обязательной официальной регистрации религиозного объединения. Отсутствие такого статуса у религиозной общины означает её “незаконность”, что имеет далеко идущие негативные последствия для осуществления права на свободу религии или убеждений. Кроме того, даже те общины, которые зарегистрированы официально, страдают от правовой неопределённости, в частности, в связи с официальным ограничением разрешённой религиозной деятельности заранее определёнными вопросами и территориальными границами. В целом закон 2011 года основан на предположении, что осуществление основных аспектов свободы религии зависит от конкретного одобрения правительства, в результате чего взаимосвязь между свободой и ограничениями, которая обычно понимается в контексте прав человека, переворачивается с ног на голову».

Надо отметить, что основная рекомендация Спецдокладчика была связана с необходимостью «внести серьёзные поправки в закон “О религиозной деятельности и религиозных объединениях” 2011 года».

К такому же выводу приходят авторы ежегодного отчёта «Казахстан: международный доклад о свободе вероисповедания за 2022 г.». Эксперты призывали правительство отказаться от обременительных требований при регистрации религиозных общин и принять другие меры по дальнейшему совершенствованию закона «О религиозной деятельности» с тем, чтобы расширить возможности для отправления религиозных обрядов верующими¹².

Таким образом, положение законодательства об обязательной регистрации в противоречие международно-правовому акту гласит, что без государственной регистрации организация не может функционировать.

Ещё одна норма закона «О религиозной деятельности», вызывающая споры, – это статья 9: «Религиозная литература и предметы религиозного назначения». В ней говорится, что «распространение религиозной литературы, иных информационных материалов религиозного содержания, предметов религиозного назначения допускается только в культовых зданиях (со-

¹¹ https://bureau.kz/analiz/tekushii_analiz_zakonodatelstva/analiticheskaya-zapiska-o-nalichii-diskriminaczionnyh-norm-v-zakonodatelstve-respubliki-kazahstan-po-nekotorym-osnovnym-priznakam/

¹² <https://kz.usembassy.gov/ru/kazahstan-2022-international-religious-freedom-report/>

оружениях), духовных (религиозных) организациях образования, а также в специально определённых местными исполнительными органами областей, городов республиканского значения и столицы стационарных помещениях».

Важно отметить, что к религиозной литературе относятся материалы, которые используются в религиозных церемониях и обучении, – например, Коран, Библия, труды религиозных учёных. К иным информационным материалам религиозного содержания относятся периодические издания, календари, плакаты, справочники и т. д. И здесь основной вопрос в том, что именно следует считать религиозной литературой, информационными материалами религиозного содержания или предметами религиозного назначения, и особенно важно понимать – каким образом эти нормы работают в интернет-пространстве?

Вместе с тем, за распространение религиозной литературы, не прошедшей экспертизу, предусмотрена ответственность по статье 490 Кодекса об административных правонарушениях, и практика по ней абсолютно неоднозначна. Обычных граждан привлекают к ответственности за попытку продажи Корана или Библии на таких сайтах, как OLX, satu.kz с целью получения финансовой выгоды, а не с целью популяризации религии. Выставляя книгу на продажу за 5000 тенге, они вынуждены потом платить государству 100 000 тенге в качестве штрафа. Так, Специализированный суд по административным правонарушениям города Петропавловска вынес решение оштрафовать на 153 150 тенге журналиста по вышеназванной статье. «Меня оштрафовали за распространение материала религиозного содержания. Религиозным материалом судья признала интервью с главным имамом, которое я опубликовала на сайте и в соцсетях своего издания. В интервью главный имам рассказывает о празднике Курбан Айт – о традициях этого праздника. Причём у меня на руках есть две экспертизы, вывод которых гласит, что ничего препятствующего для распространения в интервью нет», – рассказала «Sputnik Казахстан» журналистка¹³.

§ 2.2.2 КАК ПРОХОДИТ ПРОЦЕДУРА РЕЛИГИОЗНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ?

Экспертиза регулируется статьёй 6 закона «О религиозной деятельности и религиозных объединениях» и Правилами проведения религиозоведческой экспертизы¹⁴.

Как правило, в процессе задействованы эксперты, обладающие специальными знаниями и (или) опытом работы в сфере религиозной деятельности с привлечением представителей государственных органов и иных специалистов при необходимости.

Так, согласно Правилам, экспертиза включает в себя:

1. Определение принадлежности содержания объекта к конкретному вероучению, оценку вероятности негативного влияния религиозных взглядов и культовой практики на последователей учения и других членов общества.

2. При рассмотрении учредительных документов религиозных объединений проводится изучение деятельности религиозных объединений, в том числе форм и методов их фактической деятельности.

¹³ https://belief.cabar.asia/wp-content/uploads/sites/8/2023/04/Report-ru_updated_1304.pdf

¹⁴ <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P070000070>

3. Изучение объекта экспертизы на предмет выявления противоречий нормам Конституции и законодательства Республики Казахстан, а также нарушений прав и свобод граждан Республики Казахстан.

В целом, по мнению правозащитников и экспертов, «проведение государством религиозно-экспертной экспертизы, по результатам которой принимаются решения о регистрации или об отказе в регистрации религиозных объединений, миссионеров или ликвидации религиозного объединения, не соответствует международным стандартам. Более того, религиозно-экспертная предоставляет множество возможностей для злоупотребления властью и дискриминации и несовместима с защитой религиозной свободы»¹⁵.

Кто осуществляет регулирование в сфере религиозной деятельности?

Вопросы религии находятся в ведении Комитета по делам религий (КДР) Министерства информации и культуры¹⁶.

Основные направления деятельности КДР предусмотрены статьёй 4 закона, ниже перечислены основные из них:

- Реабилитация последователей деструктивных религиозных течений
- Профилактика религиозного экстремизма в интернет-пространстве
- Государственные услуги в сфере религиозной деятельности
- Взаимодействие с религиозными объединениями
- Религиозное и религиозно-экспертное образование
- Информационно-разъяснительная работа
- Религиозно-экспертная экспертиза

На местах в регионах государственными органами в сфере религии являются коммунальные государственные учреждения управления по делам религий города. Их направления деятельности аналогичны направлениям Комитета по делам религий.

Источники:

- Анализ законодательства РК о свободе совести и религии (вероисповедания) с точки зрения соответствия международным стандартам / Казахстанское международное бюро по правам человека и соблюдению законности в области свободы слова¹⁷.
- Аналитический отчёт «Обзор ситуации со свободой вероисповедания с анализом правовых норм в Республике Казахстан»¹⁸.
- Комментарий к закону Республики Казахстан «О религиозной деятельности и религиозных объединениях» (Р. А. Подопригора)¹⁹.

¹⁵ https://belief.cabar.asia/wp-content/uploads/sites/8/2023/04/Report-ru_updated_1304.pdf

¹⁶ <https://www.gov.kz/memleket/entities/din?lang=ru>

¹⁷ https://bureau.kz/analiz/tekushii_analiz_zakonodatelstva/analiz_zakonodatelstva_respubliki_kazakhstan_o_sвободе_sovesti_i_religii_veroispovedaniya/

¹⁸ https://belief.cabar.asia/wp-content/uploads/sites/8/2023/04/Report-ru_updated_1304.pdf

¹⁹ https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31439222&pos=4;-106#pos=4;-106

§ 2.3 Правовые советы для журналистов, освещающих вопросы религии

§ 2.3.1 КАК ИЗБЕЖАТЬ ЯЗЫКА ВРАЖДЫ В ЖУРНАЛИСТСКИХ МАТЕРИАЛАХ?

Язык ненависти/вражды (англ. hate speech) – это широкий термин, относящийся к целому ряду негативных дискурсов, который подстрекает враждебность. Под языком ненависти подразумеваются: выражения, считающиеся оскорбительным для любой расы, религиозной, этнической или национальной группы. Это явление может выступать как форма проявления расизма, ксенофобии, межнациональной вражды и нетерпимости, подстрекать к насилию, ненависти или дискриминации²⁰.

Статья 20 Конституции РК гласит: «Не допускаются пропаганда и агитация социального, национального, религиозного, сословного и родового превосходства». Для гарантии этой нормы в Уголовном кодексе РК принята статья 174 «Разжигание социальной, национальной, родовой, расовой, сословной или религиозной розни».

Состав статьи включает умышленные действия, направленные на возбуждение социальной, национальной, родовой, расовой, сословной или религиозной розни, на оскорбление национальной чести и достоинства либо религиозных чувств граждан, а равно пропаганду исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их отношения к религии, сословной, национальной, родовой или расовой принадлежности, если эти деяния совершены публично или с использованием средств массовой информации или сетей телекоммуникаций либо путём изготовления или распространения литературы или иных носителей информации, пропагандирующих социальную, национальную, родовую, расовую, сословную или религиозную рознь.

Разберёмся, что понимается под разжиганием розни. В комментарии к Уголовному кодексу сказано, что:

ПОД РАЗЖИГАНИЕМ РОЗНИ ПОНИМАЕТСЯ попытка создания конфликтов между гражданами разных национальностей, родов, рас, сословий, конфессий (религиозной принадлежности), социальных групп, которые могут сопровождаться агрессивными выпадами, физической расправой или угрозой таковой, уничтожением или повреждением имущества и т. п. либо изоляцией, отчуждением, ограничениями их прав и насильственными действиями против них.

РЕЛИГИЯ – особая форма осознания мира, обусловленная верой в существование сверхъестественного мира, в управление миром божественными силами, включающая в себя свод моральных норм и типов поведения, обрядов, культовых действий и объединение людей в организации.

ПРИЗНАКОМ РАЗЖИГАНИЯ РОЗНИ в соответствии со статьёй 174 УК РК является пропаганда неполноценности граждан – распространение дискриминационных оценок граждан в зависимости от их отношения к религии, а также сословной, национальной, родовой или расовой принадлежности.

²⁰ https://lmc.kz/sites/default/files/files/svoboda_slova_i_leksika_neterpimosti_v_internete.pdf

Следует помнить, что ответственность наступает в том случае, если информация распространена:

- а) публично;
- б) с использованием СМИ или информационно-коммуникационных сетей;
- в) путём изготовления литературы и иных носителей информации, пропагандирующих рознь;
- г) путём распространения литературы или иных носителей информации, пропагандирующих рознь.

Перед публикацией материала на религиозную тематику сделайте следующее:

- Убедитесь, что подготовленный материал не призывает к дискриминации или насилию по признаку религии или убеждений.
- Избегайте неоправданных указаний на религиозную принадлежность и зыка вражды.

Примеры:

- «Казахстанцы назвали хиджаб атрибутом смертниц – опрос».
- «Почему женщины в хиджабах раздражают общество?».
- «В Казахстане объявят войну бородам и прочим признакам “деструктивных религиозных течений”».
- «В Алматы женщины в хиджабах подрались с пассажиркой автобуса».

Вышеперечисленные примеры не являются подсудными, но, тем не менее, используют стереотипы и могут формировать негативное отношение к представителям ислама в целом.

«Убейте их всех» – даже если это цитата, в такой заголовке содержится призыв, и эта фраза будет признана противоправной.

■ В материалах, освещающих правонарушения, не делайте акцент на расовом, этническом или религиозном происхождении правонарушителя.

■ Не гиперболизируйте статистические данные для придания особой значимости публикации («Так, число (указание национальности выехавших убивать “за идею”) составило более 300 человек»).

■ Если вы делаете публичное высказывание (пост, комментарий), касающееся большой группы людей, которую можно описать в терминах национальности, гражданства, религии, языка и так далее, постарайтесь относиться к нему максимально внимательно и осторожно.

■ Следите за комментариями к опубликованным текстам и материалам. Призывы к насилию или дискриминации недопустимы в комментариях, ответственность за которые, согласно действующему законодательству, несут редакции СМИ (если опубликовано на ресурсе СМИ): закон «О СМИ», статья 13²¹.

Помните, что крайне важно понимать разницу между свободой выражения и противоправным языком вражды и не способствовать поддержанию или формированию стереотипов в обществе.

²¹ <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000451>

§ 2.3.2 ПРАВО НА СОБСТВЕННОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ

Когда вы работаете над материалом на религиозную тематику, важно помнить, что в некоторых случаях необходимо получить согласие героя публикации на использование его изображения. Помните, что законодательство не предусматривает определённую форму, поэтому согласие может быть зафиксировано как в устном, так и в письменном виде. Предпочтительным и наиболее безопасным будет письменное согласие. Также допустимо получить согласие, зафиксировав его на аудио или видео.

Есть случаи, когда согласие человека не требуется:

- если человек получил деньги за участие в съёмке;
- если человек присутствует или участвует в зрелищных культурно-массовых, социально значимых в области культуры, спортивно-массовых мероприятиях, собраниях, митингах, шествиях или демонстрациях и иных публичных мероприятиях;
- если распространяемая информация содержит изображение лица и сведения, связанные со служебной и публичной деятельностью данного лица, а также опубликована самим лицом, его законным представителем или уполномоченным лицом в источниках, доступ к которым не ограничен;
- если использование изображаемого лица осуществляется в целях защиты конституционного строя, охраны общественного порядка, прав и свобод человека, здоровья и нравственности населения.

Если речь идёт об исправительных учреждениях и следственных изоляторах, снимать можно только с разрешения администрации. Для съёмки осуждённого необходимо его персональное согласие.

§ 2.3.3 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКРЫТОЙ КАМЕРЫ

Журналистам следует собирать информацию открыто, за исключением крайних обстоятельств, когда можно пользоваться методами скрытой записи.

Казахстанские законы не содержат норм, которые регулируют съёмку скрытой камерой, и журналисту часто приходится действовать на свой страх и риск. В каких случаях использование скрытой камеры оправдано? Съёмка скрытой камерой возможна в тех случаях, когда материал представляет широкий общественный интерес. Что означает этот термин? Общественный интерес – это не любой интерес, проявляемый аудиторией, а, например, потребность общества в обнаружении и раскрытии угрозы демократическому правовому государству и гражданскому обществу, общественной безопасности, окружающей среде.

При этом:

- материал не должен нарушать конституционные права и свободы граждан;
- съёмка должна быть произведена для защиты интересов общества или государства – например, борьба с коррупцией;
- посторонние лица и лица, случайно попавшие в кадр, не должны быть узнаваемы.

§ 2.3.4 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В МАТЕРИАЛАХ ИЗОБРАЖЕНИЙ ДЕТЕЙ

У детей, как и у взрослых, есть право на собственное изображение и защиту персональных данных. Публикация фотографий детей происходит по тем же правилам, что и использование изображения взрослых.

Что касается проведения интервью, фото- и видеосъёмки с детьми, необходимо согласовать действия с их родителями или законными представителями.

К особым случаям можно отнести ситуации с детьми, пострадавшими в результате противоправных действий и подозреваемыми и обвиняемыми в совершении административных правонарушений.

В этих случаях распространять в СМИ персональные и биометрические данные такого ребёнка, включая информацию о его родителях и иных законных представителях, иной информации, позволяющей установить личность, можно только в следующих случаях:

- если несовершеннолетний признан судом виновным в совершении тяжких и (или) особо тяжких преступлений, включая информацию о его родителях и иных законных представителях;
- если есть согласие несовершеннолетнего, достигшего 14-летнего возраста, пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия), и его законных представителей;
- если есть согласие законных представителей несовершеннолетнего, не достигшего 14-летнего возраста, пострадавшего в результате противоправных действий;
- если есть согласие несовершеннолетнего, достигшего 16-летнего возраста, совершившего административные и уголовные правонарушения, и его законных представителей;
- если речь идёт о распространении в СМИ информации, полученной от органов, ведущих уголовный процесс (в целях содействия расследованию преступления, установлению лиц, причастных к совершению преступления, розыску пропавших несовершеннолетних в объёме, необходимом для достижения указанных целей);
- если есть согласие одного законного представителя пострадавшего несовершеннолетнего в случае, если второй законный представитель находится за пределами Республики Казахстан и получить его согласие не представляется возможным;
- если законный представитель является подозреваемым или обвиняемым в совершении противоправных действий в отношении несовершеннолетнего, достигшего 14-летнего возраста и пострадавшего в результате противоправных действий, или его законных представителей.

§ 2.3.5 КАК РАБОТАТЬ С ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ?

При подготовке публикаций необходимо проверять достоверность информации. Процедуры получения информации позволят вам делать запросы, связанные со статистикой, которой нет в открытых источниках, судебных решениях и т. д.

Журналист имеет право на поиск, запрашивание, получение и распространение информации (статья 20 закона «О СМИ»).

Какие виды информации предусмотрены законом «О СМИ»?

- официальные сообщения;
- запросы о предоставлении информации, не входящей в официальные сообщения;
- обязательные сообщения.

Официальные сообщения

Вы имеете право отправить запрос по разъяснению предоставленных официальных сообщений, ответ должен быть получен в течение двух рабочих дней со дня регистрации запроса либо дан ответ с указанием срока его представления или мотивированного отказа. В случаях, требующих дополнительного изучения, срок рассмотрения может быть однократно продлён руководителем, но не более чем на 15 календарных дней, о чём СМИ сообщается в течение двух рабочих дней с момента продления срока рассмотрения.

Срок рассмотрения запроса о предоставлении информации, не входящей в официальные сообщения, составляет семь рабочих дней. Ответ должен быть предоставлен в форме и на языке поступившего запроса, если иное не указано в самом запросе.

Запрос можно отправить письменно, в том числе в виде электронного документа. Запрос должен быть подписан и (или) удостоверен электронной цифровой подписью главного редактора (редактора), уполномоченного лица или аккредитованного журналиста. Ответ предоставляется на языке обращения (образец запроса смотрите в приложении).

Если вы получили отказ в предоставлении информации, его можно обжаловать: обратиться в вышестоящий орган, к должностному лицу либо в суд (образец жалобы смотрите в приложении). Важно отметить, что предварительное обращение в вышестоящие органы и к должностному лицу не является обязательным условием для заявления в суд.

§ 2.3.6 ПРАВИЛА БЕЗОПАСНОСТИ

1. Можно ли использовать псевдоним? Закон «О СМИ» предусматривает право журналиста ставить под подготовленным им материалом свою подпись или использовать псевдоним. Но вы должны знать, что если возникнет судебный конфликт, использование псевдонима ни в коем случае не освобождает журналиста от ответственности в случаях, когда опубликование конкретных сведений признаётся противоправным.

2. Можно ли использовать информацию из анонимных источников? Очень ненадёжными доказательствами будут анонимные письма и тексты в интернете, посты, письма читателей. Их можно будет принимать во внимание, если их авторы подтвердят истинность изложенных в этих текстах сведений. В противном случае к ответственности могут привлечь вас.

²² https://egov.kz/cms/ru/articles/religion/zaprewennye_organizacii

²³ <https://www.gov.kz/memleket/entities/pravstat/press/article/details/17669?>

3. **Существует ли журналистская тайна в Казахстане?** Журналист имеет право на сохранение тайны авторства и источников информации, за исключением случаев, когда эти тайны обнародуются по требованию суда. Журналистская тайна – важная гарантия свободы слова, предусмотренного ст. 20 Конституции РК. Но помните, что вы обязаны раскрыть источник информации, если того требует суд.

4. **Помните о презумпции невиновности!** Презумпция невиновности – это принцип, по которому обвиняемый считается невиновным до тех пор, пока его виновность в совершении преступления не будет доказана судом. Освещая конфликты, судебные процессы, будьте предельно аккуратными.

5. **Проверяйте список запрещённых организаций при подготовке материалов²².** Не забывайте указывать статус организации в своём материале (напомним, что в Казахстане существует государственная процедура регистрации религиозных организаций).

6. **Проверяйте список запрещённой литературы,** который размещён на сайте Комитета по правовой статистике и специальным учётам Генеральной прокуратуры РК²³.

7. **Как использовать персональные данные в своей публикации?** Вы можете использовать персональные данные без согласия субъекта, если это необходимо для вашего материала, но при условии соблюдения требований законодательства, т. е. в том объёме, в котором они нужны вам для публикации (закон «О защите персональных данных», статья 9, «Сбор, обработка персональных данных без согласия субъекта»)²⁴.

8. **При использовании изображений из интернета помните об авторском праве.** Вы можете публиковать материалы или фото, но с обязательным указанием имени автора, произведение которого используется, и источника (ссылки), либо используйте универсальные фотостоки. Любое фото защищено авторским правом, даже если в нём, на ваш взгляд, нет новизны или оригинальности. Также не играет роли, является ли автор профессиональным фотографом или нет, снимает на профессиональную технику или на мобильный телефон.

9. **Помните,** что статья 26 закона «О СМИ» предусматривает освобождение от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности в случаях, когда они содержались в официальных сообщениях, в ответе на ваш запрос или получены от государственных органов. Также если они являлись дословным воспроизведением официальных выступлений депутатов, должностных лиц государственных органов, органов местного самоуправления, физических и юридических лиц. Вы не будете нести ответственность и в том случае, если материал перепечатан из другого СМИ, которое официально зарегистрировано в Казахстане.

10. **Но важно помнить,** что это не касается информации, запрещённой к распространению в Казахстане (пропаганда, призывы, разжигание розни и т. д., перечень запрещённой информации приведён ниже). Ответственность за публикацию таких сведений будет нести ваше СМИ.

²⁴ <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1300000094#z21>

ЧЕК-ЛИСТ для того, чтобы избежать претензий

Вы можете проверить свой текст до публикации, используя этот чек-лист либо отправив материал юристу для анализа на предмет правовых рисков.

№	ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ	ДА	НЕТ
ИНТЕРВЬЮ С ИСТОЧНИКОМ ИНФОРМАЦИИ			
1	Если вы воспроизводите чьи-то слова в публикации, есть ли запись (аудио или видео) или документальные подтверждения того, что вы общались с этим источником или получили от него информацию (по почте, через мессенджер, в социальных сетях и т. д.)?		
2	Не изменился ли смысл слов вашего источника при расшифровке и в публикации?		
3	Сохранены ли эти записи, письма или сообщения в вашем цифровом архиве?		
4	Была ли просьба от источника посмотреть текст его высказывания перед публикацией, чтобы исключить фактологические ошибки?		
5	Просили ли источники об анонимности?		
6	Если просили об анонимности, исключены ли все сведения, которые могут идентифицировать источник информации?		
ЗАПРОСЫ ИНФОРМАЦИИ			
7	Сохранены ли все письменные запросы информации?		
8	Сохранены ли все письменные ответы или устные (записи на диктофон или камеру)?		
9	Указаны ли в публикации должности и имена представителей госорганов или их названия точно, без искажений?		
РАБОТА С ДОКУМЕНТАМИ			
10	Если вы используете информацию из госорганов, получена ли она официально?		
11	Сохранены ли у вас оригиналы или копии документов?		
12	Если документы предоставили на условиях анонимности, исключены ли все сведения, которые могут идентифицировать источник, предоставивший эти документы?		
РАБОТА С ФОТО И ВИДЕО			
13	Сохранены ли все исходные файлы в вашем архиве?		
РАБОТА С ЭЛЕКТРОННЫМИ ДОКУМЕНТАМИ			
14	Запрашивали ли вы документы, справки, другую информацию, используя ЭЦП?		
15	Сохранили ли вы все запросы-ответы в личном кабинете, электронные или бумажные копии?		
16	Если вы получали информацию в открытых базах данных, сделали ли вы скрины экранов?		
17	Скачали и сохранили ли вы все документы из открытых баз данных в свой архив?		
РАБОТА С МАТЕРИАЛАМИ ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И МЕССЕНДЖЕРОВ			
19	Если вы использовали текст, фото или видео из социальных сетей, мессенджеров, провели ли вы фактчекинг?		
20.	Сохранили ли вы все копии в архиве/веб-архиве?		
21.	Сохранены ли все ссылки, работают ли гиперссылки на первоисточники?		

Дополнительные вопросы, которые следует себе задать:

■ Не способствую ли я распространению в материале стереотипов и клише в отношении определённой религии и её последователей?

■ Какими могут быть вероятные последствия после публикации этого материала?

§ 2.4 Термины



ТЕРМИНЫ

Информационный материал религиозного содержания – печатная, электронная и иная информация религиозного характера на любом материальном носителе.

Миссионерская деятельность – деятельность граждан Республики Казахстан, иностранцев, лиц без гражданства, направленная на распространение вероучения на территории Республики Казахстан с целью обращения в религию.

Под пропагандой в СМИ в данном конкретном случае понимается распространение взглядов, фактов, аргументов и иной информации, в том числе намеренно искажённой, для формирования положительного общественного мнения о запрещённой законодательством РК информации и (или) побуждения к совершению противоправного действия или бездействию неограниченного круга лиц.

Предметы религиозного назначения – изделия и атрибуты, необходимые для отправления богослужений, религиозных обрядов и церемоний, а также предметы, содержащие элементы религиозной символики.

Распространение вероучения – деятельность, направленная на доведение, а равно передачу информации об основных догматах, идеях, взглядах и практиках определённой религии.

Религиозная деятельность – деятельность, направленная на удовлетворение религиозных потребностей верующих.

Религиозное объединение – добровольное объединение граждан РК, иностранцев и лиц без гражданства, в установленном законодательными актами Республики Казахстан порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных потребностей.

Религиозный экстремизм – разжигание религиозной вражды или розни, в том числе связанной с насилием или призывами к насилию, а также применение любой религиозной практики, вызывающей угрозу безопасности, жизни, здоровью, нравственности или правам и свободам граждан.

Священнослужитель – лицо, уполномоченное соответствующим религиозным объединением на духовное, проповедническое служение.

Экстремистская группа – организованная группа, преследующая цель совершения одного или нескольких экстремистских преступлений.

Экстремистские материалы – любые информационные материалы, содержащие признаки и (или) призывы к осуществлению экстремистских действий либо обосновывающие или оправдывающие необходимость их совершения.

§ 2.5 Законодательная база

Законы вы можете использовать, опираясь на информационно-правовую систему нормативных правовых актов Республики Казахстан <https://adilet.zan.kz/>:

1. Уголовный кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года ЗРК. Статьи 174, 179, 180, 181, 182, 184, 258, 259, 260, 267, 404 (части 2 и 3) и 405.
2. Кодекс РК об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V, статья 490: «Нарушение законодательства Республики Казахстан о религиозной деятельности и религиозных объединениях».
3. Закон «О религиозной деятельности и религиозных объединениях» от 11 октября 2011 года.
4. Закон «О противодействии экстремизму» от 18 февраля 2005 года.
5. Закон «О средствах массовой информации» от 23 июля 1999 года.
6. Приказ от 30 декабря 2014 года «Об утверждении Правил проведения религиозно-экспертной экспертизы».
7. Приказ 3 августа 2017 года «Об утверждении Инструкции по определению расположения специальных стационарных помещений для распространения религиозной литературы и иных информационных материалов религиозного содержания, предметов религиозного назначения, а также помещений для проведения религиозных мероприятий за пределами культовых зданий (сооружений)».

§ 2.6 Полезные ссылки

- Комитет по делам религий Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан:
<https://www.gov.kz/memleket/entities/din?lang=ru>
- Список организаций, запрещённых в республике Казахстан:
https://egov.kz/cms/ru/articles/religion/zaprewennye_organizacii
- Контакты управлений и отделов по делам религий городов Астаны, Алматы, Шымкента и областных центров:
https://egov.kz/cms/ru/articles/departments_of_religion
- Перечень зарегистрированных религиозных объединений:
<https://www.gov.kz/memleket/entities/din/documents/details/493187?directionId=2918&lang=ru>
- Казахстан: международный доклад о свободе вероисповедания за 2022 г.
<https://kz.usembassy.gov/ru/kazakhstan-2022-international-religious-freedom-report/>

Литература

1. «Правовой справочник журналиста», руководство по правовой, информационной и сетевой безопасности: <https://lmc.kz/ru/content/pravovoy-spravochnik-zhurnalista>
2. Язык ненависти в Казахстане: статистика, судебная практика, рекомендации: <https://lmc.kz/ru/content/yazyk-nenavisti-v-kazahstane-statistika-sudebnaya-praktikarekomendacii>
3. Пособие по конфликт-чувствительной журналистике. Правовой медицентр: <https://lmc.kz/ru/content/posobie-po-konflikt-chuvstvitelnoy-zhurnalistike>
4. Руководство по освещению вопросов религии в Казахстане. Институт по освещению войны и мира (IWPR), 2019: https://school.cabar.asia/wp-content/uploads/2020/03/rukovodstvo-dlya-smi_kazahstan_rus.pdf
5. Свобода слова и лексика нетерпимости в интернете. Правовой медицентр: https://lmc.kz/sites/default/files/files/svoboda_slova_i_leksika_neterpimosti_v_internete.pdf
6. Разъясняя «язык вражды»: практическое пособие. СТАТЬЯ 19, <https://www.article19.org/ru/resources/hate-speech-explained-a-toolkit/>

Приложение 1.

Перечень запрещённой информации (выдержки из закона «О СМИ»)

Приостановление и прекращение выпуска средства массовой информации либо распространения продукции средства массовой информации (ст. 13 закона «О СМИ»)

Основания приостановления – пропаганда или агитация культа жестокости и насилия, социального, расового, национального, религиозного, сословного и родового превосходства; разглашение сведений, составляющих государственные секреты или иную охраняемую законом тайну; распространение информации, пропагандирующей суицид.

Основания прекращения – публикация информации, раскрывающей технические приёмы и тактику антитеррористических операций в период их проведения; пропаганда или агитация насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан, подрыва безопасности государства, войны, пропаганда экстремизма или терроризма, публикация материалов и распространение информации, направленной на разжигание межнациональной и межконфессиональной вражды.

Основания для прекращения выпуска СМИ либо распространения продукции СМИ в судебном порядке (ст. 41-1: «Порядок приостановления работы сетей и (или) средств связи». Выдержки из закона «О связи»)

Пропаганда или агитация насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики Казахстан.

Пропаганда экстремизма или терроризма.

Публикация материалов и распространение информации, направленной на разжигание межнациональной и межконфессиональной вражды.

Приложение 2.

Запрос на предоставление информации

Кому _____
(наименование обладателя информации)

От кого _____
(название организации / СМИ, контактные данные)

ЗАПРОС

В соответствии со статьёй 18-1 закона РК от 23 июля 1999 года «О СМИ» прошу вас предоставить следующую информацию:

(указывается перечень документов и информации, которая запрашивается)

В соответствии с пунктом 1 статьи 18-1 закона «О СМИ» на письменный запрос обладатель информации обязан представить ответ в течение семи рабочих дней со дня поступления запроса.

Прошу предоставить мне ответ по следующему адресу:
(указывается почтовый адрес или электронный адрес).

Напоминаем, что за непредставление или несвоевременное представление ответа на запрос СМИ должностные лица государственных органов несут ответственность, установленную законами РК. Отказ в предоставлении запрашиваемой информации может быть обжалован в порядке подчинённости или в судебном порядке, предусмотренном законодательством РК для обжалования неправомерных действий органов государственного управления и должностных лиц, ущемляющих права граждан.

С уважением, главный редактор
(редактор, уполномоченное лицо, аккредитованный журналист)

Дата и подпись

Приложение 3.

Жалоба

Об оспаривании неправомερных действий (бездействия), решений должностных лиц, нарушающих или ограничивающих право на доступ к информации.

Кому: _____

(Описать суть жалобы: в чём заключается неправомерность действий, спорность решений или бездействие должностного лица, которые оспариваются настоящей жалобой).

От кого: _____

Считаю, что вышеуказанные неправомерные действия (решения, бездействие) (указывается фамилия, имя, отчество, должность должностного лица) привели к нарушению (ограничению) моего права на свободное получение и распространение информации любым не запрещённым законом способом, предусмотренного статьей 20 Конституции РК и законом РК «О средствах массовой информации»:

(указать, в чём заключается нарушение или ограничение права на доступ к информации).

На основании вышеизложенного прошу вас:

1. Провести проверку указанных в настоящей жалобе неправомερных действий, бездействия, решений, нарушающих или ограничивающих моё право на доступ к информации.

2. Привлечь виновное должностное лицо к ответственности, предусмотренной КоАП РК.

3. О принятых мерах сообщить в установленные сроки по адресу: (указать адрес для отправки ответа).

С уважением, (подпись лица, направившего жалобу)

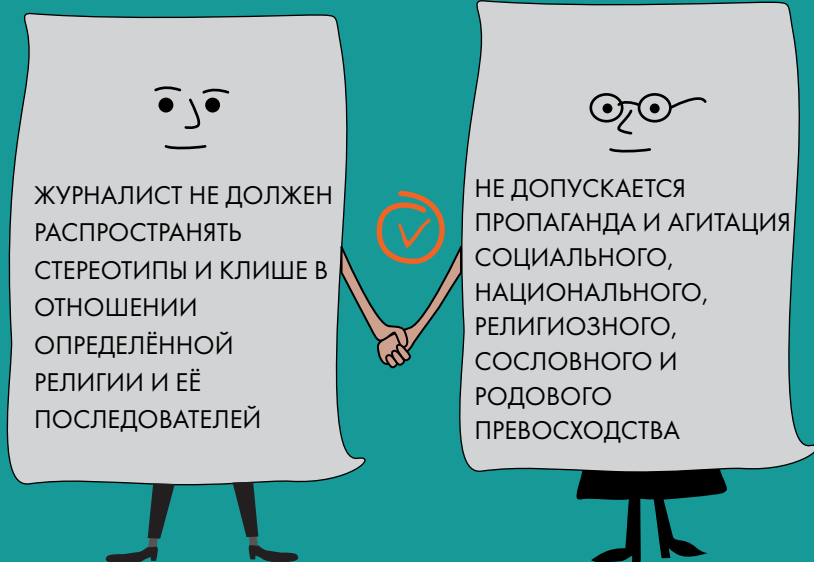
Дата

ВСЕОБЩАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ
ПРАВ ЧЕЛОВЕКА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПАКТ
О ГРАЖДАНСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ
ПРАВАХ



КАЖДЫЙ ЧЕЛОВЕК ИМЕЕТ ПРАВО
НА СВОБОДУ МЫСЛИ, СОВЕСТИ И
РЕЛИГИИ



ВЫРАЖЕНИЯ, СЧИТАЮЩИЕСЯ ОСКОРБИТЕЛЬНЫМИ ДЛЯ
ЛЮБОЙ РАСЫ, РЕЛИГИОЗНОЙ, ЭТНИЧЕСКОЙ ИЛИ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ГРУППЫ, ВЕДУТ К СОЦИАЛЬНОЙ
НЕСТАБИЛЬНОСТИ И КОНФЛИКТАМ

ПРАВИЛА БЕЗОПАСНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

ПРОВЕРЯЙТЕ,
РАБОТАЮТ ЛИ
ГИПЕРССЫЛКИ НА
ПЕРВОИСТОЧНИКИ

ПРОВЕРЯЙТЕ СПИСОК
ЗАПРЕЩЁННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ПРИ ПОДГОТОВКЕ
МАТЕРИАЛОВ

СОХРАНЯЙТЕ ВСЕ
ДОКУМЕНТЫ ИЗ
ОТКРЫТЫХ БАЗ ДАННЫХ В
СВОЁМ АРХИВЕ

ДОЛЖНОСТИ И ИМЕНА
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
ГОСОРГАНОВ УКАЗЫВАЙТЕ
В ПУБЛИКАЦИИ БЕЗ
ИСКАЖЕНИЙ

СОХРАНЯЙТЕ ВСЕ
ПИСЬМЕННЫЕ ЗАПРОСЫ
ИНФОРМАЦИИ

ИНФОРМАЦИЯ ИЗ АНОНИМНЫХ ИСТОЧНИКОВ –
АНОНИМНЫЕ ПИСЬМА И ТЕКСТЫ В ИНТЕРНЕТЕ, ПОСТЫ,
ПИСЬМА ЧИТАТЕЛЕЙ – ПРИНИМАЕТСЯ ВО ВНИМАНИЕ,
ЕСЛИ ИХ АВТОРЫ ПОДТВЕРДЯТ ИСТИННОСТЬ ИЗЛОЖЕННЫХ
В ЭТИХ ТЕКСТАХ СВЕДЕНИЙ

3
ВА
ВА
ТА

**ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ДЛЯ АВТОРОВ КОНТЕНТА НА ТЕМЫ
СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ
И МНОГООБРАЗИЯ РЕЛИГИЙ**

You Tube telegram whatsapp facebook
Instagram..facebook Instagram You
TikTok| facebook
whatsapp TikTok ! |
telegram You Tube whatsapp !!facebook
• You Tube | telegram &
• j! whatsapp TikTok|
"telegram &! Instagram
facebook! whatsapp
TikTok !:
"telegram &
|facebook
& Instagram
You Tube
Instagram
Instagram | You Tube j! & whatsapp .TikTok.
Instagram "telegram &! facebook..
... You Tube ... telegram! whatsapp
!!facebook" TikTok
• Instagram You Tube j! whatsapp
You Tube! : facebook .. telegram
Instagram facebook!
whatsapp!! Instagram
!! telegram|
j facebook . You
!! "telegram & ..
!! whatsapp!
?| facebook

Авторы: **Ирина Чистякова, консультант проекта SCARF по журналистике**
Марал Айтмагамбетова, кандидат филологических наук, медиатренер,
тренер проекта SCARF
Аскар Актлеуов, журналист, руководитель медиапроекта «Тілші»,
тренер проекта SCARF

В третьей главе мы предлагаем рассмотреть возможности, которые даёт конфликт-чувствительный подход для освещения сенситивных тем, а потом шаг за шагом вместе пройти весь путь автора, создающего медийный материал на тему религии. Этот путь мы разделили на три больших этапа: подготовительный (на профессиональном сленге – предпродакшен), этап создания контента (продакшен) и распространение контента на максимальную аудиторию (постпродакшен).

Эту главу можно прочитать максимально эффективным способом. Для этого есть несколько подсказок. Первая: двигаясь от параграфа к параграфу, вы можете, как пазл, «собирать» свой алгоритм работы над сенситивным медиаконтентом: опирайтесь на наши рекомендации и свой опыт. Вторая: очень важные – краеугольные – моменты процесса создания контента мы решили выделить графически. Вы увидите эти врезки, обратите на них внимание. Ну и в целом повествование выстроено так, что в каждом разделе вы узнаете о том, что важно сделать и предусмотреть в процессе создания контента, мы предупредим вас о трудностях и возможных ошибках и поделимся лайфхаками.

§ 3.1 Конфликт-чувствительный подход в журналистике



Темы, связанные с религией, относятся к группе самых деликатных (сенситивных) тем для каждого отдельного человека и даже народа или нации. И не будет большим преувеличением сказать, что практически каждая публикация в медиа на эту тему привлекает внимание и является катализатором широких обсуждений, часто с острыми и полярными суждениями с разных сторон. Именно поэтому следует начать разговор с описания конфликт-чувствительного подхода в журналистике.

§ 3.1.1 ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОСВЕЩЕНИЯ КОНФЛИКТ-ЧУВСТВИТЕЛЬНЫХ ТЕМ

Конфликты, связанные с религиозным многообразием, часто являются следствием пренебрежения или унижения представителем (представителями) одной религии религиозных ценностей, обычаев, идей представителей других религий. У этой истории есть и юридический аспект, ведь некоторые примеры, иллюстрирующие нарушение одной из неотъемлемых свобод – свободы вероисповедания, – имеют потенциал перейти в плоскость уголовного законодательства.

Конфликт-чувствительный подход в журналистике – это, в первую очередь, осознание самим журналистом важного момента: репортаж о конфликте на религиозной основе может оказать ощутимое воздействие на общество и либо обострит ситуацию, либо будет содействовать установлению мира и взаимопонимания. Поэтому журналистика в условиях конфликта стремится не поддерживать какую-либо из сторон, даже несмотря на наличие у автора контента собственных религиозных убеждений и верований или отсутствие таковых. Он не пытается навязывать сторонам свои решения и в то же время не допускает сокрытия возникшей напряжённой ситуации и её негативных сторон.

ПОДХОД

Эффективность журналистских материалов на чувствительные темы повышает правильный выбор эксперта. Это могут быть эксперты в сфере религиоведения, специалисты по истории религий, религиозно-правовым вопросам, социологии, психологии и др.

Эксперт, выбранный журналистом при подготовке материала, наряду с анализом причин конфликта и сложившейся к моменту написания ситуации может предложить и пути его разрешения. И это один из важных способов эффективного управления конфликтной ситуацией посредством медиа.

Хорошая журналистика способствует решению проблем или урегулированию конфликта, если она:

- становится эффективным каналом коммуникации между сторонами;
- предоставляет информацию, необходимую сторонам для принятия разумных решений;
- рассказывает о действенных способах урегулирования конфликта;
- помогает сторонам обрести доверие и прояснить ошибочные представления друг о друге;
- анализируя конфликт, помогает лучше его понять;
- помогает сторонам лучше узнать интересы друг друга, чтобы найти компромисс;
- даёт возможность сторонам безопасно выплеснуть свои эмоции;
- расширяет возможности для поиска решений;
- фиксирует нарушения прав человека.

Журналисты играют важную роль в разрешении ситуаций, связанных с религиозной толерантностью, многообразием и свободой вероисповедания.

Журналисты, освещающие темы религий, могут эффективно решать следующие задачи:

■ **Обеспечить конфликтующие на почве религиозных мировоззрений стороны важными сведениями, необходимыми для примирения, рассказывая им о процедурах и правилах, предусмотренных в законодательстве. Для чего важно привлекать к освещению таких конфликтов религиоведов и юристов.**

■ **Решить проблему отсутствия или нехватки каналов коммуникации и информации, чтобы каждая из сторон могла говорить о своих проблемах и желаниях как широкой аудитории, так и противоположной стороне. Так они больше узнают о реальных целях и интересах друг друга и расширяют поле возможностей для будущих договорённостей.**

■ **Помочь людям найти возможности для выхода из ситуации, распространяя информацию о способах управления и разрешения конфликта.**

■ **Создать для слабых (например, в силу малочисленности или других причин) сторон равные условия для диалога: чтобы они могли рассказывать о своих проблемах и опасениях и свободно коммуницировать с обществом.**

■ Привлечь внимание общественности к многообразию различных взглядов и мнений людей, вовлечённых в конфликт на основе религий, вне зависимости от того, на чьей стороне конфликта они находятся.

■ Освещать истинное положение дел и пресекать всякого рода слухи. Ведь люди в большинстве случаев склонны верить неточной информации, а их доверчивость опасна тем, что может привести к эскалации конфликта.

§ 3.1.2 НЕКОТОРЫЕ СТРАТЕГИИ КОНФЛИКТ-ЧУВСТВИТЕЛЬНОГО ОСВЕЩЕНИЯ

В этом разделе мы обсудим ряд стратегий, которые журналисты могут использовать при освещении религиозного конфликта²⁵. Итак, что они могут сделать?

Рассказать истории о миротворцах

Истории в медиа о людях, участвующих в миротворческой деятельности, помогают узнать о процессах мирного урегулирования и альтернативах насилию. Иногда такие истории могут быть посвящены людям, занимающим высокое положение в обществе, но наиболее интересные истории – об обычных людях, которые в повседневной жизни делают мир лучше. Такие истории могут сыграть важную роль в борьбе со стереотипами и поставить под сомнение образ врага, сформировавшийся у разных сторон конфликта.

Провести совместные интервью

Журналисты могут рассказать истории людей из противостоящих групп, проведя с ними совместные интервью. Вот несколько идей, кто может стать героем таких интервью:

- люди, которые были друзьями до конфликта, и которые смогли сохранить дружбу, несмотря на разные взгляды;
- молодые люди, которые посещают или посещали одну и ту же школу;
- матери, которые родили детей в одно и то же время, но которых разъединил конфликт;
- люди, которые выросли вместе, – в одном дворе или на одной улице;
- пары из разного окружения, которые смогли удержать свои семьи вместе.

Этот список можно продолжать. Совместные интервью могут стать хорошей основой для написания историй, интересных вашей аудитории, помочь справиться со стереотипами и осознать людям из разных групп свою общность.

Дать сторонам возможность обменяться вопросами

В этом случае журналист просит людей с разными (и даже противополо-

²⁵ По материалам издания: Питер де Туа. Освещение конфликт-чувствительных тем: инструменты для журналиста.

ложными) взглядами придумать вопросы, которые они хотели бы задать друг другу. Эти вопросы могут касаться причин, по которым они ведут себя определённым образом, или причин, по которым они считают, что определённый вопрос важен для них. Но важно помнить: если конфликт находится в религиозной сфере, вопросы должны быть не о религии (её основах, постулатах, канонах, обрядах и др.), а о людях, их реальных жизненных проблемах или успехах. Это могут быть вопросы об их социальных, экономических или личных проблемах и о том, как они их решают.

Собрав вопросы, журналисты просят людей ответить на них. Ценность этого подхода заключается в том, что он даёт сторонам конфликта возможность диалога, что в обычной ситуации было бы невозможно. Результаты такого обмена вопросами могут быть исключительно информативными и способствовать улучшению взаимопонимания. Также они могут помочь лучше понять существующие проблемы и причины конфликта. А ещё обмен вопросами и ответами может стать источником удивительных историй, которые люди захотят услышать.

Задать сторонам одни и те же вопросы

Задавая каждой из сторон, участвующей в конфликте, одинаковый набор вопросов, журналисты могут помочь людям определить список общих ценностей и разногласий. Поскольку вопросы необходимо привязать к контексту, журналист может задать следующие вопросы каждой из сторон:

- Какова, по-вашему, основная причина этого конфликта?**
- Какие проблемы для вас/вашей стороны/организации являются приоритетными и подлежат решению?**
- Каков самый конструктивный способ решения этого конфликта?**
- Что, по-вашему, могло бы удовлетворить ваши требования и при этом решить проблемы другой стороны?**

Опубликовав материал, в котором параллельно представлены ответы сторон на эти вопросы, можно создать контент, который улучшит понимание проблем, позиций сторон и перспектив решения конфликта.

Помочь людям понять ценности друг друга

Понимание того факта, что разные люди действуют в соответствии с разными системами ценностей, также может сыграть важную роль в конфликтах. А журналисты могут помочь людям понять ценности друг друга.

Если ценности сторон диаметрально противоположны, то через СМИ можно, как минимум, объяснить и способствовать их пониманию. Это можно сделать, задавая людям разные типы вопросов, например, такие:

- Что важно знать людям из другой группы о вас, чтобы лучше вас понять?**
- Что должно произойти, чтобы улучшились понимание и толерантность между вашей группой и другими группами?**

Что вы должны знать о другой группе, чтобы вы и ваши сторонники поняли их лучше?

Стараясь помочь сторонам понять ценности друг друга, медиа могут сыграть важную роль в разрушении стереотипов.

§ 3.1.3 УПРАВЛЕНИЕ СВОИМИ УБЕЖДЕНИЯМИ

От каждого, кто взялся за создание контента на религиозную тему, требуется максимальная честность, прежде всего – перед самим собой. Здесь мы поговорим о том, как проработать собственные религиозные (или нерелигиозные) убеждения и предубеждения при работе над материалом. Особо следует отметить два момента.

Первый: у каждого человека есть своя позиция в отношении религии. Вера или неверие – личное дело каждого. Второй: журналистика – это профессия, требующая максимально возможной беспристрастности. Журналисты, освещающие вопросы свободы вероисповедания, толерантности и многообразия, не должны пропагандировать какие-либо убеждения (в том числе религиозные) или позицию. Журналисты берут на себя обязательство подходить к разработке материала с полной ответственностью и делать их достоверными и беспристрастными.

Как это сделать?

Чтобы оценить, сможете ли вы создавать контент на темы религий справедливым и независимым образом, необходимо регулярно размышлять о том, в какой степени ваши собственные убеждения могут влиять на ваши материалы.

Когда вы берётесь за историю, в которой – по вашим ощущениям – ваши собственные убеждения могут повлиять на качество работы, важно задать себе три группы вопросов:

1. Связан ли я с какой-либо из групп, вовлечённых в эту историю? Сподвигает ли меня эта связь в большей или меньшей степени сочувствовать разным участникам этой ситуации? Могу ли я сказать, что я честен со всеми сторонами?

2. Влияют ли мои личные убеждения на то, как я подхожу к рассказу о ситуации? Влияют ли они на вопросы, которые я задаю, и на то, как я излагаю историю? Могу ли я быть уверен, что все точки зрения будут рассмотрены справедливо?

3. Возможно ли, что я могу быть предвзятым в моём материале, не осознавая, что я отдаю предпочтение или симпатизирую каким-то группам, системам ценностей или мировоззрению?

Если вы ответите утвердительно на любой из этих вопросов, нужно очень тщательно обдумать, как вам продолжать рассказ, и следует ли продолжать вообще. Если вы слишком вовлечены или заинтересованы,

чтобы эта история была опубликована, вы можете попросить другого журналиста взяться за неё. Кроме того, следует предупредить редактора о своих опасениях и попросить его внимательно изучить материал и оценить, очевидны ли в нём ваши личные предубеждения.

§ 3.2 Практические рекомендации: этап предпродакшена

§ 3.2.1 ВЫБОР И ФОРМУЛИРОВАНИЕ ТЕМЫ

Один из важных этапов создания материала – выбор темы. Чем строже и осознанней вы подойдёте к выбору темы, тем актуальнее и успешнее будет ваш материал. При размышлении над выбором темы следует задать себе несколько ключевых вопросов, ответы на которые, как кровеносные сосуды, сделают ваш материал живым и наполненным. Давайте рассмотрим этот алгоритм выбора темы через связь вопросов.

О чём?

Нельзя готовить материал просто о свободе вероисповедания и многообразии религий. Тема всегда максимально конкретна и содержит: объект (герой, участники событий, известные личности), действие, которое совершает или не может совершить объект, и обстоятельства/контекст, в которых эти события происходят. Например: «История о подростке (объект), которому трудно принять решение (действие) о выборе религии, потому что он вырос в поликонфессиональной семье (обстоятельства/контекст)».

Темой могут стать:

- **важное событие,**
- **человек, о котором никто не писал,**
- **проблема, которая касается многих,**
- **интересный жизненный случай или ситуация.**

Факты не существуют сами по себе, они связаны друг с другом и в совокупности описывают ситуацию. Чем тщательнее рассмотрены факты в их взаимодействии, тем более глубоко в материале раскрыта тема. Чтобы показать их взаимосвязь, можно задать вопросы – например, такие: с чем / с кем связаны эти факты? Вследствие чего они возникли? Что теперь произойдёт? На кого эти факты влияют и как? И ответы на эти вопросы помогут вам глубже раскрыть тему.

Зачем?

Зачем я хочу рассказать об этом? Какую проблему могу решить? На какой вопрос ответить? Эти вопросы должны быть одними из первых при выборе темы. При ответе на них важны ваша компетентность, понимание и навыки работы с различными культурами и религиями.

Насколько выбранная тема актуальна?

Как правило, выбор темы – это отклик на социальный запрос: потребности и интересы аудитории или её части. Проанализируйте



информационное поле: если тема в тренде и о ней много пишут, это один из количественных индикаторов актуальности. Отвечая на этот вопрос, мы прогнозируем и потенциал вовлечения аудитории, и социальные последствия публикации материала. И здесь мы видим, что тема напрямую связана с аудиторией издания или аккаунта.

Как?

Задача автора – донести до аудитории тему своего материала. Для этого, во-первых, нужно показать ситуацию в развитии, во-вторых, представить факты, которые позволяют увидеть проблему. С помощью чего это достигается? Чаще всего – через рассказывание истории. При этом должно быть чёткое понимание, что, создавая контент, мы рассказываем не о самой религии (чтобы материал не стал пропагандой одной религии или принижением другой), в историях мы рассказываем о людях, при этом соблюдая правило «не навреди».

Ответим на эти вопросы на примере материала проекта Ксении Диодоровой «Видеть сны в хиджабе»²⁶.

О чём? В основе материала Ксении Диодоровой изначально была тема хиджаба: «Потом у меня появилась идея о том, что хорошо бы рассказать и о женщинах, которые носят хиджабы... Я хотела нырнуть в мир, в котором они живут, чтобы увидеть другой смысл существования этого объекта – хиджаба».

Зачем? Ксения хотела приблизить аудиторию к пониманию женщины другой культуры, сломать стереотипы и показать, что внешние проявления другой культуры (например, закрытые лица) не делают нас принципиально другими. Сама Ксения поясняет: «Мне хотелось поставить одного человека перед другим на маленьком расстоянии, в небольшом пространстве. Обычно они не сталкиваются в жизни, а теперь они могут что-то друг другу рассказать»²⁷.

Насколько выбранная тема актуальна? Актуальность поднятой темы обосновала сама Ксения – это стереотипы и то, что «на Западе, как и в России, хиджаб часто воспринимается обывателями как угроза», а значит, религиозные атрибуты становятся основой для разделения общества.

Как? Цель автора – развенчать «целый поток стереотипных представлений», связанных с образом женщины в хиджабе, и разрушить надуманные границы. Для её достижения Ксения использует интересный приём: она показывает общность ценностей женщин разных культур через ассоциации со словами «дом», «детство», «мечта», «занятие», «вера», «семья»: «Когда марокканки начинают рассказывать о своих ассоциациях, держа в руках эти предметы, – поражаешься тому, как похожи женские переживания. Некоторые вещи, конечно, разнятся, но другие похожи до невероятной степени».

²⁶ <https://dreamsbehindthehijab.ru>

²⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=r-ueGzTyyMY>

Как видите, процесс поиска и формулирования темы будущего контента продолжительный и многоступенчатый – по крайней мере, если мы работаем не над новостной заметкой, а с более сложными форматами.

§ 3.2.2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦА И ЕЁ ЗАПРОСА В ТЕМЕ

Целевая аудитория журналиста или блогера – это группа людей, которая потребляет ваш контент и максимально в него вовлечена и активна. Вы можете сказать, что вас читают или слушают самые разные люди, и их невозможно как-то объединить, и это будет ваша самая большая ошибка.

Портрет целевой аудитории даёт вам понимание тактики – как с ней взаимодействовать, помогает выбрать успешные темы, героев и форматы. Материалы получают максимальный отклик, когда читатель или зритель может сказать: «Я чувствую себя так же».

Портрет целевой аудитории учитывает:

- **демографические критерии (пол, возраст, национальность, семейное положение);**
- **географические критерии (страна, населённый пункт и т. д.);**
- **социальные критерии (образование, специальность, источник дохода, религиозные убеждения и др.);**
- **психологические критерии (жизненная позиция, ценности, интересы, образ жизни и др.).**

Каждый из этих критериев важен. Целевая аудитория определяет многое: выбор темы, героев и языка вашего материала. Это не значит, что разные аудитории будут выбирать разные темы, но аспекты их разработки могут различаться.

К примеру, тема о детях в поликонфессиональной семье и вопросе выбора религии может быть интересна всем, кто так или иначе включён в ситуацию: родителям, родственникам, самим подросткам. Но родителям скорее будет интересно получить авторитетное мнение, подтверждённое статистикой и рекомендациями, и тогда их выбор контента – экспертное интервью на эту тему. Подростки же эмоционально проживают этот свой выбор, думают, что они – не такие, как все, и им интересно будет узнать об историях других подростков – как те делали свой выбор.

Работая над материалом, следует учитывать привычки медиапотребления разных целевых аудиторий: какие форматы медиаконтента они предпочитают и где и как чаще всего потребляют информацию. И тогда мы с самого начала должны задуматься о форме и каналах доставки контента до целевой аудитории. В нашем примере с материалами о выборе религии подростка, живущего в поликонфессиональной семье, для родителей это будет видеоподкаст на YouTube, а для подростков – короткие ролики с TikTok.

Для того чтобы более чётко очертить целевую аудиторию, представьте своего читателя или зрителя максимально конкретно. Создайте его аватар. Аватар – это максимально конкретизированная и детально проработанная через образ конкретного человека целевая

аудитория. Само понятие аватара клиента появилось в маркетинге, однако абсолютно те же правила работают при определении аудитории вашего блога или СМИ.

Когда вы думаете о своём читателе или зрителе, попробуйте представить его через образ конкретного человека (возраст, имя, друзья, интересы). Например, вашего аватара зовут Гульмира. Ей 40 лет, она замужем за Сергеем, имеет сына 12 лет и дочку-первоклассницу, живёт в Костанаве в многоэтажном доме. Далее нужно описать её жизнь: кем работает Гульмира, какую должность занимает? Как она добирается до работы? Где и как проводит свободное время? Какие у неё сложности в жизни? Какие боли есть в её жизни? Почему её затрагивает тема свободы вероисповедания и многообразия религий? Какие именно аспекты её могут заинтересовать?

Благодаря подробно расписанному аватару можно чётко определить тему, аспекты, формат, то есть сделать самое лучшее информационное предложение для вашего клиента. И тогда станет понятно, что должно быть в вашем материале, чтобы Гульмира его прочитала.

По сути, аватар визуализирует для вас сегмент целевой аудитории. После детального представления аватара становятся более очевидными ответы на вопросы, которые необходимо задать при планировании материала. Подробнее их можно посмотреть в таблице.

Почему, эта тема важна для вашей аудитории?	
Какие потребности вашей аудитории закрывает этот материал?	
На какой важный вопрос для аудитории отвечает материал?	
Как аудитория, для которой важна эта тема, потребляет информацию? Какие платформы использует?	
Какие инструменты можно использовать для вашей аудитории?	
Какие форматы предпочитает ваша аудитория?	
Как сообщить аудитории, что ваш проект существует?	

Все вопросы логически связаны между собой. Так, определение предпочтительной платформы потребления информации поможет определиться с форматами подачи материала. К примеру, для YouTube подойдут большие истории, а для Facebook – короткие, сама подача материала также будет отличаться.

Таким образом, на каждом этапе создания материала стоит обращаться к целевой аудитории и её запросам. Понимание, на какую целевую аудиторию рассчитан ваш материал, поможет уточнить тему и выбрать приёмы, чтобы завладеть вниманием своей аудитории.

§ 3.2.3 РАЗРАБОТКА ТЕМЫ (КОНФЛИКТ, СТОРОНЫ, РЕШЕНИЯ И ПР.)

Как и в любой другой теме, журналистский материал о свободе вероисповедания должен соответствовать, в первую очередь, двум критериям: быть актуальным (т. е. рассказывать о злободневных проблемах) и быть интересным вашей целевой аудитории. Поэтому для начала перечислим традиционные приёмы поиска актуальных тем. В этом нам помогут:

■ **мониторинг новостных лент: ищем то, что по нашей теме происходит прямо сейчас;**

■ **мониторинг первоисточников: постоянно заходим на сайты государственных ведомств, политических партий, религиозных и общественных организаций (например, правозащитных) и в тематические сообщества в социальных сетях;**

■ **мониторинг ньюсмейкеров темы: это плановый обзвон, встречи на мероприятиях и личные, контакт через соцсети или мессенджеры;**

■ **отслеживание статистических отчётов и исследований по теме: ищем аномальные цифры, а потом выясняем, что изменилось и почему;**

■ **локализация больших тем: «заземляем» мировые тренды на страну, а общенациональные – на регионы.**

Что касается тематических границ, то предлагаем рассмотреть следующие типы материалов на религиозную тематику:

Общественно-политические: здесь в поле нашего внимания будут, в основном, религиозные организации и их официальные представители, вступающие в отношения (законодательные, юридические, финансовые, общественные и др.) с такими же субъектами общественно-политической жизни, и какие нормы и законы, возможно, они нарушают или какие нормы и законы мешают им реализовать свои права. Кроме того, нас будет интересовать их потенциал для решения любых злободневных проблем сквозь призму многообразия религиозных свобод, а также – как все эти субъекты и институты общественно-политической жизни обеспечивают каждому из нас свободу исповедовать или не исповедовать любую религию.

Культурно-познавательные и исторические: это темы, раскрывающие как историческую ретроспективу разных религий на определённых территориях и их влияние на культуру, обычаи и традиции народов и отдельных людей, так и разные аспекты их современного культурно-исторического присутствия в контексте свободы вероисповедания и многообразия религий.

Личные истории: важно то, как мы называем эти темы, – они не про разные религии, а про разных людей, которые верят. Или не верят – это их свободный выбор, и именно он помогает им реализовать свои планы, ре-

шать проблемы и просто быть счастливыми. Истории рассказывают, чем эти люди похожи на нас, а чем отличаются. И почему нам, таким разным, так важно быть вместе.

Свобода вероисповедания и многообразие религий – это достаточно узкий тематический фокус. Один из инструментов, который может помочь определить тему, – это вопросы, взятые из [анкеты для фокус-группы](#)²⁸, которую проводила организация ASIA-REF.

Тема материала (особенно чувствительная) всегда сопряжена с личным и журналистским опытом автора. Задайте себе несколько вопросов и, отвечая на них, постарайтесь вспомнить истории, факты, случаи из реальной жизни.

- **Как я понимаю, что человек (реальный, конкретный) обладает свободой вероисповедания?**
- **Что для меня свобода вероисповедания, когда я нахожусь наедине с собой?**
- **Что для меня свобода вероисповедания, когда я читаю медиа, смотрю информационные ресурсы?**
- **Что для меня свобода вероисповедания, когда я обращаюсь в государственные органы?**
- **Что для меня свобода вероисповедания, когда я общаюсь с соседями, членами своего сообщества?**
- **Что для меня свобода вероисповедания, когда я поступаю на работу или когда мой ребёнок идёт в школу?**
- **Что для меня свобода вероисповедания, когда я или мой близкий идёт в армию, или когда я взаимодействую с правоохранительными органами?**
- **Равными ли правами в религии обладают мужчины и женщины? Если нет, то как это проявляется?**
- **Равными ли правами и возможностями обладают религиозные меньшинства или течения в основных религиях или прозелиты?**
- **Способствует ли существующая религиозная инфраструктура исполнению религиозных практик?**

На основании ответов на эти вопросы и размышлений над ними могут быть сформулированы следующие темы (в качестве примера ниже приводится реальный результат работы с этим списком вопросов на тренинге по производству контента):

- Молодёжь в религии: модный тренд или осознанное решение?
- Религия в армии: есть ли в казахстанских вооружённых силах капелланы?

²⁸<https://mgorod.kz/news/velenie-vremeni-kak-zhivut-uralskie-starobryadcy/>

■ Особенности похоронных и поминальных обрядов в разных религиях: сложно ли соблюдать?

■ Устроиться на работу в хиджабе: с какими проблемами при поиске работы сталкиваются «покрытые» девушки?

■ Ребёнок в поликонфессиональной семье: когда, как и какую религию выбрать?

■ Типичные стереотипы по отношению к малочисленным религиям: развенчиваем мифы и объясняем на примерах историй простых людей.

Теперь, когда у вас есть тема, исследуйте её. Во-первых, найдите внутри темы конфликт. Как пишет эксперт по конфликт-чувствительной журналистике Питер де Туа, в большинстве новостей присутствует элемент конфликта: «Конфликт – это когда люди пытаются удовлетворить свои неудовлетворённые потребности, повысить своё влияние, защитить свою идентичность, получить расширенный доступ к ресурсам и уменьшить неравенство и несправедливость. Но также стороной конфликта могут быть люди, сопротивляющиеся переменам и борющиеся за сохранение привилегий. Конфликт – важная движущая сила перемен, а перемены лежат в основе почти всех репортажей»²⁹.

Здесь же отметим один момент: Питер де Туа не упоминает в качестве причин конфликта этническую принадлежность или религию. Он замечает: «Хотя часто конфликты объясняются с точки зрения этнических, религиозных, культурных или национальных разногласий, эти термины являются ярлыками, которые используют для того, чтобы что-то скрыть. Тот факт, что люди имеют разное этническое или религиозное происхождение, сам по себе никогда не может быть причиной конфликта. Конфликты вполне могут иметь этнические или религиозные аспекты, но истинные причины этих конфликтов будут другими».

Поэтому следующий шаг в разработке темы – найти конфликт, выяснить его стороны, каковы их интересы и истинные причины конфликта (вполне вероятно, корневая причина – не религия!), и заявить об этом. Конфликт может быть внутренним, личностным, когда человек ищет свой путь, своё предназначение, сталкивается с проблемами и находит свои ресурсы, в том числе в вере. Или в опоре на себя, свои способности. И тогда это личная история.

Ищите референсы. Кто-то когда-то точно уже писал на эту тему. Или в таком формате. Или для такой, как у вас, аудитории. Посмотрите, какие у них были находки, ведь вы можете их по-своему использовать. Или наоборот – что-то, что вы никогда не будете повторять: учитесь на ошибках других. Или убедитесь, что так, как вы, ещё никто эту тему не раскрывал. А может, раскрыл, но в другой стране, а вы теперь повторите у себя с новым результатом.

Ещё один инструмент разработки темы – интеллект-карта или mind map. Как это работает? После того как сформулируете тему, найдите ключевое для неё слово – с учётом контекста, описанного вами конфликта, проблемной ситуации. Это должно быть особенное слово – по сути, мета-

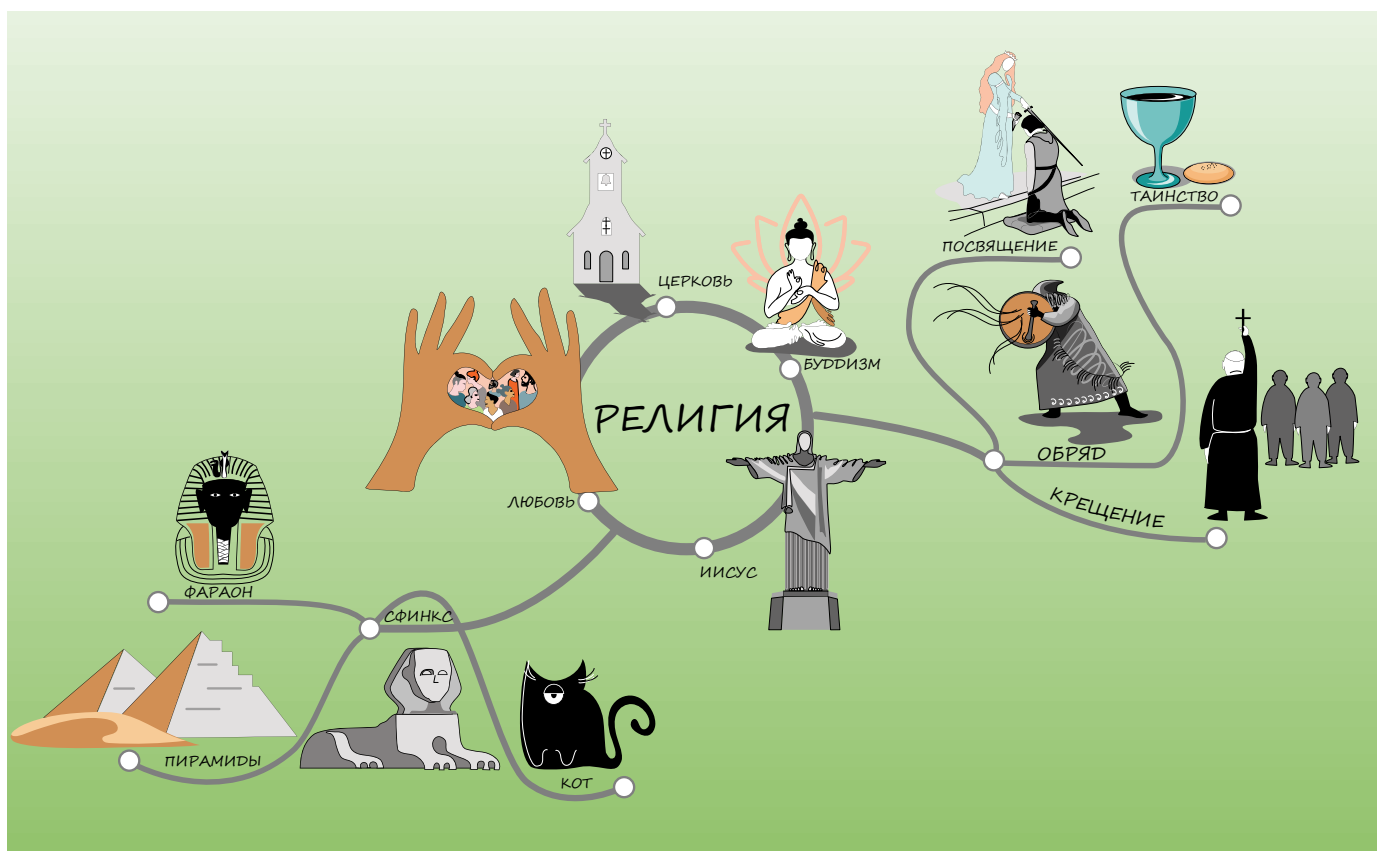
²⁹<https://livedune.com/ru/blog/issledovaniya/ehffektivnyj-format-posta-v-instagram2022>

РАЗРАБОТКА

фора вашего будущего материала, его концепт. Такое слово – ценность, которая понятна и близка всем. Оно может означать всё что угодно – это может быть предмет, символизирующий что-то важное, часть одежды или предмет, как-то связанный с темой и который все узнают, что-то из детства или что-то про традицию. Просто запишите все слова, которые приходят вам в голову, когда вы погружаетесь в тему, – что для вас важно? Что цепляет? После какого слова возникают картинки и вспоминаются истории? Варианты могут быть самые неожиданные.

Когда поймёте, что нашли это слово-метафору, запишите его в центре листа и нарисуйте вокруг него круг. Записывайте ассоциации к метафоре, пришедшие в голову близкие понятия, идеи про то, кто мог бы быть участником такой истории и почему, факты – уже известные вам или те, о которых вы узнали в ходе своего исследования. Каждое новое слово – это подтема вашей основной темы, над которой тоже важно подумать. И также обвести его в кружок и вокруг него нарисовать свои лучики со своими ассоциациями и снова задавать вопросы: какие есть факты об этом? Кто участники-свидетели ситуации? Какие аспекты проблемы они раскрывают? Какие визуальные образы возникают? Какой новый поворот теме задают?

Размышляйте, ловите ассоциации, связывайте их в цепочки и фиксируйте это на карте. И много, часто думайте о своём проекте! Пример mind map для одного из материалов участника тренинга на тему многообразия религий – на рисунке.



§ 3.2.4 ПОИСК ИСТОРИИ И ГЕРОЯ

Сторителлинг – это способ повествования, подача фактов через рассказ, историю. В отличие от новостного письма (news writing), сторителлинг необходим не столько для изложения фактов, сколько «для раскрытия драматических событий общественной жизни, оформленных в качестве историй»³⁰ и вовлечения читателя в проблему.

История вызывает интерес, запоминается и подключает эмоции аудитории. Через историю журналист может поднимать вопросы, касающиеся социальных норм и стандартов, религиозного и культурного многообразия, политических и социальных проблем в обществе.

В истории есть завязка, кульминация, развязка, есть эмоции и факты. Аудитория если и не ассоциирует себя с героем, то чувствует к нему близость. Сторителлинг – это эффективный способ помочь людям понять друг друга и узнать, что думают и чувствуют другие. Именно через истории, рассказанные в СМИ и в социальных медиа, в значительной мере создаётся и осмысливается социальная действительность.

Так, например, серия историй о людях, представителях разных конфессий, которым близки одни и те же ценности, волнуют похожие проблемы, может не только способствовать толерантности, но и побудить аудиторию задуматься над тем, что все мы – такие разные – живём в одном обществе. А может быть и по-другому: так, в документальном фильме SBS³¹ 10 австралийцев-мусульман с разными взглядами на свою веру живут под одной крышей в течение восьми дней, чтобы исследовать, что значит быть мусульманином в современной мультикультурной Австралии.

Сторителлинг в теме религиозного многообразия и свободы вероисповедания позволяет создать атмосферу доверительного диалога и способствует более глубокому погружению в тему. Используя приёмы сторителлинга, мы можем помочь людям из разных религиозных объединений рассказать о том, что для них важно.

Материалы, созданные по законам сторителлинга, представлены как истории реальных людей. Тогда первым делом отвечаем на следующие вопросы: что (о чём) я хочу рассказать? Зачем (почему) хочу рассказать об этом? Какую проблему я хочу осветить или на какой главный вопрос я хочу ответить? Кому это может быть интересно?

Отвечая на эти вопросы, мы в очередной раз определяем и уточняем тему, цель нашего рассказа, героя, образ, который олицетворяет наши человеческие ценности. К примеру, в материале **«Веление времени: как живут уральские старообрядцы»**³² журналистка Кристина Кобина также использует приём сторителлинга. Автор через историю своего героя Михаила Макеева, представителя старообрядческой общины, раскрывает нам жизнь религиозных меньшинств в Уральске.

Освещение религиозного многообразия и религиозных различий почти всегда осложнено стереотипами, имеющими мало общего с реальностью. Материал Кристины Кобиной направлен на развенчание этих сте-

³⁰<https://interactive.aljazeera.com/aje/2018/100-faces-of-rohingya-refugees/index.html>

³¹https://www.uwm.edu.pl/cbew/2021-12-2/27_Raspopova-S.pdf

³²<https://www.searchenginejournal.com/youtube-explains-how-shorts-algorithm-works/494953/#close>

реотипов. Не случайно публикация начинается с описания стереотипного образа старообрядца: «При слове “старообрядец” многие представляют мужчину с усами и длинной бородой, одетого в широкую рубаху и подпоясанного плетёным поясом, женщину – с покрытой головой в платье по щиколотку».

Материалы подобного типа предполагают глубину. Чтобы понимать тему и рассказать о ней аудитории, нужно разговаривать с людьми, провести в общине время, изучая её практики и быт. Одна из сверхзадач – рассказать, что люди, исповедующие разные религии или не исповедующие, имеют общие ценности. Именно общие ценности транслируются в рассказе героя истории Михаила Макеева: «Нужно правильно воспитывать своих детей, прививать уважение к взрослым. Делать добрые дела. Должна быть любовь. Всегда говорю, что семья – это главное. Нужно понимать, что так, как семья, никто не поможет, не поддержит. Хочу сказать, что дети – это отражение своих родителей. Нельзя ограничивать детей во всём. Условно – не давать смотреть телевизор. Я считаю, разрешать нужно, но при этом контролировать, что ребёнок смотрит. В нашей семье были и телевизор, и видеомаягнитофон. Родители не должны позволять телефоны или компьютеры, лишь бы ребёнок им не мешал».

Сторителлинг строится по определённым правилам.

Герой: героями могут быть персонаж, семья или организация. История может рассказывать о нескольких героях с похожими судьбами или ценностями. Между героями всегда можно провести параллели. В ходе развития истории мы узнаём об изменениях внешних, но чаще внутренних, в жизни нашего героя. Часто это может быть переоценка своих жизненных установок, в том числе вопросах веры и религии.

Хорошая история предполагает интригу. «Что будет дальше?» или «Как это всё закончится?» – эти вопросы удерживают и вовлекают аудиторию. Часто интрига возникает за счёт конфликта, внешнего или внутреннего, явного или скрытого. Конфликт также может быть представлен в изменении, в том числе ценностном.

Разные голоса: в истории обязательно должен быть герой, но кроме него могут быть лидеры мнений, эксперты и т. д. Хорошая история всегда многоголосая. Пусть ваши герои говорят сами за себя. Возможность слышать историю в режиме реального времени усилит вовлечение аудитории.

Сохранение элементов традиционной структуры истории. В завязке может быть описание героя, бэкграунд истории, ответ на вопрос «О ком этот рассказ?». Очень важным элементом истории является сопереживание: история интересна аудитории только тогда, когда зритель/читатель ставит себя на место вашего героя, сопереживает ему.

Мультимедийность: кроме текста, в истории используются и другие виды контента: фото, аудио, видео, анимация, графические элементы и др. Чтобы повысить вовлечённость, позаботьтесь о качественном визуальном оформлении контента. История всегда содержит сразу несколько аудиовизуальных элементов, направленных на создание эффекта присутствия. Само расположение текста или видео тоже игра-

ет роль в восприятии. Помните: историю должно быть удобно читать, смотреть или слушать, история складывается из разных пазлов медиа, каждый из которых должен быть на своём месте.

Обычно сторителлинг обращается к нескольким приёмам.

Путь героя. Этот приём лежит в основе сказок, рассказ не просто о жизни и взглядах, но качественных преобразованиях, изменениях ценностной картины мира. В процессе пути герой проходит внутренние или внешние трансформации.

Лепестки. Материал строится в форме нескольких историй-лепестков вокруг одной темы или проблемы. Подойдёт, когда у вас есть несколько небольших историй, которые подводят читателя к ключевой мысли. Истории лепестков могут во многом пересекаться, но при этом должны быть отдельными сюжетными линиями или ситуациями. Так построен материал «Видеть сны в хиджабе», где герои проекта рассказывают о своих ассоциациях с важными для аудитории словами.

Фальстарт. История начинается традиционно – возможно, предсказуемо, – но затем резко прерывается и начинается заново, совершенно по-другому. Присутствует эффект шока, неожиданного поворота. Формат часто используется в историях, когда герой переосмыслил ситуацию, вернулся к началу или пошёл другим путём.

Приём сторителлинга лежит в основе жанра мультимедийной истории, разных видов лонгрида, но может использоваться и в других жанрах.

§ 3.2.5 РАБОТА С ИСТОЧНИКАМИ

Несмотря на то, что религия чрезвычайно важна для значительного числа людей, в СМИ редко публикуются новости на религиозную тематику и материалы о различных верованиях, обычаях, привычках с точки зрения их многообразия. Журналисты пишут на эти темы по большей части тогда, когда внутри религиозной группы или между ними возникают разногласия или конфликты. Создаётся информационная лакуна, аудитория часто лишена возможности видеть жизнь религиозных сообществ вне конфликта.

В то же время журналисты могут изменить мир и восприятие широкой аудиторией этой темы, если найдут актуальные, новые и интересные истории и способы подачи материала. И это требует от журналистов творческого мышления. Возможность и желание делать такой контент появится, прежде всего, тогда, когда вы начнёте постоянно работать с широким спектром источников.

В частности это официальные, общественные и международные организации, работающие в сфере религий или прав человека. И если вы будете постоянно с ними на связи, то они обязательно предоставят важную информацию.

Отношения с официальными источниками

Официальные источники – это источники, работающие на государство. Они информируют нас об официальных событиях, происходящих в обществе. Поэтому важно поддерживать с ними связь, так как они могут дать нам информацию, которая на первый взгляд не важна, но представляет ценность для общества.

Надо находить возможность знакомиться с чиновниками, официальными лицами и во время бесед обсуждать с ними, какие темы интересны аудитории. Важны как официальные, так и неформальные встречи, и хорошо, если эти отношения строятся на взаимном искреннем интересе.

Изучение мнений обычных людей

В вопросах свободы вероисповедания **больше всего уязвимы простые люди, и зачастую именно они могут поделиться важными историями.** Вы должны находиться в среде людей, исповедующих религию или нет, находиться в диалоге с ними.

Посещая культовые места (церкви, мечети и другие храмы), вы можете получить информацию, которая важна и интересна для вашей аудитории. Следует отметить, что здесь есть свои особенности, о которых лучше знать заранее, чтобы исключить возникновение недоразумений. Верующие люди, особенно в момент исполнения религиозных практик и обрядов, могут воспринять определённое поведение журналиста как неуважительное по отношению к ним или их религии, поэтому нужно говорить с людьми до или после религиозной церемонии.

Опрос людей на чувствительные религиозные темы

Опросы важны для понимания взглядов и позиций разных людей по текущим событиям и проблемам. Но нужно быть очень осторожным, спрашивая людей об их религиозных убеждениях, обычаях и традициях, поскольку эти темы являются слишком личными и конфиденциальными.

Вот ряд профессиональных советов для журналистов при проведении опросов людей об их убеждениях, в том числе религиозных:

- важно, чтобы люди НЕ думали, что когда вы спрашиваете об их религиозных верованиях и обычаях, вам это кажется странным и смешным. Вы должны относиться к ним с уважением;

- вы должны признать, что эти убеждения являются очень личными. Иногда люди не хотят о них говорить. Если так, то вы не должны настаивать;

- важно всегда открыто рассказывать и объяснять людям, почему вы хотите получить эту информацию и что вы с ней будете делать.

§ 3.2.6 ПОИСК ЭКСПЕРТОВ И РАБОТА С НИМИ

Когда вы работаете над контентом на религиозную тему, вам почти всегда будут нужны специалисты, которые проанализируют найденную информацию и разъяснят сначала вам, а потом и читателю её суть. Таким специалистом может быть тот, кто хорошо разбирается в данной теме. Ещё лучше, если он уже имеет медийный опыт и давал комментарии или писал статьи. Перед журналистом стоит задача быть не только репортёром, но и исследователем и аналитиком. Именно для этого вам нужен специалист, способный профессионально интерпретировать просто: события и информацию.

Важный момент: круг специалистов не должен быть слишком ограничен. Чтобы увеличить количество экспертов, на которых вы можете опираться, работая над материалом, вы всегда должны быть в курсе того, о чём говорят в СМИ и социальных сетях, в клубах и во время встреч. Так вы сможете находить других людей, которые могут стать для вас хорошими экспертами.

Несмотря на то, что аудитория знает и верит словам постоянных экспертов, они могут просто наскучить, так как человек всегда ищет что-то новое. Поэтому рекомендуется постоянно обновлять круг экспертов. Более того, мнения разных экспертов позволят людям получить разные взгляды на религии, чтобы избежать концентрации на одной точке зрения. Также важно, чтобы среди экспертов было многообразие в плане гендера, возраста, социальных групп.

Другая задача – иметь на расстоянии одного звонка список экспертов и иметь с ними постоянный контакт. И этот список должен обновляться.

§ 3.2.7 КАНАЛЫ ДОСТАВКИ КОНТЕНТА

Ваш материал уже готов, и вы задумались, какие каналы доставки информации и форматы (их рассмотрим в следующем параграфе) можно использовать. Это очень важный этап, влияющий в итоге на охват аудитории. В качестве каналов доставки информации могут выступать традиционные СМИ, интернет-СМИ и социальные сети.

Традиционные и новые медиа активно взаимодействуют друг с другом, предоставляя обществу широкий доступ к информации и различные возможности для коммуникации и обмена мнениями. Тем не менее, каждая информационная площадка обладает своими особенностями и имеет свою аудиторию, ограниченную возрастом, местом проживания и интересами.

С появлением интернета появились новые платформы для СМИ. Они предоставляют возможность широкого распространения новостей и мнений, а также взаимодействия с аудиторией через комментарии, лайки и репосты. Интернет-СМИ позволяют публиковать интегрированную информацию, совмещая текст, гипертекст, аудио и видео.

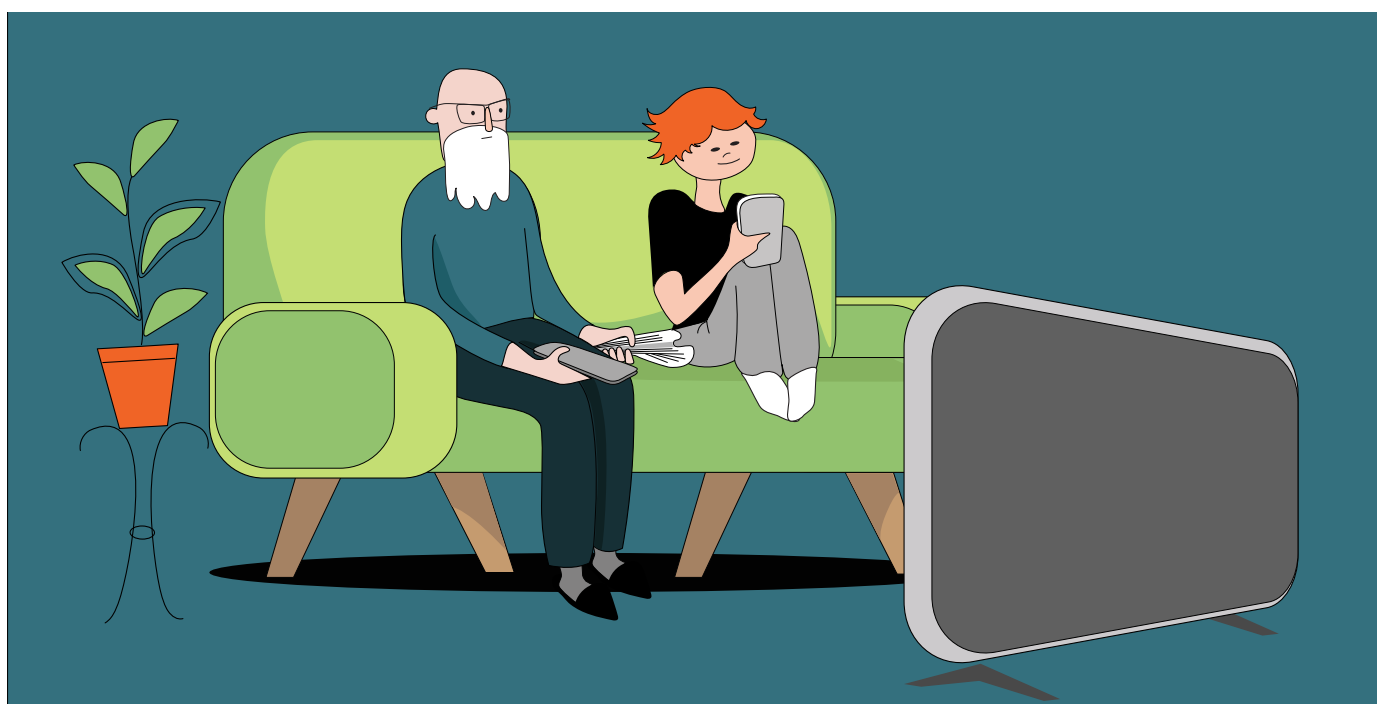
С развитием социальных сетей СМИ и контент-мейкеры активно осваивают эту нишу, так как именно социальные сети позволяют людям общаться-

ся и делиться информацией друг с другом и за счёт этого увеличивают аудиторию и имеют высокий потенциал для создания диалога с аудиторией.

Каждый из каналов доставки информации имеет свои особенности и свою целевую аудиторию. При анализе важно опираться на актуальные данные, так как предпочтения аудитории изменчивы. Потребление разных медиа часто зависит от возраста аудитории. К примеру, анализ медиапотребления казахстанской аудитории разных возрастов за 2019, 2021 и 2023 годы, которое провёл Internews в Казахстане, показывает динамику предпочтений разных видов медиа.

Основные источники получения информации о жизни в стране по разным возрастным категориям

Варианты ответов	Год	14–18	19–29	30–45	46–60	61–65
Из социальных сетей	2023	↑ 68 %	↑ 69 %	↑ 60 %	↑ 45 %	↓ 22 %
	2021	54 %	63 %	45 %	28 %	27 %
	2019	61 %	55 %	49 %	31 %	20 %
Из интернет-сайтов	2023	↑ 45 %	↑ 43 %	↓ 44 %	= 40 %	= 32 %
	2021	38 %	38 %	50 %	39 %	32 %
	2019	66 %	57 %	56 %	48 %	20 %
От других людей, родственников, друзей, знакомых или коллег	2023	↓ 30 %	↑ 27 %	= 22 %	= 21 %	↓ 16 %
	2021	34 %	20 %	21 %	21 %	20 %
	2019	36 %	40 %	41 %	46 %	46 %
Из передач телевидения	2023	↑ 17 %	↑ 20 %	= 28 %	↑ 55 %	↑ 68 %
	2021	13 %	17 %	29 %	53 %	58 %
	2019	46 %	48 %	60 %	71 %	77 %
Из газет, журналов	2023	= 3 %	↓ 2 %	= 4 %	↓ 6 %	↓ 7 %
	2021	3 %	4 %	5 %	10 %	28 %
	2019	4 %	6 %	9 %	17 %	23 %
Из радиопередач	2023	= 2 %	= 2 %	= 4 %	= 4 %	↓ 4 %
	2021	3 %	2 %	5 %	4 %	9 %
	2019	4 %	4 %	6 %	8 %	4 %



Пожилые и сельские потребители в среднем больше смотрят телевизор. Большинство казахстанцев получает международные новости из социальных сетей (48 %), казахстанских телеканалов (41 %), российских телеканалов (27 %) или мессенджеров (16 %). 60 % интернет-пользователей пользуются Instagram и 50 % – YouTube. TikTok используют 30 % пользователей, а Facebook и Одноклассники – примерно по 20 %³³.

Каждая из соцсетей имеет свой набор популярных форматов контента. Согласно данным LiveDune, в Instagram в 2022 году это reels³⁴ (охваты, просмотры, сохранения и лайки). В целом увеличение использования видеоконтента характерно для социальных сетей и СМИ.

Сегодня медиаканалы разрастаются, а люди всё больше зависят от социальных сетей. Поэтому СМИ активно осваивают различные каналы доставки информации, особенно социальные сети. Это позволяет выстраивать и поддерживать отношения с аудиторией и вовлекать новых подписчиков.

В социальных сетях показателем успеха является не только рост аудитории, но и рост количества реакций на материалы, комментирование и лайки. В зависимости от того, на какую аудиторию ориентировано ваше медиа, можно осваивать различные социальные сети и мессенджеры: Instagram, ВКонтакте, Telegram. И говоря о каналах доставки контента, мы опять возвращаемся к портрету целевой аудитории и её запросам.

§ 3.2.8 ВЫБОР ФОРМАТА

Традиционно медиаформат связывают не с контекстом, а с технологическими характеристиками информационной продукции: упаковкой, способом распространения, дизайном и стоимостью. Сегодня формат – это концепция создания материала, призванная привлечь определённую аудиторию с учетом её социально-демографических, психологических, поколенческих характеристик, стиля жизни. Мы будем понимать под форматом внешние характеристики контента: формы, подбор и способы его преподнесения. Это могут быть спецпроекты, фотоистории, сартіон-видео для социальных сетей, карточки, интерактивные лонгриды, формат долгого видео для YouTube, короткие видеоролики, reels, stories и IGTV для Instagram и др.

Важно понимать, что выбор темы, возможности и ограничения материала, который мы собрали в поле, также влияют на формат.

За каждым форматом стоят привычки медиапотребления аудитории, которую, вероятнее всего, он привлечёт. Приведём пример, когда выбор формата коррелирует со знакомыми и понятными для целевой аудитории способами потребления информации. В материале «100 лиц беженцев Рохинджа»³⁵ автор создаёт фотоисторию, где каждая фотография – вертикальный кадр, удобный для просмотра в телефоне, так как ключевой целевой аудиторией для него является молодёжь, для которой одна из устоявшихся медиапривычек – листать stories в Instagram, и автор закладывает эту ежедневную привычку в формат большого материала.

³³<https://www.youtube.com/watch?v=yv-DJiYbsqU>

³⁴<https://www.youtube.com/watch?v=gKSO06kNS0g&f=100s>

³⁵<https://islam-today.ru/obsestvo/kultura/videt-sny-v-hidzabe/>

Влияние медиапривычек
аудитории на формат
журналистского
материала

100 faces of Rohingya refugees

Portraits of the world's most persecuted minority.



By Showkat Shafi/Al Jazeera

Who are the Rohingya?

They are an ethnic group, the majority of whom are Muslim, who have lived for centuries in the majority Buddhist Myanmar.

Currently, there are about 1.1 million Rohingya in the Southeast Asian country.

100 faces of Rohingya refugees
Showkat Shafi/Al Jazeera

Также выбор формы подачи материала и формата тесно связаны с темой, которая, в свою очередь, обусловлена целевой аудиторией и её интересами и проблемами.

По мнению исследовательниц С. Распоповой и С. Симаковой, формально оставаясь в рамках определённого жанра, «повествование в формате выстраивается таким образом, чтобы появилась интригующая история с использованием видео, полноэкранных фотографий, стильных иллюстраций, таймлайна, типографики и инфографики – визуальная организация информации»³⁶. Формат становится технологической упаковкой гибридного информационного продукта. Рассматривая понятие формата, авторы называют новости в картинке, лонгрид, сторителлинг, ток-шоу, спецпроект, трейлер и др.

Рассмотрим несколько форматов для примера.

Карточки. Формат объяснительной журналистики. Материалы-карточки содержат несколько картинок, которые связывает общая тема. Изображение, как правило, сопровождает объясняющий текст. В карточках можно представить культурно-просветительский материал о свободе вероисповедания и многообразии религий – например, проект «Особенности головных уборов женщины в разных религиях мира». Жанр карточек активно используется как в профессиональной журналистике, так и в Instagram.

Лонгрид. Сегодня лонгридом называют формат подачи большого материала, разбитого на части различными мультимедийными элементами. В центре лонгрида зачастую оказывается не контекст, а технологии: фотографии, инфографика, аудиоиллюстрации, анимированное изображение, видео и т. д. При этом они не просто сопровождают текст, но выступают как главные элементы материала, вовлекая аудиторию в рассказ. Внутри лонгрида может быть упаковано путешествие, история или важная проблема.

³⁶Симакова С. И., Енбаева А. П. Сторителлинг как приём журналистской работы // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 1 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-priem-zhurnalistiskoy-raboty>

Вариантом лонгрида является **артдок**. В нём преобладают визуальные формы: фото и видео, а основное повествование связано с эстетическим восприятием проблемы. Текст в основном выступает в качестве связок между структурными элементами и поясняет визуальные элементы. Ярким примером такого лонгрида является проект Ксении Диодоровой «Видеть сны в хиджабе».

Фичер. Если вы хотите писать на захватывающем и простом языке о серьёзных сложных темах, можете выбрать фичер (feature story) – гибрид лонгрида и аналитической статьи. Фичер – это занимательная статья, посвящённая актуальной теме или новости, но написанная в близкой к художественной манере. В фичере тоже желательно присутствие героя, интрига и развитие сюжета, т. е. использование элементов сторителлинга.

Фичер имеет специфическую структуру и состоит из следующих элементов:

- интригующий лид. Это может быть история-анекдот, введение яркого персонажа, описание обстановки;
- нат-граф (nat-graph, перемилька) – это один абзац, в котором содержится суть материала: кто, где, когда, как и почему;
- основная часть – последовательное изложение фактов, подтверждённое цитатами, пересказом речи участников или экспертов, примерами из жизни людей, статистикой и результатами исследования;
- заключение – это могут быть выводы, возвращение к начальному тезису или сильная цитата, которая резюмирует ваш материал.

Если обобщить сказанное, на выбор формата влияют следующие факторы:

Ваша аудитория и её привычки в потреблении контента. Если ваш подписчик привык потреблять короткие видео, скорее всего, не стоит выбирать большие формы.

Тема, которую вы раскрываете в материале. Скорее всего, если вы ставите задачей разобрать сложную проблему, формат коротких видео или stories для Instagram вам не подойдёт.

Канал распространения. В отличие от жанра, в понятие формата уже включаются интересы и медийные привычки целевой аудитории, а, следовательно, и площадки, на которых она потребляет информацию.

§ 3.3 Практические рекомендации: этап продакшена

§ 3.3.1 РАБОТА ЖУРНАЛИСТА «В ПОЛЕ»: ГЕРОИ, ЭКСПЕРТЫ, УЧАСТНИКИ СОБЫТИЙ

Если на этапе предпродакшена вы выбрали тему, нашли героя (и договорились с ним о встрече), поработали с источниками и экспертами, чтобы собрать факты и разобраться в вопросе, и уже представляете, в каком формате и по каким каналам будете доставлять свою историю на религиозную тему целевой аудитории, проверили списки запрещённого – ли-

тературы и организаций – и не нашли там тех, о ком собираетесь писать, пора ехать работать «в поле» и, собственно, заняться производством контента.

В этом параграфе мы опустим большую часть профессиональных деталей работы журналиста «в поле», но остановимся на моментах, связанных со спецификой работы с религиозной темой.

Первое, что нужно помнить: то, с чем вы сейчас будете работать, без исключения сенситивно по своей природе. Это разговор о самом интимном, что может быть в жизни человека, – об его отношениях с Богом: вере в Бога или неверии, что тоже очень личное и связано с ценностями и убеждениями.

Каждый журналист мечтает до этих ценностей добраться, это то, что сделает его материал уникальным. В таком контексте важны этап установления контакта с героем ещё до встречи и ваши усилия для создания безопасной и поддерживающей атмосферы во время встречи. Например, вы готовите историю о людях, вера которых – не самая распространённая в вашем сообществе. А также есть разные причины, по которым они сторонятся чужих, а особенно журналистов.

Оптимальный вариант – когда вашему герою вас представит человек, которому он доверяет. Логично предположить, что это может быть руководитель, лидер или активист этой религиозной организации. Об этом говорили участники наших дискуссий, на которых встречались журналисты и представители разных религиозных организаций и даже вывели негласное правило успешного нетворкинга: когда мы доверяем, наши контакты должны быть друг у друга в записной книжке смартфона.

Безопасная атмосфера непосредственно на встрече с героями начинается с адекватного ситуации внешнего вида (по одежке встречают) и поведения (по уму провожают), которое не расходится с канонами и правилами, важными для тех людей, о которых вы рассказываете. Разуться, когдаходишь в мечеть, женщинам – покрыть голову на пороге храма, даже если ты другой веры или атеист, – это простые, но важные шаги к доверию.

Как отмечает известный центральноазиатский медиаэксперт по вопросам конфликт-чувствительной журналистики Инга Сикорская, для полного погружения в среду и создания долгосрочных и доверительных отношений с представителями религиозных организаций важно вести себя так, чтобы никого не обидеть ни внешним видом, ни словом, ни поведением. А к дальним поездкам и командировкам нужно готовиться заранее, изучить правила и привычки, чтобы, оказавшись на месте, не выделяться на общем фоне, привлекая к себе негативное внимание.

Добавим, что к этапу установления отношений относятся и все вопросы прояснения целей и задач встречи. Ваши герои должны знать и понимать, кто вы (открыто расскажите о своей работе и опыте), над каким контентом вы сейчас работаете, в каком формате и по каким каналам он будет распространён, ваш план съёмок – локации, продолжительность – всё это лучше согласовать. Убедитесь, что интервьюируемый ясно понимает, что его участие добровольное и может быть прекращено в любой момент. В

отдельных, особенных или сенситивных случаях договорённости можно зафиксировать на бумаге и скрепить подписями. Это может пригодиться и журналисту – во избежание недоразумений в будущем.

Вполне возможен и вариант интервью онлайн – с использованием мессенджеров или коммуникационных платформ (Zoom, Google Meet и др.), но либо это тот случай, когда вас рекомендует и ручается за вас очень авторитетный человек, либо если это не первая встреча, и у вас уже сложился определённый уровень доверия.

Следующая рекомендация – из области психологии и эффективной коммуникации: практикуйте техники активного слушания, чтобы правильно понять, запомнить и точно зафиксировать всё сказанное интервьюируемым. Это поможет вам услышать действительно то, что он хотел сказать, уловить подробности и нюансы его ответов и по необходимости прояснить важные моменты.

Есть и другой полезный эффект от использования приёмов активного слушания: так мы побуждаем собеседника к более подробным ответам, направляя беседу, и это тоже способствует лучшему пониманию и достижению цели.

Несколько приёмов активного слушания:

■ **Эхо-техника** – это повторение отдельных слов или словосочетаний собеседника, обычно завершающих высказывание, иногда – с вопросительной интонацией, если уместно и не очень часто.

■ **«Угуканье»** – когда мы слушаем, киваем, соглашаясь, головой и при этом издаём подбадривающие звуки – «угу-угу», демонстрируя внимание.

■ **Уточнение** – если вы не уловили все детали событий или переживаний, попросите уточнить и снова повторить или добавить. Можно начать фразу словами «Правильно ли я понял(а), что...».

■ **Паузы** – когда человек заканчивает говорить, выдержите паузу. Она даёт возможность подумать, осмыслить, осознать, а, возможно, и добавить что-то к рассказу.

■ **Резюмирование** – подводите промежуточные итоги сказанного собеседником и переходите к следующей теме.

Отражение чувств – ещё одна важная часть таких интервью: выражайте свои эмоции и не стесняйтесь спрашивать про эмоции собеседника (в меру, конечно). Наблюдайте не только за тем, что говорит ваш собеседник, но и за тем, как проявляются его эмоции в словах, интонациях, а также – что выражает его тело (поза, положение в пространстве, жесты, движение). Позвольте интервьюируемому свободно проявить свои чувства, и тогда он искренне заявит о своих убеждениях, о том, что для него ценно и дорого – о самом главном. А именно этого мы и хотели, не так ли?

И ещё несколько моментов: уважая право на свободу вероисповедания, избегайте прямой или косвенной дискриминации или пропаганды в пользу определённой религии. Материал журналиста светского издания не должен содержать разъяснение канонов конкретной религии, толкования священных писаний, цитаты из религиозных книг или наставления – как правильно исполнять религиозные обряды. Все эти темы – предмет не журналистики, а специальной религиозной литературы.

Уважайте и свои права. Для этого журналисту во время интервью с героем лучше вообще не дискутировать на тему своей веры или неверия. По поводу этого у Инги Сикорской также есть совет: ответьте на такую попытку коротко, но однозначно, например: «Я во время работы свою религию не обсуждаю».

Хорошо, если в вашей редакции принят редакционный стандарт, в том числе описывающий и как освещать тему религий. Если есть – следуйте ему. Если нет – опирайтесь на базовые стандарты журналистики и этический кодекс.

§ 3.3.2 МЕЖДУ ФОРМОЙ И СОДЕРЖАНИЕМ: ВЫСТРАИВАЕМ ПОВЕСТВОВАНИЕ

Настал момент, когда вы понимаете, что собрали максимально возможное в данных условиях количество материала (ответы на запросы, интервью, статистика, рассказы героев, фотографии, видео, цифры, подборки фактов и событий, мнения экспертов и свидетелей и прочее фактурное богатство), и пришла пора его собрать в единую структуру, которую потом вы и назовёте медиаконтентом.

И первое, что мы предлагаем вам сделать, – выстроить линию времени (таймлайн), которая вместит те факты и события, мнения и образы (вот они – минимальные единицы вашего контента, из которых вы и сложите свою историю), о которых вы собираетесь рассказать. Есть и другие способы структурировать собранный материал, но в рамках этого руководства мы сконцентрируемся на одном, поскольку он удобен и прост. Линия времени не обязывает вас рассказывать историю в хронологическом порядке (хотя и это возможно), но глядя на эту линию, вы сможете одним взглядом охватить всё, что собрали.

Для этого предлагаем пользоваться цветными стикерами, вы сможете их приклеивать в удобном месте – например, на пустой стене. Или просто фиксировать на маленьких листочках бумаги и раскладывать на столе.

После того как вы выстроили таймлайн, приготовьтесь сделать ещё две важные вещи. Технически это будет выглядеть так: слева от каждой карточки (помните: каждая карточка – это минимальная единица контента: факт, событие, мнение, образ) вы напишете вопрос, на который она отвечает. Справа – вашу идею, в каком виде она будет представлена в материале: текст, видео, аудио, картинка, что-то ещё?

Чтобы было понятно, перечислим минимальные единицы контента, из которых состоит материал о девушке, которая не могла устроиться на ра-

боту из-за того, что она носит хиджаб. Представим их в виде таблицы из трёх столбцов, где жёлтый столбец – это карточки с вопросом, розовый – карточки для таймлайна, зелёный – карточки с видами контента.

На какой вопрос отвечает?	Таймлайн (минимальная единица контента)	Виды контента
Сколько раз героине отказали в устройстве на работу и за какой период?	Цифры	Карточка с цифрой и картинкой
Что героиня чувствовала, когда ей отказывали в устройстве на работу?	Фрагмент интервью с героиней, которая носит хиджаб	Видео. Текст
Какие нормы казахстанского законодательства регламентируют ношение хиджаба	Фрагмент интервью с юристом	Текст
Какие факты иллюстрируют присутствие хиджаба как части костюма казахстанских женщин?	Фрагмент интервью с религиоведом	Даты, текст. Карта
Как героиня может юридически защитить себя?	Фрагмент интервью с юристом	Текст
Какой путь прошла героиня, пока не нашла работу?	Фабула истории	Текст
Что героиня советует другим «покрытым» девушкам: как себя вести при устройстве на работу?	Фрагмент интервью с героиней, которая носит хиджаб	Видео. Текст

Перед тем как взяться за разработку самого контента, сделайте ещё один шаг.

Ответьте себе на вопрос: всю ли необходимую информацию я собрал(а)? Чего-то не хватает (а чего именно)? Чего-то слишком много (что без потери смысла можно выкинуть)? Если ответы вы получили и довольны ими, то следующий шаг – решить, в какой последовательности и в рамках какой структуры вы будете выстраивать свое повествование.

Вместо карточек можно использовать таблицу, но карточки легко передвигать и строить из них разные структуры вашего контента до тех пор, пока вас всё не устроит. Можно использовать оба варианта – и таблицу, и карточки. Чем больше способов и возможностей прокрутить материал у вас будет, тем более целостным и логичным будет итоговый контент.

Ещё несколько слов про столбец и карточки «виды контента»: от него один шаг до формата. Да и граница между ними очень размыта, а порой её и совсем нет. Например, «текст» – это то, что написано словами, – од-

новременно и вид контента, и формат. А вот видео – с одной стороны, это вид контента, но форматов для него много и разных: кэпшен-видео, сториз, короткое видео, документальное кино, видеointerview, и это может быть длинный список.

В рамках проработки структуры можно подготовить четвёртый ряд карточек и назвать его «форматы». Информация о них есть в одноимённом параграфе этой главы.

§ 3.3.3 СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА (ТЕКСТ, ВИДЕО, АУДИО, ФОТО)

Под контентом мы будем понимать в рамках этой главы итоговый материал – то, во что журналист упаковывает основную идею и надеется на получение отклика аудитории. Какие виды контента сегодня являются основными?

Текст. С момента, как человек придумал алфавит и научился писать слова, он стал передавать информацию письменно. И что бы ни говорили адепты других видов, текст до сих пор не утратил своей актуальности. А для журналистов написание текста является неотъемлемой компетенцией и частью ежедневной рабочей рутины.

Но даже у тех, кто пишет хорошо и часто, время от времени возникает «страх белого листа» или ситуация, когда, наоборот, написал слишком много, а рука не поднимается отредактировать «нетленку». Способов сделать текст лучше много, и у каждого свой набор инструментов, вплоть до уже привычного сегодня – загрузить его в чат GPT и дать команду «напиши лучше!». Но это, как минимум, непрофессионально (в любом случае, призываем маркировать контент, который создан при помощи ИИ), как максимум – путь к ситуации, когда журналиста и вправду заменит искусственный интеллект.

Рассмотрим практические рекомендации, как совладать с текстом. Например, один из признаков репортажного стиля – чередование в тексте трёх типов речи: повествование, описание и рассуждение. Проанализируйте свой текст, выделив для этого в нём все три типа и задайте себе вопросы: как они соотносятся количественно (чего больше – чего меньше)? Нужно ли что-то добавить: для яркости образов – описания, для динамики – повествования, для аналитичности – рассуждений экспертов? Как мой авторский стиль проявляется в типах речи? Могу ли я что-то улучшить?

Видео. Согласно многочисленным медиаисследованиям, сегодня аудитория получает информацию преимущественно посредством видео. Поэтому создатели контента стали уделять производству видео больше внимания. Сегодня журналистам и контент-мейкерам необходимо знать основы мобильной съёмки и монтажа и простейшие инструменты для работы с видео – например, CapCut и VN.

Социальные сети также начали уделять особое внимание видео: YouTube, TikTok, Instagram, Facebook заинтересованы в публикации видеоконтента. Одним из распространённых форматов становится сартiон-видео, когда видеоряд для удобства аудитории сопровождается титрами. Главное при

подготовке – ориентироваться на предпочтения аудитории. Так, Тодд Шерманн, руководитель продукта YouTube Shorts, на просьбу раскрыть секреты алгоритмов этой сети рекомендовал ориентироваться не на алгоритмы, а больше думать о том, как сделать интересную историю³⁷.

Сложная тема или сенситивный контекст для видео не помеха – посмотрите этот обзор «Монахини в TikTok'e: как религия пришла в соцсети»³⁸, подготовленный журналистами BBC, и вы согласитесь, что даже о таких сложных темах, как религия и вера, можно рассказывать при помощи короткого видео.

Аудио. Всё большее внимание аудитории завоёвывает формат подкаста. Попробуйте использовать подкаст для создания контента: современный, удобный для аудитории (помните самый главный секрет радио: оно не забирает полностью наше время и внимание, как телевидение или печатная пресса, а ненавязчиво сопровождает нас в жизни) и не требует больших затрат.

А если у вас мультимедийная история, то не забудьте, что вы можете использовать аудиовставки, которые хорошо работают именно в сторителлинге. Ничто так точно, объёмно и характерно не расскажет о вашем герое, как его голос: тембр, говор, темп речи и паузы – когда он вспоминает, особенности интонирования – если он негодует, вы это сразу услышите и поймёте. Подарите своей аудитории эту роскошь: не только узнать, ЧТО говорят герои ваших историй, но и услышать, КАК они это говорят, а также – как звучит мир вокруг них.

Фото. Фотографии широко распространены как в традиционных, так и в новых медиа. Сегодня для подготовки фотоконтента можно использовать не только профессиональную камеру, но и смартфон. Качество картинки уж точно будет не хуже.

Другое дело – содержание и выразительные средства (ракурс, план, динамика и пр.) для передачи смыслов и эмоций. Это то, о чём тоже должен думать автор контента. Современным журналистам и контент-мейкерам необходимо знать и основы фотосъёмки. Сегодня фото может стать значимой частью сторителлинга, как в проекте «100 лиц беженцев Рохинджа», где фотография стала основным приёмом передачи глубины трагедии, произошедшей в стране.

§ 3.3.4 ДОРАБОТКА ЯЗЫКА КОНТЕНТА

Вы изучили тему и аудиторию, выбрали формат, отработали в поле, собрали факты и мнения, подготовили драфт материала. Дело за малым – провести стилистическую правку, проверить свой материал на язык вражды и в целом доработать язык, на котором вы говорите с аудиторией. Это непростой и очень важный этап.

Как отмечалось в первой главе руководства по теме многообразия религий и свободы вероисповедания, важным аспектом является знание религиозной терминологии и соблюдение баланса между простотой языка и использованием религиозных терминов. Неточное использование языковых средств может спровоцировать или обострить конфликт. К тому же,

³⁷<https://cnxus.org/wp-content/uploads/2023/07/Asia-REF-GAM-Brief-KZ.pdf>

³⁸<https://dreamsbehindthehijab.ru>

следует учитывать устройство современного медиапространства: нежелательные или дискриминирующие образы, возникнув в отдельно взятом материале, часто выходят за его пределы и становятся источниками поддержания или распространения стереотипов.

Коммуникационные барьеры, которые возникают при восприятии материала, снижают просмотры. Какую бы важную тему вы ни подняли, если материал написан раздражающим или запутанным языком, его не прочитают.

Одна из важных задач материалов по многообразию религий и свободе вероисповедания – снижение религиозной нетерпимости. Именно журналисты и контент-мейкеры могут гуманизировать религию и разрушать религиозные стереотипы. При создании материала обратите внимание на логические связки, не допускайте подмены понятий. **Интересный пример подмены логических выводов, которые возникают при некорректной работе с языком материала, привела Инга Сикорская: «По словам источника, Джалилов был спокойным человеком. Он отметил, что на тот момент организатор терактов (т. е. – Джалилов) не ходил в мечеть». Подумайте, какие выводы можно сделать из этого отрывка?**

Внимательно проанализируйте на этом этапе свой материал на наличие языка вражды. Обратите внимание на высказывания своих героев, в них тоже могут содержаться негативные высказывания по отношению к другим группам. При этом необходимо помнить, что язык вражды, транслирование враждебных установок может осуществляться как вербальным, так и невербальным способом. Для проявления языка вражды не обязательно даже употреблять эпитеты, достаточно упомянуть какую-то деталь в контексте. Иногда это может быть фото или какой-то визуал. На визуальных стереотипах построено видео «Внешность обманчива»³⁹. Даже выбор цветов может способствовать формированию негативного отношения – например, использование красного цвета, ассоциативно связанного с чувством опасности и угрозы.

Для того чтобы выявить использование языка вражды в материале, ориентируйтесь на стигму. Спрашивайте себя: способствуют ли слово или визуальный образ, которые я использую, укреплению стереотипов, усилению ненависти? Будет ли кому-то больно или обидно? Ставьте себя на место героя или аудитории, включайте эмпатию.

Какие общие рекомендации следует соблюдать?

■ **Если у вас большой материал, разбейте его на части. К каждой части дайте подзаголовок.**

■ **Разделяйте большие абзацы. Хороший абзац состоит из двух-четырёх предложений.**

■ **Обращайте внимание, чтобы абзацы были логически завершены.**

³⁹<https://ru.internews.kz/wp-content/uploads/2023/04/2023-03-ENC-Report-RUS-V3.pdf>

- Не злоупотребляйте знаками препинания.
- Стремитесь к простоте языка. Простые предложения лучше, чем сложные.
- Если сложные предложения нужны, придерживайтесь правила азбуки Морзе: длинные предложения пусть чередуются с короткими.
- Проверьте материал на использование неуместных метафор, токсичной лексики и языка вражды.
- Будьте осторожны в использовании религиозных терминов.

§ 3.3.5 БАЛАНС МНЕНИЙ

Ключевая дилемма для автора, претендующего на создание качественного контента: с одной стороны – вполне осознанное согласие с тем, что объективной журналистики в абсолютном понимании не существует; с другой – его главный профессиональный вызов: воспроизвести максимально объективную картину событий. Особенно если он взялся за материал на конфликт-чувствительную тему.

Что журналист может и должен для этого сделать? Первое и как будто очевидное – так изложить факты и события, чтобы у читателя была возможность самому сформировать точку зрения на проблему. О том, какие у него для этого есть средства, мы и поговорим в этом параграфе.

Главный инструмент журналиста на пути к максимальной объективности – баланс мнений о факте, который является информационным поводом вашего материала, или о событии, о котором вы рассказываете в истории. Это один из важных критериев, по которому мы можем оценить качество контента с учётом, что материал изложен максимально полно, разносторонне представлен и доставлен целевой аудитории по ближайшему каналу.

Баланс точек зрения означает, что новость/информация/история отражают мнения всех возможных заинтересованных сторон, которым дана равномерная (а значит – измеримая) возможность представить его здесь: пространство – а это эфирное время или место на полосе/экране, условия и форматы участия, отношение и т. д. Конечно, речь не идёт о случаях, когда площадку необходимо предоставлять агрессору, чтобы «уравновесить» жертву.

Думать о балансе нужно сразу – с этапа формулирования и разработки темы. В основе любого материала лежит, как минимум, проблема – как максимум, конфликт. Люди и организации, которые стоят по разные стороны конфликта, – это как раз те, чьё мнение нужно собрать, изложить и включить в материал максимально равномерно.

Кроме непосредственно вовлечённых в конфликт источников, журналисту всегда интересны и те, кто рядом: свидетели, местные жители, офи-

циальные лица (представители госструктур, самоуправления, правоохранительных органов – власть и оппозиция), а также все равнодушные и обладающие знаниями по сути вопроса (политики, общественники, эксперты, учёные и др.). Все они могут либо защищать одну из сторон, либо занимать нейтральную позицию.

Здесь начинается математика баланса, и чем более чувствительна тема, тем тщательнее нужно считать, обеспечивая эту самую «равномерность»:

■ **объём комментариев (если одно мнение представлено подробно, а другое лишь кратко упомянуто, каждый читатель заметит это и сделает свои выводы);**

■ **размеры и стиль фотографий (художественное фото на фоне прекрасного пейзажа и фотография три на четыре по пояс на фоне стены создают разное впечатление);**

■ **тональность высказываний: нейтральная позволяет читателю самостоятельно и на основе фактов, логики событий и последствий сформировать своё мнение, а излишняя эмоциональность может сместить баланс в сторону определённой точки зрения за счёт переживаний, интереса, страха или других чувств и эмоций;**

■ **структура изложения материала и распределение мнений в тексте, которые должны быть скомпонованы так, чтобы не создавать предвзятости в сторону того или иного мнения, и это может быть некая очерёдность, которая помогает удерживать качели баланса;**

■ **контекст, в котором развивается история и представлены мнения сторон, также важен, ведь он может включать: общественное мнение, предшествующие события (это так называемая история конфликта, и у нас есть чек-лист, который поможет автору качественно встроить контекст в материал – см. Приложение 1), культурные особенности и другие факторы. Самое важное, чтобы контекст был, ведь он помогает читателю точнее понять, что происходит, позиции сторон, чем они обусловлены, корневые причины проблемы и даже – в прошлом – найти её решение;**

■ **статус представителей разных сторон как минимум должен быть сопоставим и соизмерим: не может комментировать ситуацию с одной стороны конфликта руководитель организации, а с другой – третий помощник пятого заместителя.**

Есть и более тонкие вещи; например, форма цитирования: прямые цитаты могут придать голосу одного источника индивидуальность и шарм, в то время как косвенные цитаты – прямой путь к подтасовке мнения, так как могут использоваться интерпретации или обобщения, которые легко превратить в манипуляцию.

Также журналист использует документы различного уровня официальности и достоверности – протоколы, служебные записки, пресс-релизы и заявления, чеки, финансовые и юридические документы, которые помогают реконструировать контекст и погрузить в него историю, о которой он рассказывает.

К особенностям работы над темой религии относится и то, что часто трудно найти экспертов или просто людей, готовых высказаться – нет желания, есть опасения, а, может быть, и недостаточно компетентности. Причина возможного дисбаланса, о которой должен помнить любой журналист, – собственная предвзятость. Вновь задайтесь вопросом: как моё собственное отношение к чувствительной теме (моя вера или неверие) будут влиять на этот контент?

И если вы работаете в светском СМИ, единственно правильный ответ: никак! Если вы не готовы к такому ответу – отложите тему или отдайте её коллеге.

§ 3.3.6 КРИТЕРИИ КАЧЕСТВА КОНТЕНТА

Ваш материал готов. Предлагаем воспользоваться ещё одним инструментом и проверить, всё ли вы учли. Специально для авторов, создающих контент на темы свободы вероисповедания, мы подготовили чек-лист, который объединяет два типа критериев.

Первые – это критерии, описывающие соответствие вашего материала теме свободы вероисповедания, вот они:

1. Соответствие теме свободы вероисповедания

Касается вопросов свободы вероисповедания, они описаны подробно, есть связь с местным контекстом, и присутствуют все необходимые детали (определение, описание, свойства/характеристики, прогнозы/динамика, международная/региональная специфика).

2. Светский характер ключевого послания контента

Ключевое послание (основной месседж) материала не является религиозным, духовным или священным. Материал описывает светскую (профессиональную, бытовую, культурную и др.) деятельность героев и может продвигать светские послания, такие, как:

- отказ от насилия;
- толерантность к разным вероисповеданиям и убеждениям;
- мультикультурное понимание;
- продвижение верховенства закона;
- общечеловеческие ценности (семья, любовь, самореализация и т. д.);
- др.

3. Материал является нейтральным и не продвигает ни одну из религий

Материал, являясь нейтральным:

- не содержит рассказ о сути конкретной религиозной деятельности/религии, элементов религиозного обучения и не продвигает определённые религиозные взгляды;

- не включает цитаты из религиозных материалов и относящихся к тем или иным религиям священных писаний;

- не содержит программные материалы с религиозным содержанием (например, учебные материалы с религиозными ссылками).

4. Материал является нейтральным и не подавляет ни одну из религий

Материал не должен:

- отдавать предпочтение одним религиозным убеждениям по сравнению с другими;

- поддерживать или отдавать предпочтение религиозным убеждениям перед нерелигиозными;

- принижать каким-либо образом любые религиозные убеждения.

Вторые – это критерии, включающие параметры качественной журналистики, и они следующие:

1. Баланс точек зрения

Новость/информация отображает точку зрения всех возможных заинтересованных сторон, которым предоставлено равномерное эфирное время, место, условия, отношение и т. д.

2. Лёгкость восприятия

Все канцелярские/научные/технические/профессиональные термины разъяснены простыми словами и ясными примерами.

3. Погружение в контекст истории/ситуации/конфликта

Материал хорошо контекстуализирован. При описании истории/ситуации/конфликта он содержит подробный обзор того, как прошлые события (ретроспектива) между сторонами могли способствовать развитию или урегулированию конфликта. Политические, социальные, бытовые события, способствовавшие развитию конфликта и влияющие на его урегулирование, объясняются достаточно подробно.

4. Использование источников информации

Материал основан на мнениях широкого круга тщательно отобранных источников, которые представляют как официальные позиции сторон, вовлечённых в историю/ситуацию/конфликт, так и взгляды простых граждан. Характеристики источников чётко определены, и ясно, почему они были вовлечены и использованы для получения информации. Понятно, почему имена любых анонимных источников не используются в материале. Журналист разыскал нетипичные источники, которые дают релевантную информацию.

5. Наличие жизненной истории

Материал построен на жизненной истории, объясняет проблему, иллюстрирует идею или создаёт мощную человеческую историю в целях вовлечения читателя (герой, простые люди, сторителлинг) и привлечения внимания к теме продвижения в сообществах идей свободы вероисповедания и многообразия религий.

6. Использование конфликт-чувствительного языка

Нейтральный тон поддерживается по всему материалу. Используемый язык не делает из истории сенсацию. Стороны и их действия описаны справедливо и беспристрастно.

7. Полезность и действенность репортажей/материалов о свободе вероисповедания

Репортаж/материал опирается на мнения различных людей (органов власти и экспертов, авторитетных лидеров, простых людей/их опыт) которые выдвинули ряд предложений о способах продвижения в сообществах идей свободы вероисповедания и многообразия религий. Он формулирует конкретные предложения, которые позволят обычным людям эффективно реагировать на проблемы, связанные с этой темой и решать их.

8. Отсутствие алармизма

Материал призывает людей рассмотреть конструктивные способы управления и разрешения ситуации/конфликта путём включения мнений людей, которые могут предложить альтернативные варианты. Материал также даёт аудитории информацию о совместных подходах к решению ситуаций/конфликтов, связанных с продвижением в сообществах идей свободы вероисповедания и многообразия религий.

9. Гендерный компонент

Материал включает голоса женщин, вовлечённых в историю/ситуацию/конфликт как в качестве граждан, так и в качестве экспертов. Проблемы, влияющие на мужчин и женщин, представлены в равной мере. Выделяется важная роль, которую женщины могут играть в миростроительстве и управлении конфликтами, а также в продвижении сообществах идей свободы вероисповедания и многообразия религий.

Как работать с чек-листом? Найдите в своём графике полчаса, ещё раз вдумчиво прочитайте свой материал и заполните чек-лист, отмечая по каждому из критериев «ДА» или «НЕТ» с учётом, присутствует он в вашем материале или его не хватает.

Важно, чтобы эти критерии были для вас ориентиром не только на последнем этапе. Возьмите их в работу на всех этапах производства контента, начиная от формулирования темы и до завершения и переупаковки под форматы соцсетей. Эти критерии хорошо структурируют и разработку темы, и определение сторон и поиске экспертов. Сам чек-лист вы найдёте в **Приложении 2**.

§ 3.3.7 ВЕРИФИКАЦИЯ: ЮРИДИЧЕСКАЯ И РЕЛИГИОВЕДЧЕСКАЯ

Если вы прочитали первые две главы, подготовленные нашими экспертами – религиоведом и юристом, то, скорее всего, уже задумались о том, какая ответственность возникает в тот момент, когда вы начали работу над контентом в этих сложных и таких чувствительных темах, как свобода вероисповедания и многообразие религий. Мы предлагаем вам сделать ещё один шаг – до того, как вы отправите свой материал на публикацию.

И это будет самый короткий, но очень важный параграф нашего руководства. Мы просто ещё раз хотим подчеркнуть важность этого этапа создания контента на тему свободы вероисповедания и многообразия религий: перед тем как опубликовать готовый материал, обязательно покажите их двум экспертам: юристу, чтобы он подтвердил, что ваш материал не нарушает законодательство, и религиоведу, который подтвердит, что вы точно излагаете суть и не путаетесь в религиозных терминах и понятиях.

Этап верификации уберёт вас от возможных юридических коллизий и обвинений в непрофессиональном освещении темы.

§ 3.4 Практические рекомендации: этап постпродакшена

§ 3.4.1 РЕЛИЗ МЕДИАКОНТЕНТА

Наступает момент, когда мы готовы представить наш медиаконтент широкой аудитории. Назовём этот момент термином *release* (что означает в данном контексте «выпуск»: публикация, демонстрация, показ – фильма, книги, пластинки, в принципе любого контента). Это хороший инструмент, если мы подготовили качественный медиаконтент на чувствительную тему и хотим его одномоментно представить не только на своих ресурсах, но и на внешних площадках. Коллаборации и партнёрство с другими ресурсами сейчас в тренде. Но этап постпродакшена начинается немного раньше.

О чём нужно заранее подумать и на что обратить внимание? Заглянем в более ранний этап производства конфликт-чувствительного материала.

Будет полезно, если ответственный за продюсирование присоединится к процессу и познакомится с содержанием будущего материала ещё в момент утверждения темы, а не на этапе публикации. Уже тогда нужно задуматься и о том, сколько людей просто прочитает материал, и о том, сколько читателей вы хотите вовлечь в обсуждение.

Для редакций и отдельных авторов сегодня важно ориентироваться не только на то, сколько людей читают контент, но и на то, сколько людей его обсуждают в комментариях и тематических сообществах, лайкают и рекомендуют друг другу и нажимают кнопку «поделиться». И забота продюсера как раз в том, чтобы сделать встречу вашего контента со своей аудиторией с максимально широким охватом.

Как правило, продюсер не вмешивается в структуру и содержание контента и процесс подготовки. Однако если возникает ситуация, когда контент не воспринимается аудиторией так, как мы хотели, он может предложить изменить его внешний вид и форму подачи на разных каналах.

Готовясь к релизу контента, продюсер выбирает каналы его распространения и договаривается с их администраторами об условиях распространения. Конечно, всегда интересно запартнёриться с каналами с максимально широкой аудиторией. Но что должно в первую очередь быть принято во внимание – это репутация этих каналов. Реакция аудитории неавторитетного канала на чувствительную тему может быть не такой, как вы планировали. А негативная реакция может серьёзно повлиять на судьбу вашего контента.

При размещении такого материала в партнёрских средствах массовой информации и соцсетях следует учитывать его совместимость с сопутствующим рекламным содержанием. Насколько они могут быть близки друг другу? Как этот контент воспримет аудитория? В этом контексте лучше просчитать возможные риски.

В это же время, возможно, стоит задуматься, насколько уместно ставить ярлык «реклама» на материале на чувствительную тему при его продвижении в социальных сетях таргетированными инструментами.

Прежде чем выпускать ваш контент на широкую аудиторию, подумайте о том, как он будет выглядеть, – о его «упаковке». Вы должны позаботиться об обложке, кратком описании содержания, SMM-сопровождении (вашего эсэмэщика, вероятнее всего, не пустят управлять чужой административной панелью, но вы можете подготовить небольшое техническое задание) и других важных моментах.

Отдельно стоит отметить подготовку описания вашего проекта, чтобы у партнёров была задача только сделать копипаст и вставить текст в свой пост. Если вы его не сделаете, администратор другого канала может интерпретировать ваш контент по-своему, и, соответственно, есть риск распространить на аудиторию совсем не то, что вы хотели.

Подытоживая – о главных правилах при освещении нашей деликатной темы для большой аудитории.

Вы, конечно, знаете свою целевую аудиторию и именно для неё создавали контент. Однако ваш контент, вероятно, будут смотреть читатели других ресурсов с разными точками зрения. Материалы о религии, опубликованные в светских СМИ, воспринимаются религиозной аудиторией с таким же энтузиазмом, как и материалы о религии в отраслевых СМИ.

Предлагая контент для определённого региона, необходимо учитывать специфику местности. По каким религиозным убеждениям живут люди в этом регионе, каковы неписанные и писанные законы этого места, каковы особенности менталитета; может быть, есть этические правила – всё это иметь в виду. Например, в Иране нельзя публиковать материалы о религии с иронией и юмором, последствия для авторов могут быть не очень хорошими.

Правила, которым важно следовать при представлении чувствительной темы широкой публике:

- **уважайте чувства других и обязательно учитывайте это при создании контента;**

- **учитывайте риски, связанные с тем, как целевая аудитория может отреагировать на мысли, содержащиеся в материале;**

- **однако не забывайте, что уважение к чувствам верующих не должно мешать вам писать критические материалы.**

И самое важное: не допускайте разжигания ненависти, а для этого создавайте контент, основанный на принципах объективной журналистики.

§ 3.4.2 ПЕРЕУПАКОВКА КОНТЕНТА ПОД СОЦСЕТИ

Вы определили свою целевую аудиторию, выбрали формат и подготовили контент. Но успешность материала зависит и от других факторов: объём, подача, канал и время публикации и т. д. К тому же, ваша аудитория может быть сегментирована и иметь разные привычки в потреблении контента. Многие зависят от конкретной ситуации – например, в метро или общественном транспорте удобнее прочитать материал, а вот за рулём автомобиля – только послушать.

Лучшим решением для максимального охвата аудитории является переупаковка контента под разные каналы.

Во что мы переупаковываем большие форматы:

Подкасты. Крупные СМИ уже давно практикуют такой формат: записывают свои статьи в подкасты или, наоборот, пишут материал по какому-то выпуску подкаста. Например, свои подкасты есть у Forbes, РБК, GQ и других. Это позволяет изданиям идти в ногу со временем и давать читателям контент в удобной упаковке.

Нишевые видео для социальных сетей. Сегодняшняя аудитория потребляет в основном аудиовизуальный контент, чаще в социальных сетях, каждая из которых имеет свои форматы для видео. Так, видеоконтент в Instagram представлен в форматах видео в ленте (in-feed), reels, stories и IGTV. И каждый из них имеет свои требования к пропорциям, длительности и т. д.

Например, вы сняли видеоисторию и закидываете ее в IGTV в своём аккаунте, потому что другие видеоформаты слишком ограничены по времени. Однако короткими видео тоже не стоит пренебрегать. К примеру, stories даёт возможность сделать общение с подписчиками более интерактивным и увеличивает вовлечённость аудитории, повышая вероятность попадания аккаунта в рекомендации.

Посты. Из одного большого материала можно сделать серию постов в социальных сетях. Это могут быть чек-листы, примеры с кейсами, карточ-

ки с картинками. Может быть, даже импровизированная рубрика, где вы представляете истории своих героев. Также в постах можно давать анонсы ваших основных материалов.

Переупакованные материалы могут дублировать первоисточник, а могут давать немного другой контент. Если вы дублируете контент в другом формате, то не стоит давать ссылку на материал-первоисточник. Если вы ссылаетесь на первоисточник, пост должен нести дополнительную ценность: авторские кейсы, детали, которые не вошли в статью, может, какие-то цитаты ваших героев или комментарии экспертов, бэкстейдж (закулисье вашего производственного процесса). Таким образом, переупаковка контента позволяет охватить новую аудиторию и обогатить тему деталями, если вы даёте дополнительный контент.

Контент, разрабатываемый для классических СМИ, обычно имеет форму текст + фотография, для телеканала представлен в формате видео. Опыт показывает, что выкладывать эти продукты в социальные сети в первоначальном виде непродуктивно. Рассмотрим примеры, как контент традиционных СМИ переформатировать для социальных сетей.

Часто журналисты обращаются к интервью. Как может выглядеть интервью в Instagram? Из одного интервью можно вытащить несколько постов (два-три поста) для публикации в Instagram. Желательно заранее определить, какие темы (подтемы, интересные, яркие ответы) в интервью станут поводами для постов. Если интервью текстовое, обязательно несколько качественных фото, на главном фото заголовок (до четырёх-пяти слов). Если основа для переупаковки видеointerview, то монтируем видео в 30–40 секунд из интересных моментов в интервью. Заголовок на видео из трёх-пяти слов. Подводка – один-два абзаца (пять-семь предложений, каждое предложение из трёх-пяти слов). Подводка – одно предложение, четыре-пять слов, о чём видео, три-пять хештегов – отметка аккаунтов при необходимости.

Для YouTube чаще выбирается горизонтальный формат видео. Структура: шапка (5–10 сек.) – приветственное слово – 1 минута – 10 вопросов – 4–5 перебивки по 5 сек. – в конце заставка 5 сек. (возможно, рекламные дорожки). На Facebook хорошо заходит формат caption-видео – 59 сек., каждый кадр три секунды – два синхрона в среднем по 10 сек. – интершум 5–10 сек.

Независимо от социальной сети, под задачи которой мы переупаковываем материал, выбор шрифтов, логотип редакции и стиль аккаунта сайта должны сочетаться со стилистикой СМИ или вашего основного канала – одни и те же цвета, одни и те же шрифты.

Каждая социальная сеть диктует свои правила, поэтому перед переупаковкой изучите рекомендации по созданию контента именно для конкретной социальной сети. Рассмотрим для примера требования к упаковке контента различных медиаформатов в Instagram.

Правила оформления поста:

- текст структурирован, с отступами между абзацами, дополнительными иконками и др.;

- несколько фото или видео; обратите внимание, что большее доверие вызывают реалистичные материалы, без обработки и украшения;

- большой текст разделён на смысловые единицы и оформлен карточками, которые размещаются в «карусели». На главном фото минимум текста, текст в форме заголовка.

Правила оформления stories:

- основной приём – сторителлинг, где первая история интригует, вовлекает аудиторию;

- ссылки на публикации на сайте СМИ с цепляющим заголовком для повышения количества кликов и фоновой иллюстрацией из материала;

- единый стиль в оформлении stories и иного контента: выбор цветов, дублирование деталей, шрифтов и т. д.

Правила оформления видео reels:

- вертикальный формат видео длительностью до 60 секунд;

- важно качественное изображение, поэтому желательна включённая функция публикации контента в высоком качестве;

- короткий цепляющий заголовок, субтитры, разговорный формат.

Таким образом, один объёмный материал можно представить в более коротких визуализированных форматах, заточенных под разные социальные сети. **Важно планировать переупаковку на стадии создания материала, чтобы уже на уровне продакшена сделать дополнительные фото для социальных сетей, записать короткие видео, подумать, что вы можете представить в социальных сетях, собирать материалы рабочего процесса для бэкстейджа.**

§ 3.4.3 ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ С АУДИТОРИЕЙ

Появление интернета навсегда изменило работу средств массовой информации. Одно из главных изменений – это то, что, публикуя свой контент на сайте или в социальной сети, мы ждём не только того, что его прочитают, но и того, что аудитория на него откликнется: прокомментирует, выразит какую-то реакцию и даже поделится им в своих аккаунтах.

Эффективная коммуникация с целевой аудиторией на сайте и в соцсетях – одна из важных задач, стоящих перед создателями контента. И сложность этой задачи в том, что у разных соцсетей алгоритмы и приоритеты разные, и они часто меняются. Поэтому сетевые профессионалы (SMM-специалисты) всегда должны быть начеку, и они очень востребованы.

К сожалению, многие казахстанские редакции слишком поздно стали присутствовать в соцсетях. Консервативные менеджеры и редакторы раньше просто доверяли продвижение онлайн-контента самому молодому

му специалисту в команде, и точка! При этом до недавнего времени считалось, что работать с соцсетями очень даже легко, и не стоит для этого брать в штат эсэмэщика. И несмотря на то, что сейчас мы замечаем прогресс в этом вопросе, зачастую один и тот же специалист отвечает за присутствие редакции в разных соцсетях.

Кроме того, порой, по мнению некоторых работодателей, SMM-специалист должен быть в одном лице копирайтером, дизайнером (который умеет работать с Photoshop и Coreldraw), мобилографом, журналистом и таргетологом. Ему ещё делегируют работу специалиста, отвечающего за онлайн-связь с аудиторией. Конечно, со временем эта ситуация регулируется. Но сейчас, особенно в регионах, – так. И это неверный путь. Задумайтесь о том, можно ли и как можно исправить эту ситуацию и оптимизировать работу специалиста по социальному продвижению.

Итак, обратная связь: нам жизненно важно эффективно общаться с аудиторией. Многих руководителей медиапроектов волнует количество и глубина просмотра материалов – и это резонно. Однако, как уже говорилось в начале, мнение аудитории тоже важно. И учитывать его – веление времени. Обратная связь осуществляется по различным каналам, например – через раздел обратной связи на сайте. Однако на практике чаще всего и активнее всего это происходит в социальных сетях и мессенджерах.

Сегодня путь от автора к аудитории – это дорога с двусторонним движением, и чтобы мы двигались без аварийных ситуаций, нужны правила движения/общения. Но прежде чем поговорить о том, КАК общаться с целевой аудиторией в соцсетях, давайте разберёмся – ЗАЧЕМ это делать. Вот пять не всегда очевидных причин:

1. Больше узнать про свою аудиторию: понять, кто эти люди, какие у них интересы и ценности, а также разобраться – из каких сегментов ваша аудитория состоит и чем отличается.

2. Выстроить доверительные отношения со своей аудиторией.

3. Как следствие п. 2 – сформировать среди всех, кто вам пишет, лояльное сообщество.

4. Находить новые темы и ракурсы старых тем и писать сразу о том, что волнует аудиторию, а значит – будет прочитано и прокомментировано.

5. Найти героев будущих материалов.

Правила достаточно просты и от правил общения офлайн отличаются не по сути, а по форме. Вот те из них, которые начинаются со слова «обязательно»:

■ уделяйте внимание каждому сообщению – да, каждому, а значит – выходных и перерыва на обед в интернете нет;

■ отвечайте максимально быстро (вы можете найти разные рекоменда-

ции по скорости ответа – от 5 минут до 12 часов), и здесь главный совет – чем быстрее, тем лучше;

■ обращайтесь по имени (или используйте никнейм), даже если вы нажали на кнопку «ответить» – и вроде бы всем понятно, кому вы отвечаете, – так как самое благозвучное и приятное слово для каждого человека – это его имя;

■ отвечайте на критические комментарии, и главное здесь выяснить, в чём причина критики, аргументы стройте на фактах и не уходите в зону мнений и предпочтений;

■ удерживайте общение в рамках темы вашего материала – останавливайте обсуждение, если оно перекидывается на области, далекие от неё.

Аудиторию вовлекают опросы, которые сегодня существуют практически во всех социальных сетях. С одной стороны опрос – это формат, в который можно переупаковать часть вашего контента, с другой – это может быть для вас инструментом для исследования аудитории.

Мы знаем из личного опыта, что обратная связь может быть как отрицательной, так и положительной. Будьте готовы и к тому, и к другому. Негативная реакция полезна тем, что это сигнал: вы делаете что-то не то и не так и должны внести изменения в работу. То есть повод задуматься. Положительная обратная связь – это награда от аудитории, мотивация работать дальше и в целом показатель, что вы всё делаете правильно и хорошо.

Общение в интернете имеет свою этику. Лучше сохранять вежливость и учтивость при общении с автором каждого комментария. И ясно выразить свои идеи. Сегодня читатель грамотен и активен, поэтому удовлетворить его запрос неряшливым ответом вряд ли получится. Будьте честны, не притворяйтесь. Не дайте себя обмануть. Если вы допустили ошибку, постарайтесь её признать и исправить. Не стесняйтесь извиняться. Всё это, несомненно, повысит доверие и уважение к вашему контенту и СМИ.

Приложение 1.

Чек-лист «История конфликта и его причины в журналистском материале»

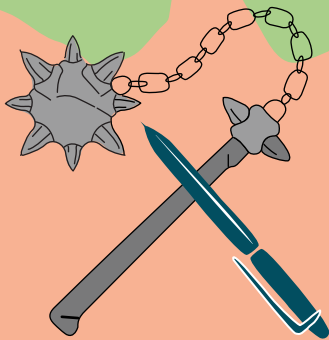
Прочитайте журналистскую публикацию. После прочтения заполните чек-лист, отвечая по каждому критерию: ДА, НЕТ или В НЕДОСТАТОЧНОЙ СТЕПЕНИ.

КРИТЕРИИ	ДА	В НЕДОСТАТОЧНОЙ СТЕПЕНИ	НЕТ
В материале есть контекст: подробно описана история конфликта.			
Из материала понятна связь между прошлыми событиями и текущим конфликтом.			
Определены и чётко названы политические/социальные/бытовые события, способствующие конфликту.			
В материале учтены и отражены интересы всех сторон конфликта.			
Из материала можно узнать и понять позиции сторон конфликта в отношении друг друга и их возможный совместный опыт, который мог сформировать их отношение друг к другу.			
В материале стороны рассказывают о своих действиях в конфликте и их причинах – то, как они их понимают.			
В материале описана одна или несколько причин конфликта: (заполните этот раздел после изучения раздаточного материала первого дня – фрагмент из руководства «Освещение конфликт-чувствительных тем: инструменты для журналистов»)			
Ограниченные ресурсы			
Потребности человека			
Структурные диспропорции			
Информация и коммуникация			
Межличностные отношения			
Несовместимые цели			

Приложение 2.

Чек-лист на основе критериев оценки
контента по теме
«Свобода вероисповедания
и многообразии религий»

КРИТЕРИИ	ДА	НЕТ
Соответствие теме свободы вероисповедания		
Светский характер ключевого послания контента		
Материал является нейтральным и не продвигает ни одну из религий		
Материал является нейтральным и не подавляет ни одну из религий		
Баланс точек зрения		
Лёгкость восприятия		
Погружение в контекст истории/ситуации/конфликта		
Использование источников информации		
Наличие жизненной истории		
Использование конфликт-чувствительного языка		
Полезность и действенность репортажей/материалов о свободе вероисповедания		
Отсутствие алармизма		
Вовлечённость женщин		

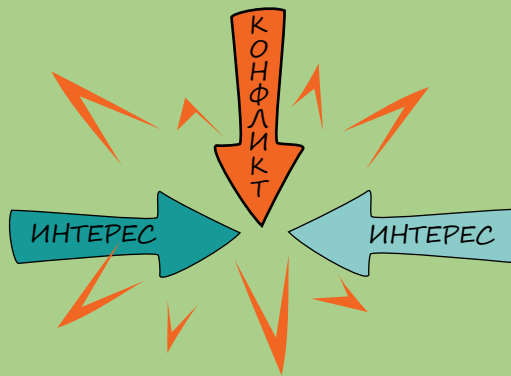


КОНФЛИКТ-ЧУВСТВИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД

К ОСВЕЩЕНИЮ В МЕДИА ТЕМ СВОБОДЫ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ И МНОГООБРАЗΙΑ РЕЛИГИЙ



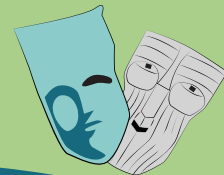
- ✓ СОБЛЮСТИ БАЛАНС МНЕНИЙ, ВКЛЮЧАЯ СОБСТВЕННУЮ БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ



КОНФЛИКТЫ МОГУТ ИМЕТЬ ЭТНИЧЕСКИЕ ИЛИ РЕЛИГИОЗНЫЕ АСПЕКТЫ, НО ИСТИННЫЕ ПРИЧИНЫ ЭТИХ КОНФЛИКТОВ – ДРУГИЕ

ЗАДАЧИ ЖУРНАЛИСТА:

- ✓ НАЙТИ КОНФЛИКТ, ВЫЯСНИТЬ ЕГО СТОРОНЫ, КАКОВЫ ИХ ИНТЕРЕСЫ И ИСТИННЫЕ ПРИЧИНЫ КОНФЛИКТА



ХОРОШАЯ ЖУРНАЛИСТИКА НЕ ПЫТАЕТСЯ НАВЯЗЫВАТЬ СТОРОНАМ СВОИ РЕШЕНИЯ И В ТО ЖЕ ВРЕМЯ НЕ ДОПУСКАЕТ СОКРЫТИЯ ВОЗНИКШЕЙ НАПРЯЖЁННОЙ СИТУАЦИИ И ЕЁ НЕГАТИВНЫХ СТОРОН

ТЕСТ НА НЕЙТРАЛЬНОСТЬ

ВЛИЯЮТ ЛИ МОИ ЛИЧНЫЕ УБЕЖДЕНИЯ НА ТО, КАК Я РАССКАЗЫВАЮ ИСТОРИЮ?

ДА

НЕТ

МОГУ ЛИ Я ПРОДОЛЖИТЬ РАБОТУ НАД МАТЕРИАЛОМ?

НЕТ

ОТКАЗАТЬСЯ ОТ МАТЕРИАЛА

ПОПРОСИТЬ ВЗГЛЯД «СО СТОРОНЫ» У РЕДАКТОРА, КОЛЛЕГИ

ПОПРОСИТЬ ДРУГОГО ЖУРНАЛИСТА ПОРАБОТАТЬ НАД МАТЕРИАЛОМ

МЕТОДЫ ЖУРНАЛИСТА

- ФИКСИРОВАТЬ НАРУШЕНИЯ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА ИЛИ СООБЩЕСТВА
- ИНФОРМИРОВАТЬ СТОРОНЫ О ПРОЦЕДУРАХ И ПРАВИЛАХ, ПРЕДУСМОТРЕННЫХ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ
- ПОМОГАТЬ СТОРОНАМ ЛУЧШЕ УЗНАТЬ ИНТЕРЕСЫ ДРУГ ДРУГА, ЧТОБЫ НАЙТИ КОМПРОМИСС
- РАССКАЗЫВАТЬ О ДЕЙСТВЕННЫХ СПОСОБАХ УРЕГУЛИРОВАНИЯ КОНФЛИКТА
- СОЗДАТЬ ДЛЯ СЛАБЫХ (НАПРИМЕР, В СИЛУ МАЛОЧИСЛЕННОСТИ ИЛИ ДРУГИХ ПРИЧИН) СТОРОН РАВНЫЙ ДОСТУП К АУДИТОРИИ
- ДАВАТЬ ПРОВЕРЕННУЮ ИНФОРМАЦИЮ И ПРЕСЕКАТЬ СЛУХИ
- ПУБЛИКОВАТЬ МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ О ТОМ, КАК МОЖНО УРЕГУЛИРОВАТЬ КОНФЛИКТ

НАД РУКОВОДСТВОМ РАБОТАЛИ:



Замир Тулешов,

религиовед, арабист,
специалист по предотвращению насильственного экстремизма (Казахстан)

Гульмира Биржанова,

руководитель юридической службы Media Qoldau,
соучредитель «Правового медиа-центра»

Ирина Чистякова,

консультант проекта SCARF по журналистике

Марал Айтмагамбетова,

кандидат филологических наук, медиатренер, тренер проекта SCARF

Аскар Актлеуов,

журналист, руководитель медиапроекта «Тілші», тренер проекта SCARF

Икбалжан Мирсайитов, эксперт,

консультант проекта SCARF, кандидат политических наук,
старший научный сотрудник Центра социальных исследований
академии наук Кыргызстана

Павел Банников, редактор русскоязычной версии фактчекер,

преподаватель медиаграмотности в Московской высшей школе социальных
и экономических наук, составитель учебника по медиаграмотности
для средних школ РК, редактор в фактчекерском проекте «Проверено»

Светлана Раздоба, дизайнер

Эльвира Гимаддинова, верстка

Зарина Ахматова, руководитель проекта SCARF в Таджикистане и Казахстане

Наталья Ковалёва, ассистент проекта SCARF



Internews

Local voices. Global change.