

На правах рукописи



Ткаченко Лилия Анатольевна

**МЕДИАЦЕНТР ЕПАРХИИ:
СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ
И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ПРАВОСЛАВНЫХ ЕПАРХИЙ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ)**

Специальность 10.01.10 — Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург — 2015

Работа выполнена на кафедре периодической печати ФГАОУ ВПО
«Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б.Н. Ельцина»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор,
Олешко Владимир Федорович

Официальные оппоненты: *Ершов Юрий Михайлович,*
доктор филологических наук, доцент, ФГАОУ
ВПО «Национальный исследовательский Том-
ский государственный университет», декан фа-
культета журналистики

Бакина Ольга Владимировна,
кандидат филологических наук, КОГБУДПО
«Учебно-методический центр повышения ква-
лификации работников культуры и искус-
ства», г. Киров, директор

Ведущая организация: ФГАОУ ВПО «Новосибирский национальный
исследовательский государственный универ-
ситет»

Защита диссертации состоится: 23 декабря 2015 года в 14.00 часов на засе-
дании диссертационного совета Д 212.285.21 по защите диссертаций на со-
искание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени док-
тора наук на базе ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б.Н. Ельцина», по адресу: 620000, г. Екатеринбу-
рг, пр. Ленина, 51, зал заседаний диссертационных советов (комн. 248).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВПО
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина», <http://dissovet.science.urfu.ru/news2/>.

Автореферат разослан « » _____ 2015 года.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор филологических наук, доцент



Б.Н. Лозовский

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. Потребность в исследовании сущностных характеристик и особенностей функционирования православных медиа возникает в силу причин как социального, так и экономического характера. Первое определяется необходимостью отвечать на вызовы общества и противостоять таким явлениям, как экстремизм, тоталитарные секты, кощунства и др. Экономический характер обусловлен особым типом финансирования православных средств массовой информации (СМИ) – неразвитой рекламной и маркетинговой деятельностью, опорой нередко лишь на пожертвования и спонсорскую помощь. Эти проблемы могут быть решены в структуре медиацентра, которая зарождается в настоящее время в православных епархиях и является одной из первых ступеней к формированию епархиального медиахолдинга.

На протяжении всей истории России Русская православная церковь (РПЦ) играет важную роль в жизни страны. В настоящее время РПЦ ведет активный диалог с обществом в социальной и культурно-просветительской сфере по актуальным вопросам воспитания детей и молодежи в культурно-исторических и патриотических традициях. Русская православная церковь несет свою веру людям не только с церковного амвона, но и другими способами, в том числе и через СМИ. При участии православных медиа решаются и мировоззренческие проблемы. РПЦ не ограничивается церковными вопросами, активно участвуя в жизни общества и показывая пример, как можно развивать идеологические установки, не задевая права других социальных слоев. Медиафера Русской православной церкви также является мощной защитой общества от сект и других деструктивных организаций и явлений. Недавние события во Франции – убийство 12 сотрудников парижского журнала «Шарли» за богохульные карикатуры – пример того, как важно всем соблюдать принципы морали и уважения по отношению к представителям других конфессий.

За последние 25 лет православная журналистика сформировала свою систему СМИ, которая является особой типологической груп-

пой российских массмедиа. Православные СМИ – как епархиальные, так и независимые – нашли читателей не только среди православных верующих, но и в светской аудитории. Об этом свидетельствуют, в частности, возрастающие тиражи церковных изданий. Например, православный дайджест «Душа. Встреча с Господом», распространяющийся во многих епархиях Сибири и Центральной России, за пять лет своего существования увеличил тираж с 999 экз. до 70 тыс. экз. Растут и тиражи официальных епархиальных изданий. Еще 5–10 лет назад у многих епархиальных газет тираж не превышал 999 экз. Сейчас почти все подобные издания прошли официальную регистрацию в Роскомнадзоре и значительно увеличили свои тиражи.

В настоящее время церковная журналистика широко использует современные технологии и методики в области распространения информации и продвижения своих проектов. Церковные вопросы и проблемы активно обсуждаются на православных Интернет-сайтах и в социальных сетях. Суммарная аудитория одного из самых популярных православных сайтов «Православие и мир» (www.pravmir.ru) составляет около 400 тыс. посетителей в месяц, посещаемость портала – 20 тыс. хостов в день. Свои сайты имеют и многие православные печатные издания. По кабельным сетям и в Интернете также транслируются теле- и радиопрограммы.

Следует сказать и о месте православной журналистики в образовательных программах российских вузов. К примеру, с 1991 г. на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова осуществляется подготовка выпускников по программе «Журналистика и религия».

Современная православная журналистика во многом опирается на дореволюционный опыт и богатые традиции, поэтому возрождение православных СМИ в наше время закономерно, несмотря на то, что в XX в. эта традиция прервалась. Вместе с тем в связи с изменениями в общественно-политической жизни страны происходит процесс видоизменения системы СМИ, в том числе и церковных. Самым оптимальным способом организации СМИ в последние годы становится структура медиахолдинга. К подобной форме работы стремится и церковная журналистика, а также епархиальная как ее составляющая часть. Поскольку медиахолдинг – коммерческая структура, имеющая своей целью получение прибыли, осуществляющая различные финансовые опе-

рации на медийном рынке и имеющая статус юридического лица, она не в полной мере отвечает цели и задачам Русской православной церкви, которая видит свои СМИ как средство миссионерства и проповеди. В связи с этим свои мультимедийные редакции епархии объединяют в медиацентр – структуру, не имеющую финансовой самостоятельности, юридической регистрации и финансируемую из средств территориального субъекта Русской православной церкви.

Актуальность филологического анализа заключается в выявлении сущности и особенностей деятельности медиацентров епархий, возможностей влияния новых информационных технологий на эффективность их работы и возможность установления диалоговых отношений с аудиторией. Это обусловлено и тем, что малоисследованными в данном контексте остаются именно организационно-творческие аспекты деятельности церковных СМИ. Тем не менее, мы считаем необходимым рассмотреть структуру медиахолдинга не только с точки зрения организационной и творческой эффективности, но и экономической: несмотря на то, что финансирование церковных СМИ имеет свою специфику, православные медиа в настоящее время ставят перед собой задачу самокупаемости и перманентного развития. При этом важно уточнить, что все структуры Русской православной церкви подчиняются государственным законам, в том числе в сфере экономики и налогообложения.

Степень разработанности темы исследования. Предметом научного интереса диссертационного исследования являются организация и функционирование епархиальных медиацентров. Данная проблематика еще не была до сих пор объектом обстоятельного научного изучения. Это обусловлено тем, что епархиальные медиацентры начали появляться только в последние годы, и их организационная структура и особенности функционирования находятся в стадии формирования. Значительная часть диссертационного исследования представляет собой собственные наработки автора, основанные на непосредственном опыте организации медиацентра в Новосибирской епархии.

Вместе с тем, изучение заявленной проблематики, несмотря на ее новизну, во многом опирается на имеющиеся исследования, как в сфере медиабизнеса, так и в области истории становления и развития православных СМИ. Это обусловило обращение автора к соответствующим отраслям научного знания и позволило выделить не-

сколько групп исследовательских работ, использованных в ходе научных изысканий.

К первой группе относятся исследования, посвященные организационной составляющей функционирования медиахолдингов и редакционному менеджменту. Данная проблематика отражена в работах В.М. Амирова, С.И. Бессонова, И.И. Исаченко, И.С. Машинской, Ю.П. Пургина, П.Н. Шаронина¹.

Институциональные и организационно-экономические составляющие медиабизнеса рассмотрены в совместной работе Д.В. Минаева, Е.Я. Морозовой и В.В. Метлюк². В названных трудах основное внимание уделяется различным аспектам функционирования холдинга как такового и в гораздо меньшей степени отражена структура и деятельность собственно медиахолдингов. Достаточно обстоятельно вопросы функционирования структур холдингового типа изучены И.М. Кортунным³. Поскольку структура организации медиахолдинга во многом отражает структуру финансово-промышленных холдингов, данная работа представляет определенный интерес для изучения заявленной автором проблематики.

Вторую группу работ составляют исследования, посвященные экономическим аспектам формирующейся отечественной медиасферы. Достаточно глубоко это направление изучено отечественным ученым, профессором факультета журналистики МГУ В.Л. Иваницким⁴.

Экономические вопросы исследовали также такие учёные как, Е.Л. Вартанова, В.В. Ворошилов, С.М. Гуревич, И.И. Засурский,

¹ Шаронин П.Н. Управление интеграционными процессами в медиаиндустрии как фактор повышения конкурентоспособности современных организаций. М., 2013; Исаченко И.И., Машинская И.С. Управление организационным развитием экономических субъектов в медиаиндустрии. М., 2013. Бессонов С.И. Специализация и профилизация как компоненты эффективного менеджмента региональных печатных средств массовой информации. Автореф. фил. наук. Екатеринбург, 2013.

² Минаев Д.В., Морозова Е.Я., Метлюк В.В. Медиаиндустрия: понятие, институциональные и организационно-экономические особенности формирования и функционирования. СПб., 2011.

³ Кортунов И.М. Функционирование и развитие холдингов в региональной социально-экономической системе. М., 2003.

⁴ Иваницкий В. Л. Становление медиарынка в постсоветской России: движение к линии горизонта // СМИ в меняющейся России : коллект. монография / под ред. Е. Л. Вартановой, науч. ред. И. Д. Фомичёва. – М., 2010; Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ: Авторефер. дисс... докт. филол. Наук. М, 2011; Иваницкий В. Л. Практические методы достижения экономической стабильности независимых СМИ. М. 2000.

Е.Ю. Зинин, В.В. Тулупов и др.⁵ Так, В.В. Ворошилов и В.В. Тулупов рассмотрели проблемы вхождения российской журналистики в рынок в 1990-е гг. XX в., а также подробно исследовали технику и технологию отечественных СМИ. Следует отметить, что в работах названных авторов, а также И.М. Дзялошинского, средства массовой информации исследовались в основном с точки зрения социального института, а экономический аспект рассматривался как вспомогательный.

Третья группа включает работы, посвященные творческим аспектам журналистики и изучающие виды и типологию СМИ. Данные вопросы нашли отражение в работах таких авторов, как В.В. Абашев, Л.П. Быков, М.В. Загидуллина, Ю.А. Ермаков, Ю.М. Ершов, И.В. Зиновьев, Б.Н. Лозовский, В.Д. Мансурова, Б.Я. Мисонжников, М.А. Мясникова, В.Ф. Олешко, С.С. Распопова, Э.В. Чепкина и др.⁶

Становлению епархиальных медиацентров предшествовал достаточно длительный период развития и существования системы православных СМИ, которая опиралась на организационную и экономическую базу светской журналистики. В литературе по проблемам развития православных СМИ наименее изучены проблемы функционирования и организации редакций. Вопросам издательско-полиграфической деятельности и организации СМИ в исторической ретроспективе посвящена четвертая группа работ. Данной проблематике посвящены труды таких исследователей, как А.А. Грабельников, Г.В. Жирков, О.Д. Журавель, М.М. Ковалёва, Т.Г. Куприянова, О.И. Лепилкина, В.А. Маркус, К.М. Накорякова, С.В. Сретинский, Д.Л. Стровский, М.В. Шкондин и др. Т.Г. Куприянова в своей работе «Печатный двор при Петре I» рассматривает становление издательско-полиграфического дела в такой значительный период истории

⁵ Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ М., 2004; Ворошилов В.В. Информационный рынок России: проблемы и перспективы. СПб., 2009; Зинин Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: ответы на вызовы новой эпохи // Российский журнал менеджмента. - 2008. - №3. Т.6; Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Варгановой. - М., 2009. Бессонов С.И. Специализация и профилизация как компоненты эффективного менеджмента региональных печатных средств массовой информации. Автореф, фил. наук. Екатеринбург, 2013.

⁶ 6. Зиновьев, И. В. Технологии мультимедиа и новые творческие возможности интернет-журналиста // Средства массовой информации в современном мире. СПб, 2004. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. Екатеринбург, 2002.

нашей страны, как эпоха Петра I. С.В. Сретинский подробно описывает работу газетного издательства в начале XX в. Историю редакторского дела в России в период XVI–XIX вв. исследует работа К.М. Накоряковой⁷.

Пятую группу работ составляют исследования по истории собственно православных СМИ. Данная проблема изучена О.В. Бакиной, Т.Н. Ивановой, А.Н. Кашеваровым, Л.В. Кашинской, К.Е. Нетужиловым, М.И. Пискуновой, Е.Г. Поздняковой, О.В. Савиновой и др.⁸

Исследователь К.Е. Нетужиллов проанализировал состояние православной периодической печати в XIX в., при этом основное внимание уделил историко-типологической стороне вопроса, и практически не затронул организационную и материально-техническую. Трудности становления церковной печати в конце 1980–начале 1990-х гг. изучила и описала в своих работах М.И. Пискунова. Вопросами православной журналистики в контексте взаимоотношений церкви и государства занимался А.Н. Кашеваров.

Также следует отметить труды исследователей современной православной журналистики. К данной группе относятся В.Н. Богатов, З.Г. Большакова, В.Р. Легойда, К.В. Лученко, С.В. Чапнин, А.В. Щипков и др. В исследованиях названных авторов рассмотрена роль журналистики Русской православной церкви в современном информаци-

⁷ Грабельников, А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., 2001; Маркус, В.А. Организация и экономика издательского дела. М., 1983; Накорякова, К.М. Редакторское мастерство в России XVI – XIX вв. М., 1973; Ковалёва М.М. Отечественная журналистика: вопросы теории и истории. Сборник статей / М.М. Ковалёва. Екатеринбург: УрГУ, 2000. – 108 с.; Курьянова, Т.Г. Печатный двор при Петре I. М., 1999; Жирков, Г.В. Эпоха Петра Великого: основание русской журналистики. СПб., 2003; Шкондин, М.В. Печать: основы организации и управления. М., 1982; Сретинский, С.В. Газетно-издательское дело. М., 1924; Стровский Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Д.Л. Стровский. – М: ЮНИТИ, 2011. – 359 с.

⁸ Нетужиллов, К.Е. Церковная периодическая печать в России XIX столетия. СПб., 2008; Пискунова, М.И. Православие в журналистике и православная журналистика (конец 80-х – начало 90-х годов XX века): Дис... канд. филол. наук. М, 1993; Бакина, О.В. Современная православная журналистика России. Киров., 2003; Позднякова, Е.Г. История и современное состояние православной журналистики. Курган., 2010; Кашинская, Л.В. Религиозная печать // Система СМИ. УП. М., 2001; Иванова, Т.Н. Современная русская православная периодическая печать: типология, основные направления, жанровая структура: Автореф. дис... канд. филол. наук. М, 2003; Кашеваров, А.Н. Православная российская Церковь и Советское государство (1917 – 1922). М., 2005.

онном и общественном пространстве и перспективы развития церковных медиа в России⁹.

Данные исследователи акцентировали внимание, в основном, на типологическом, жанровом и социально-политическом аспектах православной журналистики и только эпизодически рассматривали ее организационно-экономическую базу. Тем не менее, труды этих ученых позволяют судить об общем состоянии церковных СМИ на протяжении XIX и XX вв.

Отдавая должное исследовательской работе по истории и современному состоянию православной журналистики, необходимо отметить достаточно слабую степень изученности именно экономической и организационной составляющей системы церковных СМИ, в том числе и на епархиальном уровне. В частности, недостаточно исследованным остается процесс формирования епархиальных медиацентров, который в настоящее время осуществляется фактически на эмпирическом уровне. Малоизученной также является и структура медиацентра. Следовательно, становление медиацентров, в том числе и епархиальных, находится в активной стадии и еще далеко от завершения, поэтому требует пристального внимания исследователей.

Гипотеза. Объединение СМИ православных епархий в медиацентр, т.е. системная деятельность с учетом современных тенденций на рынке медиа и особого типа создаваемого продукта, позволяет решить ряд экономических, организационных и творческих проблем, а также способствует эффективному вовлечению аудитории в обсуждение социально значимых проблем и просветительской деятельности СМИ в контексте культурно-исторических традиций.

Объектом исследования в диссертации выступают православные СМИ и в целом информационное производство епархий Западно-Сибирского региона: Алтайской, Кемеровской, Новосибирской, Томской.

⁹ Богатов, В.Н. Православный телеканал. Как сделать его интересным? М., 2013. Большакова, З. Г. Взаимодействие Русской православной церкви и СМИ на региональном и федеральном уровне. Медиаскоп: теория СМИ и массовых коммуникаций. №4, 2011. Лученко К.В. Интернет и религиозные коммуникации в России. [Электронный ресурс]: Электронный журнал «Медиаскоп», № 1, 2008. URL: <http://www.mediascope.ru/node/32>. Чапнин С.В. Церковь и масс-медиа: Особенности коммуникации в современном мире [Электронный ресурс]: М., 2008. URL: http://chapnin.ru/articles/pravoslavie_i_mass-media_xxi_76/. Щипков А.В. Территория Церкви. Информационная атака на Русскую Православную Церковь Московского Патриархата в 2011–2012 годах. М. : ИНДРИК. 2012. 176 с.

Предмет исследования – епархиальный медиационный центр как фактор экономической и творческой эффективности массмедийной деятельности особого типа.

Цель работы: на основе выявления сущности и особенностей деятельности медиационных центров епархий проанализировать динамику развития медиа-структур православных епархий, а также раскрыть возможности, формы и способы их влияния на творческую и экономическую состоятельность СМИ.

Для реализации данной цели необходимо было решение ряда исследовательских задач:

1. Выявить центральные научные подходы к пониманию эффективности СМИ и охарактеризовать ее основные виды на примере деятельности светских медиахолдингов.

2. Исследовать организационно-экономические составляющие церковных СМИ с момента зарождения до конца XX в., выявить особенности и проблематику церковных СМИ в данный период.

3. Охарактеризовать состояние православной журналистики в России в последние два десятилетия, ее значение в общественной жизни. Проследить предпосылки создания конвергентных редакций и медиационных центров в православных епархиях.

4. На основе данных эмпирических исследований проанализировать современное состояние печатных, аудиовизуальных и электронных СМИ епархий Западной Сибири, определить закономерности их развития и проблемы взаимодействия.

5. Раскрыть содержание и выявить структурные элементы понятия «медиационный центр епархии», определить роль медиационных центров в решении задач экономической эффективности СМИ.

6. Исследовать особенности организации творческой работы информационных отделов и служб епархий в рамках медиационных центров, выявить проблемы их функционирования.

7. Оценить степень влияния местных православных медиа на общественную жизнь региона, социальную значимость публикаций епархиальных СМИ.

Теоретико-методологическую базу диссертационной работы составили различные концептуальные подходы, среди которых основными являются: структурно-функциональный, системный и историко-типологический. Структурно-функциональный подход применялся при анализе контента СМИ епархий и определения их роли и места в общей иерархии епархиальных медиа. Системный подход апро-

бирова́н при выявлении особенностей организации работы редакций епархиальных СМИ и системы взаимодействия всех видов СМИ внутри епархии. Для классификации епархиальных СМИ использовались статистический и типологический подходы. При описании истории формирования СМИ применялись историографический и культурно-исторический подходы, а также социокультурный подход при исследовании влияния церковных СМИ на общество и социальные процессы.

В работе использовались общенаучные методы (сравнение, рассуждение, описание) и специальные методы (наблюдение, обобщение, экспертное интервью, контент-анализ). Метод наблюдения применялся при посещении епархий, медиапроекты которых выбраны для изучения и анализа. Автором изучена организация рабочего процесса в информационных отделах Кемеровской, Томской и Алтайской епархий и медиацентре Новосибирской епархии. Метод сравнения использовался для оценки разных форм работы редакций как внутри одной епархии, так и епархиальных СМИ разных регионах. Метод описания использовался при изложении результатов, полученных в ходе наблюдения и сравнения. Метод анализа применялся при изучении содержания епархиальных медиа, при обработке интервью с экспертами. С помощью метода обобщения обработаны данные, полученные в процессе изучения организации работы медиацентров епархий и редакций епархиальных СМИ, а также в интервью. Применение данных подходов и методов позволило рассмотреть проблему комплексно и подтвердить основные тезисы данного исследования.

Эмпирическая база диссертационного исследования. В связи с тем, что изучение организации работы епархиальных СМИ проводится впервые и невозможно в формате данного исследования рассмотреть весь значительный пласт епархиальных медиа России, необходимо было обозначить территориальные и временные границы исследования. Автор ограничила область исследования наиболее крупными епархиями Сибирского федерального округа: Новосибирской, Кемеровской, Томской и Алтайской. Данные регионы были выбраны по ряду причин: профессиональный уровень СМИ данных епархий позволил провести исследование разных аспектов информационной работы, также большое значение имела включенность автора диссертации в деятельность медиаструктур Западной Сибири.

Впервые системно проанализированы экономические, организационные и творческие составляющие и определена эффективность

деятельности епархиальных СМИ в СФО как в составе медиacentра, так и вне данной структуры. В связи с тем, что возрождение информационно-издательской деятельности в отдаленных от столицы регионах началось примерно во второй половине 1990 гг., автор рассматривает работу епархий в этой сфере с начала 2000 гг.

1. Эмпирическую основу работы составили результаты мониторинга и контент-анализа различных видов СМИ православных епархий Западно-Сибирского региона за 2010-2015 гг.: печатные издания (35 наименований, 1898 публикаций), радиопрограммы (более 50, 190 часов эфирного времени), пять телевизионных программ (144 часа эфирного времени), интернет-сайты епархий и СМИ (11 web-сайтов). Кроме того, диссертантом изучены отчеты информационных и издательских отделов вышеназванных епархий за 2010-2015 гг.

2. В диссертационной работе представлены результаты включенного наблюдения, которое осуществлялось автором как корреспондентом СМИ Новосибирской епархии и исполнительным директором епархиального медиacentра. В связи с этим исследование информационно-издательской деятельности Новосибирской епархии проведено более широко. С 2010 г. автором были также проведены и исследования деятельности епархиальных СМИ вышеназванных регионов Западной Сибири. В ходе наблюдения автор непосредственно участвовала в телевизионных и радиопроектах (Кемеровская епархия), интернет-проектах (Томская епархия), издании периодических изданий и сетевых СМИ (Барнаульская епархия).

3. Для анализа и раскрытия темы диссертационного исследования автор использовала данные стандартизированных интервью с экспертами в области православной журналистики из Москвы и городов Западной Сибири: Новосибирска, Кемерово, Красноярска, Томска и др. В качестве экспертов выступили руководители общецерковных и епархиальных СМИ, преподаватели вузов Москвы, Новосибирска и Томска, действующие православные журналисты и публицисты. Всего было опрошено 28 человек.

Научная новизна диссертационной работы заключается в выявлении значения медиacentров епархий в развитии диалоговых отношений с аудиторией православных СМИ в условиях решения задачи организационно-структурной, экономической самостоятельности и перманентного совершенствования технологий. Положения диссертации, содержащие новизну и сформулированные автором лично, заключаются в следующем:

1. в результате исследования впервые проведен всесторонний анализ деятельности массмедиа епархий Западно-Сибирского региона, выявлены проблемы взаимодействия СМИ в рамках одного церковного института;

2. описаны особенности функционирования и организации работы православных изданий как дореволюционного, так и советского и постсоветского периодов, их влияние на современную медийную практику;

3. уточнено понятие епархиального медиacentра, который рассматривается как структурное подразделение территориальной единицы Русской православной церкви (епархии) и подчиняется церковной иерархии. Данная структура объединяет в себе православные СМИ региона и контролирует информационную политику епархии;

4. впервые рассмотрены предпосылки и необходимые условия создания медиacentра в православной епархии, проанализирован начальный этап становления данной структуры:

– главным условием создания медиacentра епархии является активная позиция правящего архиерея в отношении информационной работы и понимание необходимости взаимодействия с паствой через СМИ, а также финансовое положение в епархии и возможность привлечения профессионалов;

– на начальном этапе формирования медиacentра происходит слияние всех видов СМИ епархии в единую структуру, епархией назначается руководитель нового подразделения, составляется план деятельности и определяются новые формы взаимодействия редакций епархиальных медиа;

5. также впервые, как нам известно, на примере деятельности конкретных региональных медиacentров системно рассмотрена организационно-экономическая и творческая составляющая православной журналистики:

– при этом организационно-экономический аспект понимается в определении задач для всех видов СМИ епархии, а также распределении финансирования на различные медиапродукты;

– под творческой составляющей понимается формирование особого типа медиапродукта, отвечающего запросам как воцерковленной, так и невоцерковленной аудитории;

6. кроме того, в исследуемых епархиях выявлены и описаны структурные единицы конвергентных редакций, которые призваны

решать единые для всех СМИ епархии цели и задачи (прежде всего творческого характера); они подчинены единому руководству, а также предполагают особое взаимодействие в системе церковной иерархии (на уровне региона и всей страны) и новый уровень сотрудничества со светскими СМИ.

Положения диссертации, полученные лично автором, содержащие новизну и выносимые на защиту, заключаются в следующем:

1. Уточнено определение базовых для диссертационной работы понятий, таких как медиахолдинг, медиацентр, медиацентр епархии, православная журналистика:

светский медиахолдинг рассматривается как акционерная компания или объединение нескольких юридически самостоятельных компаний медиасферы, которые связаны единым капиталом и управляются из единого центра;

медиацентр понимается автором как структура, объединяющая под единым руководством несколько видов медиа, не имеющих финансовой и организационной самостоятельности; православная журналистика – вид конфессиональной журналистики, отражающий вероучение Православной церкви и позицию граждан, исповедующих данные мировоззренческие постулаты.

2. Впервые православная журналистика комплексно рассмотрена с точки зрения организации работы редакций СМИ разного вида: печатных, аудиовизуальных, сетевых; доказана их особая роль в формировании информационной политики епархий.

3. В научный оборот введена новая характеристика организации работы епархиальных СМИ – в конвергентных редакциях, выявлены и систематизированы тексты, отражающие их мультимедийность.

4. Автором впервые были описаны епархиальные СМИ как система и комплекс, проанализированы особенности взаимодействия редакций различных медиа (аудиовизуальных, печатных и Интернет) и принципы организации и управления медиапроектами в системе Русской православной церкви.

5. На основе результатов комплексного исследования православных СМИ Западной Сибири, разработана и системно представлена авторская модель медиацентра.

6. Обоснована особая роль православного медиацентра в формировании и развитии информационной культуры определенных групп общества (молодежь, семья, научное и культурное сообщество, интеллигенция и др.).

7. Описаны социальная и воспитательная функции православной журналистики, их влияние на формирование культурно-исторических традиций. На примерах конкретных журналистских текстов показаны социально значимые проблемы регионов. Влияние текстов православных СМИ на аудиторию выявлено с помощью мониторинга комментариев, опубликованных в СМИ и на сайтах массмедиа, реакция на тексты печатных СМИ исследовалась по письмам, поступающим в редакции или непосредственно в епархии.

8. Впервые в отечественной филологической науке на примере конфессиональных СМИ предпринята попытка исследования взаимосвязи экономической и творческой деятельности в контексте развития новой информационной культуры, обусловленной развитием технологий.

Теоретическая и научно-практическая значимость исследования. *Теоретическая значимость* заключается в систематизации особенностей структуры медиахолдинга как образца для построения в том числе и модели медиацентра в православных епархиях. Структурированы по периодам основные этапы развития православной журналистики России с IX в. по настоящее время. Также выявлены основные аспекты работы общецерковных и епархиальных СМИ и предпосылки к формированию конвергентных редакций. В диссертации проанализирован значительный пласт текстов печатных, аудиовизуальных и Интернет СМИ православных епархий, описана трансформация православных изданий, созданных в середине 1990 гг., выделены тенденции развития церковной журналистики в современной России.

Практическая значимость: на основании данных исследования результаты работы могут быть использованы епархиями Русской православной церкви при создании новых и реорганизации действующих средств массовой информации, а также при организации структуры медиацентра. Материалы диссертации могут представлять интерес для специалистов и преподавателей, осуществляющих подготовку студентов в области журналистики и послужить основой для разработки учебных пособий и тренингов, а также спецкурсов и спецпрактикумов как церковных, так и для светских журналистов и студентов, специализирующихся в области конфессиональной журналистики.

Научно-практическая апробация работы. Результаты, полученные в ходе исследования, опубликованы в научных журналах, опре-

деленных ВАК РФ. Научные статьи опубликованы в 2013, 2014 и 2015 гг. в «Известиях Уральского федерального университета» и «Вестнике Челябинского государственного университета». Основные аспекты исследования представлены в тезисах и докладах на ряде конференций: Международной научной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс» (Новосибирск, 2014 г.), Международной научно-практической конференции «Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ» (Екатеринбург, 2014 г.), Международной научно-практической конференции «Журналистика в коммуникативной культуре современности» (Новосибирск, 2015 г.), XVII и XVIII форумах Новосибирские Рождественские образовательные чтения (Новосибирск, 2013-2014 гг.).

Структура и объем диссертационной работы:

Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, каждая из которых включает по три параграфа, заключения и библиографического списка (206 наименования). Содержание работы изложено на 176 страницах, общий объем диссертации составляет 197 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **«Введении»** дается общая характеристика работы: обосновывается выбор объекта и предмета, актуальность, новизна исследования, ставится цель, формулируются задачи, определяются положения, выносимые на защиту.

Первая глава **«Теоретико-методологические основания исследования организационно-экономической составляющей православной журналистики России»** состоит из трех разделов, в которых основное внимание уделяется анализу понятия медиахолдинг, особенностям его функционирования, а также актуальному состоянию православной журналистики в России.

В первом параграфе **«Медиахолдинг как форма экономической деятельности и предмет научного анализа»** диссертантом рассматривается содержание понятия «медиахолдинг», их типы и особенности функционирования. В настоящее время, как показано в диссертации, медиахолдинги являются наиболее эффективной формой существования медиапредприятий, поскольку они обладают наибольшей конкурентоспособностью и достаточно высокой производительностью. Медиахолдинг как организационная структура сочетает в себе элементы дифференциации и интеграции, обеспечивающие одновремен-

но целостность и маневренность компании. Развитие таких структур стало главной тенденцией современного рынка СМИ в России.

Одна из актуальных проблем, как доказывается в диссертации, – построение эффективной системы управления медиахолдингом и медиацентров как их первой ступени. Вместе с тем, делается вывод на основании анализа теоретического и эмпирического исследовательского материала, процесс формирования медиахолдингов нельзя считать завершенным: во-первых, отмечает диссертант, продолжается процесс включения отдельных медиаструктур в более крупные компании; во-вторых, на перспективных направлениях возникают новые, быстро растущие медийные холдинги.

Поскольку некоторые традиции издательского производства находят отражение в современных православных СМИ, во втором параграфе первой главы **«Организационно-экономические аспекты деятельности церковных СМИ в России до начала XX века»** автором рассматриваются основные особенности функционирования церковных СМИ до 1917 г. При этом история церковной периодической печати в России диссертантом разделяется на несколько этапов:

1. IX – н. XVIII вв. – Допечатный, с появления первых рукописей до формирования экономической и технологической базы издательского дела.

2. н. XVIII – н. XIX вв. – Подготовительный, от реформ Петра I до появления первых периодических изданий Русской православной церкви.

3. XIX в. – н. XX вв. – Синодальный.

4. 1920 – к. 1980 гг. – Советское время.

5. к. 1980 – 1995 гг. – Возрождение православной периодической печати (до появления Интернета).

6. Современный этап.

В выделенных автором периодах выявлены особенности организации работы издательств, базирующихся в основном при монастырях и синодальных учреждениях, а также развития церковных типографий. Именно опыт Русской православной церкви в сфере книгопечатания дал старт и стал основой светской (государственной) издательской деятельности, особенно в области периодических изданий, которая более чем на 100 лет опередила появление первых церковных периодических изданий.

Дальнейший анализ исторических процессов позволил определить предпосылки для активизации церковно-общественной жизни,

и, в частности, росту периодических изданий РПЦ. Это связано с реформами Александра II в 1960 гг. Так, за период с 1855 по 1865 гг. появилось 28 новых периодических изданий Русской православной церкви, формируется также система региональной церковной периодики. К концу XIX в. РПЦ имела широкую сеть периодических изданий, представленных в основном журналами, хотя некоторые из них именовались газетами. Несмотря на финансовые трудности и крайне недостаточную материально-техническую базу, церкви удалось наладить сеть православных периодических изданий, востребованных как в среде образованной части общества, так и простого народа. Основой материального обеспечения издательской деятельности становятся пожертвования верующих людей.

На основании проведенного исследования, как доказывается в диссертации, можно сделать вывод, что периодическая печать Русской православной церкви дореволюционного периода внесла весомый вклад в социальный и культурный потенциал общества, а также повлияла на развитие традиций формирования контента отечественных массмедиа.

Третий параграф **«Тенденции развития современной православной журналистики»** посвящен рассмотрению актуальных вопросов функционирования православных СМИ, начиная с конца 1980 гг. до настоящего времени.

В тексте диссертации подробно обосновывается роль православных массмедиа, которые выступают в качестве основного связующего звена между обществом и РПЦ, и играют важную роль в формировании православной культуры в современном российском обществе.

На основании результатов исследования автором выделены структурные особенности православных СМИ. Показано, что организационная структура церковной печати в определенной степени повторяет иерархический принцип всей системы РПЦ: издания Московского патриархата, синодальных отделов, издания митрополий и епархий, храмов и монастырей, приходов и учебных заведений, православных общин и братств. Также учредителями православных СМИ могут быть общественно-религиозные движения, фонды и частные лица. Издателями частных православных СМИ являются как благотворительные и общественные фонды, так и инициативные группы православных мирян, отдельные приходские общины. Некоторые издания выпускаются совместными усилиями церковных, государственных и общественных организаций.

Актуальным в исследовании представляется вопрос контроля качества изданий Русской православной церкви. В настоящее время контролирующую функцию выполняет Синодальный информационный отдел (СИНФО), который после экспертизы присваивает печатным православным СМИ гриф «Одобрено Синодальным информационным отделом». Перечень одобренных изданий расположен на сайте СИНФО. Развивается и тезис о том, что появление сети Интернет привело к серьезным изменениям в структуре и качестве средств массовой информации. Диссертантом приводятся примеры, свидетельствующие о том, что Русская православная церковь в своей издательской деятельности также активно использует все технологические возможности и наработки всемирной сети.

Анализ теоретического и эмпирического материала показывает, что создание церковного медиацентра, так же, как и светского, должно быть обусловлено его конкурентоспособностью. Вместе с тем, практика свидетельствует: создавая структуру медиацентра и работая по его законам, епархиальные СМИ выходят на новый уровень деятельности, более эффективно взаимодействуют с коллегами из светских СМИ и пресс-служб различных объединений. На основании включенного наблюдения диссертантом была выявлена и проанализирована эффективная модель внутренней структуры епархиального медиацентра. Она в чем-то повторяет структуру светского, однако в меньших масштабах. Основной особенностью управления церковным медиацентром также является подчинение главы епархиального медиацентра церковной иерархии: поскольку медиацентр является одним из отделов епархии, задачи и условия работы определяет правящий архиерей.

Вторая глава «Особенности функционирования СМИ епархий: сравнительный и проблемно-тематический анализ организации, структуры и содержания (на примере СМИ епархий Западной Сибири)» состоит из трех параграфов.

Первый параграф **«Анализ организационной и экономической составляющей информационной работы епархий. Формирование конвергентных редакций и медиацентров»** раскрывает основные аспекты деятельности средств массовой информации православных епархий. На примере работы медиацентра Новосибирской епархии, а также информационно-издательских отделов Алтайской, Кемеровской и Томской епархий рассмотрены разные, а прежде всего организационно-экономические, аспекты деятельности епархиальных

СМИ. В исследовании отмечается важный, в том числе для организации информационной работы, процесс разукрупнения православных епархий и образование новых церковно-административных центров. Если, к примеру, в советское время Новосибирская епархия занимала пятую часть СССР, то уже в 1990-е гг. её размеры соответствовали границам Новосибирской области. В 2012 г. решением Священного Синода на территории Новосибирской области и Алтайского края образованы по четыре епархии. На территории Кемеровской области располагаются три епархии, в Томской области образованы две епархии. Таким образом, особое место в диссертации уделяется анализу первого опыта информационной деятельности в новообразованных епархиях.

Анализ позволил выявить характерные для епархиальных СМИ черты. Так, например, официальные издания епархий имеют одинаковую периодичность, структуру и рубрикатор. Они также схожи по объему и качеству, хотя эти факторы зависят скорее от финансирования. Первые печатные издания в епархиях Западной Сибири появляются с середины 1990-х гг., с 2000-х гг. начинается освоение аудио-визуальных СМИ, появляются телевизионные программы, с широким распространением сети Интернет ведется активная работа по созданию и наполнению православных сайтов, начинают вещание православные радиoprogramмы.

Отмечается, что в связи с развитием разных каналов СМИ перед епархиями встал вопрос координации своих медиа и эффективной организации их работы. В исследовании проанализированы преобразования в организационно-экономической сфере епархий Западной Сибири. Так, например, в Новосибирской епархии в 2013 г. создан медиациентр, в который под единым руководством вошли все православные СМИ города. Задачами новой структуры стали: сбор информации для всех видов СМИ о деятельности правящего архиерея, епархиальных отделов, храмов и монастырей для размещения ее в епархиальных медиа, а также предоставления ее в светские СМИ и синодальные отделы. Подобная форма работы используется и в Кемеровской епархии, где в рамках информационно-издательского отдела ведется разнообразная журналистская деятельность. Черты конвергентной редакции также характерны для Барнаульской епархии, где информационный отдел курирует официальную газету и сайт, не подчиняя себе лишь видеостудию. В Томской епархии СМИ (газета, сайт, радио) выпускаются независимо друг от друга.

Проведенное исследование показало, что пока не во всех епархиях Западной Сибири оформилась четкая структура и иерархия СМИ, вертикаль управления в церковных медиа и согласованность информационной политики. Также не во всех епархиях имеется одинаковая материально-техническая база, что также существенно влияет на качество информационных продуктов. Вместе с тем, благодаря развитию и доступности Интернета, епархии активно используют эту площадку для развития медиапроектов. На примере Новосибирской епархии в диссертации представлена модель эффективного медиacentра и описаны особенности работы в конвергентной редакции – новых формах для информационных структур Русской православной церкви.

Второй параграф «Проблемы организации творческой работы в современных редакциях православных СМИ».

Исследование автором содержания печатных, аудио-визуальных и Интернет СМИ показало, что творческий потенциал епархиальной прессы зависит как от экономической, так и от организационной составляющей. Содержание епархиальных СМИ также напрямую зависит не только от степени образованности и профессионализма сотрудника, но и от его воцерковленности и осознания особенностей православной журналистики. На основании анализа эмпирического материала также делается вывод, что наибольший общественный резонанс вызывают тексты, созданные в конвергентных редакциях (Новосибирская и Кемеровская епархии). Это обеспечивается пониманием сотрудниками единой информационной политики епархии, а также благодаря непосредственной включенности руководителя в деятельность всех видов СМИ (обеспечивается согласованность, ясность поставленных задач и контроль за выполнением заданий). Представлены в диссертации и резонансные публикации в СМИ Новосибирской епархии, благодаря которым правительством области были приняты важные решения: например, о строительстве 120 новых храмов, открытии новых учреждений для социально-незащищенных категорий граждан и др. Вместе с тем, показано, что не все СМИ епархий Западной Сибири одинаково творчески подходят к своей деятельности. Многие еще находятся в поиске востребованного аудиторией формата. Диссертант также доказывает, что эффективная деятельность как отдельного СМИ, так и всей медиаструктуры епархии во многом зависит от профессионализма руководителя.

Третий параграф второй главы «**Специфика деятельности православного журналиста в контексте диалоговых возможностей современной региональной прессы**» посвящен основным принципам и задачам православной журналистики и анализу работы журналистов в информационном поле епархий.

Главной задачей религиозной журналистики автор определяет проповедь православной веры, а также удовлетворение информационных запросов верующего человека. Предметом конфессиональной журналистики является религиозно-нравственное просвещение, освещение и рассмотрение вопросов из области культуры, экономики, политики, социологии с точки зрения религиозной традиции. Конфессиональная журналистика пытается отразить настроение общества, оценить духовное состояние современников, сформулировать злободневные вопросы и сделать социально-культурные прогнозы.

Однако, как показывает исследование, учредители, журналисты и редакторы религиозных СМИ зачастую не стремятся к высшей миссионерской цели, а стараются решить насущные проблемы с помощью имеющихся финансовых и технических возможностей. Это приводит к отсутствию индивидуальности массмедиа данной типологической группы, наличию у них однотипного контента, а также сухой церковной хроники и текстов из Интернета. В связи с этим, делается вывод, трудно говорить об эффективности, а тем более катехизаторской пользе подобных проектов.

Среди проблем современной православной журналистики регионов также выявлены: однотипность печатных изданий, сравнительно небольшое количество авторских статей, отсутствие диалога между епархиальными СМИ и аудиторией. Острым, особенно в последнее время, когда церковь нередко оказывается вовлечена в скандалы, в частности в сфере культуры, остается вопрос формирования и развития профессиональной культуры церковных журналистов. Проблемой также является, как выяснилось в ходе исследования, воцерковленность работников православных СМИ. Также следует различать, убеждена диссертант, статьи светских журналистов о православии и церковной жизни и публикации, подготовленные представителями православной журналистики.

В заключительной части диссертационной работы были выявлены и систематизированы особенности развития современной православной журналистики в целом и массмедиа из эмпирической базы. В числе особенностей названы особый стиль публикаций, их жанрово-те-

матическое разнообразие. Еще одним свойством религиозной прессы является ее многоаспектность. Темы, связанные с верой и религией, в большинстве случаев, сложны, а значит, раскрыть их суть в одной статье проблематично. В связи с этим от журналиста, как доказывающегося, требуются способность к анализу и грамотной рефлексии, внимательность к развитию событий в реальном времени, наблюдательность, умение предвидеть вопросы, которые могут возникнуть впоследствии.

Также в данном параграфе проводится анализ фрагментов избранных статей региональных СМИ по нескольким тематическим группам. Представлены как вызывающие критику материалы о тех или иных культурных событиях, так и примеры положительной деятельности церкви в обществе. Доказывается тезис о том, что в целом круг тем епархиальных СМИ довольно обширен, но он должен быть напрямую зависим от интересов православной аудитории.

В **заключении** подтверждается актуальность темы диссертационного исследования, подводятся его итоги, обобщаются результаты, полученные в ходе работы, формулируются практические рекомендации по оптимизации работы епархиальных СМИ и определяются направления, перспективные для дальнейшего исследования. По мнению диссертанта, холдинговая форма организации СМИ оказывается приемлемой и для Русской православной церкви. На организационной составляющей церковных СМИ, безусловно, сказывается специфика клерикальной деятельности, но структура православных издательств и редакций в основном та же, что и государственных. Система финансирования церковных СМИ до сих пор основывается на спонсорской поддержке, однако и в финансовой деятельности православные редакции опираются на опыт светских издательских структур.

Основные положения диссертации нашли отражение в 8 публикациях автора общим объемом 3,3 п.л.

Статьи, опубликованные в рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК:

1) Ткаченко, Л.А. Предпосылки создания структуры медиа холдинга в православных епархиях / Л.А. Ткаченко // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». — Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2014. — №1 (123). — С. 73-82 (0,8 п.л.).

2) Ткаченко, Л.А. Трансляция православной культуры как важный аспект деятельности церковных средств массовой информации / Л.А. Ткаченко // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». — Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2014. — №3 (129) — С. 98-106 (0,7 п.л.).

3) Ткаченко, Л.А. Специфика православной журналистики и новые тенденции в развитии епархиальных СМИ / Л.А. Ткаченко // Известия Уральского федерального университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». — Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2015. — №3 (141) — С. 22-29 (0,6 п.л.).

4) Ткаченко, Л.А. Православная журналистика в историографических работах отечественных ученых / Л.А. Ткаченко // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология. Искусствоведение», выпуск 96. — Челябинск: Изд-во ЧелГУ, 2015. — №15 (370) — С. 88-95 (0,6 п.л.).

Другие публикации:

1. Ткаченко, Л.А. Система средств массовой информации Новосибирской епархии / Л.А. Ткаченко // Материалы XVII Новосибирских рождественских образовательных чтений. — Новосибирск, 2013. — С. 55-58 (0,2 п.л.).

2. Ткаченко, Л.А. Формирование системы медиа-холдинга православной епархии / Л.А. Ткаченко // Материалы 52-й международной научной студенческой конференции. Новосибирск, 11-18 апреля 2014 г. — Новосибирск, редакционно-издательский центр НГУ, 2014. — С. 61-62 (0,1 п.л.).

3. Ткаченко, Л.А. Специфика конфессиональной журналистики и новые тенденции в развитии системы СМИ православной епархии (на примере опыта Новосибирской епархии) / Л.А. Ткаченко // Межкультурные коммуникации в современном мире: роль СМИ. Материалы международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 17-18 апреля 2014. — Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2014. — С. 63-66 (0,2 п.л.).

4. Ткаченко, Л.А. Особенности формирования единой информационной политики средств массовой информации православной епархии / Л.А. Ткаченко // Материалы XVIII Новосибирских рождественских образовательных чтений. — Новосибирск, 2013. — С. 34-36 (0,1 п.л.).

