

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»

На правах рукописи

Ткаченко Лилия Анатольевна

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

Специальность 10.01.10 – Журналистика

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

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

Екатеринбург

2015

Содержание

Введение	3
Глава 1 Теоретико-методологические основания исследования организационно-экономической составляющей православной журналистики России	19
1.1 Медиахолдинг как форма экономической деятельности и предмет научного анализа.....	19
1.2 Организационно-экономические аспекты деятельности церковных СМИ в России до начала XX века.....	45
1.3 Тенденции развития современной православной журналистики.....	71
Глава 2 Особенности функционирования СМИ епархий: сравнительный и проблемно-тематический анализ (на примере СМИ епархий Западной Сибири)	98
2.1 Организационно-экономическая составляющая информационной работы епархий. Формирование конвергентных редакций и медиацентров	98
2.2 Проблемы организации творческой работы в современных редакциях православных СМИ.....	129
2.3 Специфика деятельности православного журналиста в контексте диалоговых возможностей современной региональной прессы.....	150
Заключение	170
Список литературы	177

Введение

Актуальность исследования.

Потребность в исследовании сущностных характеристик и особенностей функционирования православных массмедиа 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) (пожертвования и спонсорская помощь), неразвитой рекламной и маркетинговой деятельностью. 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 средства массовой информации. Силами православных медиа решены и решаются многие мировоззренческие проблемы. РПЦ не ограничивается церковными вопросами и проблемами, активно участвуя в жизни общества и показывая пример, как можно развивать идеологические установки, не задевая прав 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, какое влияние

имеет журналистика на общество, как важно соблюдать принципы морали и уважения по отношению к представителям других конфессий.

За последние 25 лет православная журналистика сформировала свою систему СМИ, которая занимает видное место среди российских медиа. 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, сборник «Душа. Встреча с Господом», распространяющийся в большинстве регионов Сибирского федерального округа и европейской части России, за последние 6 лет существования увеличил тираж с 999 экз. до 70 тыс. экз. Растут и тиражи официальных изданий епархий. Например, 5–10 лет назад тиражи большинства епархиальных изданий составляли не более 999 экз. В настоящее время большинство подобных изданий прошли официальную регистрацию в Роскомнадзоре и в несколько раз увеличили тиражи.

На данном этапе церковная журналистика широко использует современные технологии и методики в области информационной политики и развития медиапроектов. Церковные вопросы и проблемы активно обсуждаются на многочисленных православных сайтах в сети Интернет. Так, общее число читателей одного из популярных православных порталов «Православие и мир» (www.pravmir.ru) составляет около 400 тыс. посетителей в месяц, посещаемость сайта – 20 тыс. уникальных посетителей в сутки. Собственные сайты имеют и многие православные печатные издания. В сети Интернет также размещаются теле- и радиопрограммы.

Следует сказать и о месте православной журналистики в образовательных программах российских вузов. К примеру, более 20 лет (с 1991 г.) на факультете журналистики Московского государственного университета осуществляется подготовка специалистов по программе «Журналистика и религия».

Современная православная журналистика во многих аспектах ориентируется на богатый дореволюционный опыт и традиции, таким образом,

возрождение православных СМИ в настоящее время закономерно, несмотря на то, что в XX в. эта традиция прервалась. Вместе с тем в связи с изменениями в общественно-политической сфере система средств массовой информации, в том числе православных, претерпевает изменения. Наиболее оптимальной формой функционирования 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 операции 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 медицентр – 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 медицентров епархий, возможностей влияния новых информационных технологий на эффективность их работы и возможность установления диалоговых отношений с аудиторией. Поскольку слабо исследованными в данном контексте остаются именно организационно-экономические и 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 самоокупаемости и перманентного развития, поскольку все структуры Русской православной церкви подчиняются государственным законам, в том числе в сфере экономики и налогообложения.

Состояние и степень разработанности темы исследования. Предметом научного интереса диссертационного исследования является организация и функционирование епархиальных медиacentров. Данная проблематика еще не являлась объектом обстоятельного научного изучения. Это обусловлено тем, что епархиальные медиacentры 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 медиacentра 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 православных СМИ. Это обусловило обращение автора к соответствующим отраслям научного знания и позволило выделить несколько 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, 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

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. дис. ... канд. 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.

И.М. Картуновым³. 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, 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 текстов и типологию СМИ. Данные вопросы нашли отражение в работах таких авторов, как В.В. Абашев, Л.П. Быков, Е.С. Голоусова, Ю.М. Ершов, И.С. Зиновьев, Б.Н. Лозовский, В.Д. Мансурова, Б.Я. Мисонжников, М.А. Мясникова, В.Ф. Олешко, С.С. Распопова и др.⁶

³ Картунов 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: автореф. дис ... докт. филол. наук. М., 2011; Иваницкий В.Л. Практические методы достижения экономической стабильности независимых СМИ. М. 2000.

⁵ Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ М., 2004; Ворошилов В.В. Информационный рынок России: проблемы и перспективы. СПб., 2009; Зинин Е.Ю. Интегрированные бизнесмодели 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. Вартановой. М., 2009.

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.

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 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 системно 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. Нетужилев проанализировал состояние православной периодической печати в XIX в., при этом основное внимание уделил историко-типологической стороне вопроса, и практически не затронул организационную и

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: сб. ст. Екатеринбург: УрГУ, 2000; Куприянова 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: уч. пос. М: ЮНИТИ, 2011.

⁸ Нетужилев К.Е. Церковная периодическая печать в России XIX столетия. СПб., 2008; Пискунова М.И. Православие в журналистике и православная журналистика (к. 80-х–н. 90-х г. XX в.): 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. М., 2001; Иванова Т.Н. Современная русская православная периодическая печать: типология, основные направления, жанровая структура: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2003; Кашеваров А.Н. Православная российская Церковь и Советское государство (1917–1922). М., 2005.

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, К.В. Лученко, С.В. Чапнин, А.В. Щипков и др. В исследованиях названных авторов рассмотрена роль журналистики Русской православной церкви в современном информационном 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 веков.

Отдавая должное исследовательской работе по истории и современному состоянию православной журналистики, необходимо отметить достаточно слабую степень изученности 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. Становление медиацентров, в том числе и епархиальных, находится в активной стадии и еще далеко от завершения, поэтому требует пристального внимания исследователей.

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 журнал «Медиаскоп». 2008, № 1. 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.

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 грамотному и 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.

Предметом – епархиальный медиацентр как фактор экономической и творческой эффективности массмедийной деятельности особого типа.

Цель работы: на основе выявления сущности и особенностей деятельности медиацентров епархий проанализировать динамику развития медиа-структур православных епархий, а также раскрыть возможности, формы и способы их влияния на творческую и экономическую состоятельность СМИ. Под сущностными характеристиками мы понимаем определяющие, значимые для экономической, организационной и творческой деятельности факторы, в конечном итоге формирующие редакционную политику.

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 значимость в общественной жизни. Проследить

предпосылки создания конвергентных редакций и медиацентров 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 «медиацентр епархии», определить их роль в решении задач экономической эффективности СМИ.

6. Исследовать особенности организации творческой работы информационных отделов и служб епархий в рамках медиацентров, 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 апробирован 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 Алтайской, Кемеровской и Томской 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 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 имеет личная 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 медиацентра, 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 медицентра. 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 других регионов Западной Сибири: Кемеровской и Томской областей, Алтайского края. В ходе наблюдения автор непосредственно участвовала в телевизионных и радиопроектах (Кемеровская епархия), интернет-проектах (Томская епархия), издании периодической продукции 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 значимости 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 медицентра, 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 медицентра в православной епархии, проанализирован начальный этап становления данной структуры:

главным условием создания медицентра 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 медицентра 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 медицентров 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 медиапроекты;

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

б. 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.

3. В научный оборот введена новая характеристика организации работы епархиальных СМИ – в конвергентных редакциях, выявлены черты мультимедийности в современной православной журналистике.

4. Автором впервые были описаны епархиальные СМИ как система и комплекс, проанализированы особенности взаимодействия редакций различных медиа (аудиовизуальных, печатных и сетевых) 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 медиacentра.

6. Обоснована особая роль православного медиacentра 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 профессиональных СМИ предпринята попытка исследования взаимосвязи экономической и творческой деятельности в контексте развития информационной культуры.

Достоверность результатов исследования определяется комплексным изучением данной проблематики, применением апробированного методического инструментария, обширным теоретическим материалом (библиографический список составляет более 200 наименований), репрезентативной эмпирической

базой, включающей результаты контент-анализа и мониторинга православных СМИ в региональном сегменте Западной Сибири.

Теоретическая и научно-практическая значимость исследования.

Теоретическая значимость заключается в систематизации особенностей структуры медиахолдинга как образца для построения в том числе и модели медицентра 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 медицентра. 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 для церковных, так и для светских журналистов и студентов, специализирующихся в области профессиональной журналистики.

Научно-практическая апробация работы. Результаты, полученные в ходе исследования, опубликованы в научных журналах, определенных 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 научных сообщений для ряда 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.), форума XVII и XVIII 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 наименований). Содержание работы изложено на 176 страницах, общий объем диссертации составляет 197 страниц.

Глава 1 Теоретико-методологические основания исследования организационно-экономической составляющей православной журналистики России

1.1 Медиахолдинг как форма экономической деятельности и предмет научного анализа

В эпоху всеобъемлющей информатизации и глобализации, когда общество живет в непрерывном потоке новостей, СМИ оказывают колоссальное влияние на все стороны общественной жизни и сознание людей. Глобализация информационного пространства привела к формированию принципиально нового уровня информационного воздействия на человеческое сознание. Информация стала гигантским ресурсом развития общества и ведущим фактором экономического развития, произошло усиление ее влияния на различные аспекты социальной жизни общества, политики, культуры, на развитие творческого потенциала личности.

Результатом информационной революции стало создание единой глобальной медиасреды и, как следствие, – современной индустрии информации. Этот процесс сопровождается совершенно новым подходом к способам сбора, распространения и хранения информации, что влечет за собой радикальные структурные изменения во всей инфосфере. Характерной особенностью СМИ становится двойственность их природы: с одной стороны, они являются общественным институтом с соответствующими социальными функциями, с другой – полноценным субъектом рынка.

По нашему мнению, за последние 20 лет в России сформировались факторы социально-экономического, научно-технического и культурного развития, которые обусловили такие предпосылки перехода к информационному обществу, как наличие отечественного рынка телекоммуникаций и информационных

технологий, информатизация многих отраслей хозяйства, масштабы увеличения суммарных затрат на медиасферу и др.

Российские исследователи Д.В. Минаев, Е.Я. Морозова и В.В. Метлюк, изучая медиаотрасль в России как целостный и самостоятельный элемент отечественной экономики, пришли к выводу, что для информационного общества в России характерны следующие черты:

- формирование единого информационно-коммуникационного пространства, являющегося частью мирового информационного пространства, а также встроенность в процессы интеграции на региональном и глобальном уровнях;

- процесс доминирования в экономике новых технологических укладов с использованием информационных технологий, компьютеров и телекоммуникаций;

- увеличение роли информационно-коммуникационной инфраструктуры в системе общественного производства и превращение информационных ресурсов общества в ресурсы социально-экономического развития;

- широкая возможность для граждан и социальных институтов иметь свободный доступ к получению и использованию информации;

- расширение возможностей информационного обмена, позволяющее обеспечить высокий уровень образования, научно-технического и культурного развития¹⁰.

В свою очередь, превращение информации в основную экономическую ценность привело к возникновению такой отрасли мировой экономики, как медиаиндустрия, которая специализируется на создании и поставлении контента в глобальное пространство через сеть различных каналов. Предприятия медиаиндустрии обеспечивают производство медиапродукта и организацию коммуникативного процесса с целью удовлетворения информационных и досуговых потребностей общества.

¹⁰ Минаев Д.В., Морозова Е.Я., Метлюк В.В. Медиаиндустрия: понятие, институциональные и организационно-экономические особенности формирования и функционирования. СПб., 2011.

Мы согласны с исследователем А.В. Веригиной, которая определяет медиаиндустрию как комплекс видов экономической деятельности, объединяющий издательско-полиграфические организации, рекламные агентства, средства массовой информации, Интернет и др.¹¹ Для медиаиндустрии характерно наличие крупных организационных структур, позволяющих достичь более высокого уровня эффективности, сбалансированности и управляемости экономических систем, а также увеличить инвестиционную привлекательность и конкурентоспособность. В результате наиболее конкурентоспособными оказываются СМИ, способные обеспечить высокий рейтинг и стабильный доход, что достигается прежде всего за счет публикаций, вызывающих большой интерес. При этом следствием коммерциализации журналистики становится отношение к СМИ как к медиаиндустрии, а результаты труда журналистов все чаще именуется медиапродуктами.

Повсеместное слияние, взаимодействие и взаимопроникновение массмедиа стали причиной возникновения полицентричной информационной среды, включающей в себя национальные и транснациональные корпорации СМИ в качестве своего основного компонента. В российском информационном пространстве существуют различные виды интеграции СМИ. Наиболее эффективными из них являются те медиаструктуры, которые объединяют в себе различные издания в разных сегментах медиарынка, такие как медиагруппы, тресты, издательские дома, медиахолдинги и информационные империи. Следствием концентрации СМИ стало сосредоточение их в руках наименьшего числа предприятий, что, в частности, привело к унификации мнений, распространяемыми этими органами¹².

Мы считаем, что в настоящее время медиахолдинги являются наиболее эффективной формой существования медиапредприятий. Медиахолдинг представляет собой акционерную компанию или объединение нескольких

¹¹ Веригина А.В. Управление конкурентоспособностью организаций медиаиндустрии: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2012.

¹² Гарабова М.И. Особенности функционирования российских СМИ в условиях их монополизации и концентрации (1996–2001): автореф. дисс.... канд. экон. наук. М., 2004. С. 6.

юридически самостоятельных компаний медиасферы, которые связаны единым капиталом и управляются из единого центра. Медиахолдинг является владельцем контрольных пакетов акций других компаний и выполняет функцию контроля и управления их деятельностью. К медиахолдингам также относятся крупные информационно-издательские объединения и телекоммуникационные корпорации, которые создавались с целью диверсификации экономических рисков и усиления политического влияния. Востребованность именно холдинговой структуры в управлении медиапредприятиями обусловлена как децентрализацией рычагов управления, так и вхождением России в конце прошлого века в мировую экономику со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Как отмечает исследователь Ш.М. Валитов, холдинговая форма организации обеспечивает целостность и управляемость всей медиакорпорации, ее конкурентоспособность и высокую производительность¹³. Владея контрольным пакетом акций, холдинг получает возможность контролировать деятельность других (дочерних) организаций и распоряжаться их собственностью. Различные холдинги различаются между собой по своему составу и типу включенных в них СМИ. Однако для всех медиаструктур холдингового типа характерно наличие корпоративного центра принятия решений.

По нашему мнению, преимущество структур холдингового типа в медиаиндустрии обусловлено, прежде всего, их конкурентоспособностью на медиарынке. Медиахолдинг, как организационная структура, сочетает в себе элементы дифференциации и интеграции, обеспечивающие одновременно целостность и маневренность компании. Выбор оптимальной структуры холдинга осуществляется на основе проведения стратегического анализа, использования многообразия организационных форм и моделей, а также методов и инструментов организационного проектирования¹⁴.

¹³ Валитов Ш.М. Холдинг: особенности организации и механизм функционирования. Казань, 1996. С. 5.

¹⁴ Хант Дж. Управление людьми в компаниях: Руководство для менеджера. М., 1999. С. 14.

Создание медихолдингов стало одной из главных тенденций развития современного рынка СМИ. В современном экономическом пространстве отдельные издательства, теле- и радиокomпании оказались в менее выгодном положении по сравнению с мощными медиакорпорациями, что стало причиной либо их банкротства, либо поглощения более крупной медиаструктурой. Конкуренция на информационном рынке привела к структурным и содержательным переменам в медиасфере, а монополизация стала одной из основных тенденций развития массмедиа. Количество независимых периодических изданий стало стремительно уменьшаться. В сфере журналистики глобализация проявилась, с одной стороны, концентрацией капитала в национальном масштабе, а с другой – созданием международных медиаконцернов¹⁵.

Монополистические объединения в сфере издательской деятельности и радиовещания появились на Западе еще в XIX в. Американские телекоммуникационные, радиовещательные, печатные и телеграфные корпорации стали одними из первых медиахолдингов. Родоначальником американских газетных монополий считается Скриппс, а всего к 1900 г. насчитывалось восемь газетных объединений, которые контролировали 80 % ежедневного тиража¹⁶.

В середине XX в. возникли медиаконцерны, которые включали в себя немедийные подразделения, что обеспечивало им большую конкурентоспособность. Во второй половине XX в. медийные корпорации на Западе активно объединялись с крупными немедийными компаниями, и это привело к образованию многоотраслевых медиаконцернов, многие из которых выходили на транснациональный уровень. В начале XXI в. продолжилось углубление коммерциализации печатной и электронной прессы и возросла концентрация медийной собственности, которая оказалась в руках нескольких гигантских концернов. В настоящее время ведущие позиции на мировом

¹⁵ Стровский Д.Л. Глобализация информационного пространства и ее влияние на журналистику. URL: <http://www.academia.edu/222639/>

¹⁶ Гарабова М.И. Особенности функционирования российских СМИ в условиях их монополизации и концентрации (1996–2001): автореф. дисс. ... канд. экон. наук. М, 2004. С. 5.

информационном рынке занимают шесть американских медиакорпораций: General Electric, News Corp, Time Warner, Viacom, Disney, CBS¹⁷.

Интерес российского бизнеса к медиасфере начал проявляться с середины 1990 гг., с появлением в России Интернета. В это же время возникло множество региональных спутниковых, кабельных, дециметровых и 6-метровых телеканалов, новых радиостанций. Результатом концентрации СМИ стало создание первых издательско-производственных объединений (ИПО), в состав которых входили редакция, собственное издательство и типография. Следующим этапом процесса концентрации СМИ стало появление издательских домов, объединявших в себе несколько редакций. Вслед за издательскими домами появились такие формы концентрации СМИ, как информационно-издательские компании, медиахолдинги и концерны.

Первые российские медиахолдинги начали создаваться в конце 1990-х гг. XX в. В это же время возникли и независимые информационные компании, объединявшие в себе радиостанции, печатные издания, веб-порталы и телеканалы, что дало творческим коллективам возможность формирования независимого печатного, онлайн-ового, программного продукта¹⁸. Так, первым российским радиохолдингом стала медиагруппа «Европа-Плюс», образованная в феврале 1996 г. Постепенно финансовые магнаты подчинили себе почти все крупнейшие печатные, аудиовизуальные, а затем и электронные СМИ. С развитием сети Интернет зарубежный и российский бизнес стал активно вкладывать свои средства в медиасферу, произошла трансформация всех основ медиаиндустрии, в результате медиаинформационная среда стала одной из наиболее бурно развивающихся отраслей современной экономики¹⁹. В начале XXI в. российский медиарынок становится одним из самых динамично развивающимся в мире.

¹⁷ Медиакорпорации США. URL: <http://trickit.livejournal.com/17948.html>

¹⁸ Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/94.htm>

¹⁹ Андреев Н.С. Единое информационное пространство Российского государства: взаимодействие печатных и электронных СМИ: Автореф. дис. ... канд. политич. наук. СПб, 2005. С. 18.

Российская медиаиндустрия, структура которой представлена четырьмя крупными сегментами: пресса, радио, телевидение, Интернет, старается соответствовать требованиям рынка и стандартам эффективного менеджмента. Например, один из крупнейших холдингов в России – Газпром-Медиа Холдинг объединяет прессу, радио, телевидение, Интернет, рекламу, кинопроизводство и кинопрокат. Ведущие позиции в российской медиаиндустрии принадлежат таким крупнейшим концернам, как СТС–Медиа, Газпром-Медиа Холдинг, Москва–Медиа, ВГТРК, РИА «ФедералПресс» и др. Информационные империи осуществляют концентрацию капитала с целью реализации масштабных медиапроектов и рационализации журналистской деятельности²⁰. Масштабы роста и увеличение сферы влияния крупнейших медиаконцернов позволяют им стать одними из ведущих авторов внутренней и мировой политики и во многом определять особенности политической структуры современного мира.

По нашему мнению, медиахолдинг оказался наиболее оптимальной структурой для реализации управленческих, финансовых, маркетинговых, сбытовых и других функций. В рамках медиахолдинга имеется возможность сосредоточения средств на стратегически выгодных направлениях, благодаря чему появляется возможность корректировать структуру производства и транспортировки контента исходя из потребностей медиарынка. Холдинговая структура позволяет оптимально использовать капитал, производственные мощности и трудовые ресурсы. Кроме того, появляется возможность повышать конкурентоспособность медиапродукта за счет осуществления научно-технических разработок.

Существует три типа медиахолдингов: партийные, корпоративные и локальные (интегральные). Для партийных медиахолдингов характерна их выраженная политическая направленность. Деятельность корпоративных холдингов направлена на пиарподдержку корпораций, а их собственниками

²⁰ Виноградова С.М., Мельник Г.М. Монополизация СМИ в современном информационном пространстве URL: <http://www.politex.info/content/view/148/>

являются крупные бизнесмены-политики. В региональных медиахолдингах объединение происходит по региональным интересам²¹.

Одна из актуальных проблем – построение эффективной системы управления медиахолдингом. Холдинг зачастую возглавляется генеральным центром, которому подчиняется управляющая компания, занимающаяся экономическими, организационными и правовыми вопросами. Ей, в свою очередь, подчиняются дочерние компании, входящие в структуру холдинга, которые могут располагаться как по горизонтали (объединение однородных организаций), так и вертикали²². Руководство медиахолдингом осуществляет генеральный директор, который представляет его во всех учреждениях и организациях, издает приказы и распоряжения и контролирует их выполнение. Во главе редакций, различных служб и филиалов находятся топ-менеджеры. Они отвечают за разработку, производство и сбыт продукции, а также решают различные стратегические задачи.

Российский исследователь И.М. Картунов выделяет следующие типы систем управления холдингом в зависимости от степени централизации:

- централизованные, в которых компании, входящие в холдинг, практически не связаны друг с другом, а координация их деятельности осуществляется на основе планового целеполагания и контроля за движениями финансовых средств;

- децентрализованные, для которых характерны перекрестное финансирование и распределение основных видов ресурсов на уровне всего холдинга. При этом каждая компания сама формирует свою стратегию развития, а на уровне холдинга происходит корректировка и объединение отдельных стратегий²³.

²¹ Лигачёва Н. Украинские медиахолдинги и их будущее. URL: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2002-11-08/2405>

²² Давтян С.Л. Правовые основы функционирования редакции. М., 2000. С. 38.

²³ Картунов, И.М. Функционирование и развитие холдингов в региональной социально-экономической системе. М., 2003. С. 32.

Централизация управления в рамках медиахолдинга осуществляется посредством выработки головной компанией глобальной политики и координации совместных действий предприятий.

Функциями головной компании являются: разработка общей концепции развития холдинга, формирование единой стратегии инвестиционной и финансовой деятельности, управление дочерними предприятиями, выполнение функций сбыта готовой продукции и закупки материальных ресурсов, осуществление внутреннего кредитования и финансирования. Головная компания может осуществлять контроль за своими дочерними предприятиями как посредством доминирующего участия в их уставном капитале, так и посредством определения их деятельности или иным предусмотренным законодательством образом²⁴.

Мы согласны с профессором А.Д. Радыгиным, который считает, что холдинговая форма управления позволяет решать такие организационные задачи, как повышение эффективности функционирования компании, возможности операционной и финансовой синергии, реструктуризация и перераспределение ресурсов, а также достижение минимизации различных рисков путем дифференциации²⁵.

Кроме того, за счет эффективности корпоративного управления ликвидируются дублирующие управленческие функции, что является значительным преимуществом медиахолдингов. Оперативное использование преимуществ внутрихолдинговых отношений позволяет минимизировать отрицательные последствия как убыточности, так и банкротства входящих в медиахолдинг компаний. В рамках холдинга имеется возможность перемещать капитал из менее перспективных сфер в более прогрессивные, осуществлять концентрированные совместные капиталовложения, а также позволяет

²⁴ Понятие холдинга и его особенности. URL: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/holding.html>

²⁵ Радыгин А.Д. Слияния и поглощения в корпоративном секторе (основные подходы и задачи регулирования) // Вопросы экономики. 2002. - № 12. С. 88-97.

отдельным дочерним фирмам делегировать некоторые свои корпоративные функции материнской компании²⁶.

Холдинг как интегрированная корпоративная структура вынужден постоянно адаптироваться к технологическим и социальным преобразованиям, происходящим в современном экономическом пространстве. Это приводит к появлению новых интегрированных бизнес-моделей. В зависимости от изменения ситуации на медиарынке идет процесс трансформирования медиахолдингов. В связи с этим одной из основных задач холдинга является обеспечение его устойчивого положения относительно как внутренней, так и внешней среды. При проведении анализа устойчивости холдинга необходимо учитывать принцип многомерности холдинговой структуры, включающей несколько предприятий. На уровне функционирования и развития холдинга проводится разделение целей на стратегические и тактические, представляющие собой упорядоченную по времени последовательность действий²⁷.

Благодаря умелому использованию факторов внутренней и внешней среды медиахолдинги могут быстро принимать эффективные решения и тем самым обеспечивать себе стабильное развитие. П.Н. Шаронин называет следующие основные признаки, характеризующие стабильное развитие организаций медиаиндустрии:

- использование наилучших технологий, позволяющих минимизировать вредное влияние на экологию;
- обеспечение достаточной степени социальной защищенности работников;
- достижение оптимального ресурсного баланса;
- реализация всех принятых на себя обязательств²⁸.

²⁶ Одинцов М., Ежкин Л. Реструктуризация – путь повышения конкурентоспособности производства // Экономист. - 2000. - №10. С. 64.

²⁷ Алтухов П.Л. Холдинговые структуры: современные аспекты создания и управления // Российское предпринимательство. 2006. — № 5 (77). С. 58-62.

²⁸ Шаронин П.Н. Управление интеграционными процессами в медиаиндустрии как фактор повышения конкурентоспособности современных организаций. М., 2013. С. 237.

При этом ключевым фактором успеха медиаорганизации является ее способность к быстрому и эффективному изменению, включающему в себя как сам процесс перехода от старого состояния к новому, так и результат этого перехода. Скорость, точность и адекватность реакции организации на изменения определяет успех медиабизнеса. С целью эффективного управления изменениями менеджмент применяет новые концепции и инструменты управления. Проявления и формы данных изменений достаточно многообразны и зачастую осуществляются при помощи проведения реструктуризации и реинжиниринга. Отечественные исследователи И.И. Исаченко и И.С. Машинская приводят следующие направления, необходимые для изменения организации:

- организационная структура, состав, численность и профессионализм персонала;
- качество выполнения бизнес-процессов;
- корпоративная культура²⁹.

Мы согласны с мнением отечественного исследователя И.М КОРТУНОВА, который считает, что тенденции корпоративного менеджмента, характерные для современных медиахолдингов, обуславливают значительное распространение децентрализованных и горизонтальных систем управления. Это предполагает наличие эффективной координации деятельности, которая трансформируется в структуры консультативного типа. При этом системы управления проходят через ряд трансформаций, направленных от иерархических пирамид, выстроенных по принципу сверху-вниз, к горизонтальным системам управления, для которых характерно минимальное количество промежуточных звеньев между руководством, исполнителями и потребителями³⁰.

В зависимости от схемы формирования исследователи выделяют следующие разновидности холдингов: смешанный холдинг, чистый холдинг, частный случай смешанного холдинга, холдинг с участием государства, холдинг с

²⁹ Исаченко И.И., Машинская И.С. Управление организационным развитием экономических субъектов в медиаиндустрии. М., 2013. С. 5-8.

³⁰ КОРТУНОВ И.М. Функционирование и развитие холдингов в региональной социально-экономической системе. М., 2003. С. 48.

обменом акциями между материнской и дочерними компаниями³¹. В случае чистого холдинга сама холдинговая компания владеет контрольными пакетами акций дочерних предприятий, но не занимается производственной деятельностью, а выполняет только контрольно-управленческие функции (например «Газпром-Медиа Холдинг»). В смешанном холдинге головная компания не только выполняет управленческие функции по отношению к дочерним предприятиям, но также производит продукцию и оказывает услуги. Преимуществом смешанного холдинга является возможность маневрирования кредитно-финансовыми ресурсами.

Медиапредприятия, объединяющиеся в рамках холдинга, могут различаться по видам выпускаемой медиапродукции, но при этом сохранять юридическую и оперативно-хозяйственную самостоятельность, что не мешает им совместно вырабатывать эффективную стратегию и тактику.

В России медиакомпании имеют различное организационно-правовое обеспечение: закрытые акционерные общества (ЗАО), открытые акционерные общества (ОАО) и общества с ограниченной ответственностью (ООО). В качестве примера ЗАО на медиарынке можно назвать такие издательские дома (ИД), как «Комсомольская правда», «Коммерсант», «Русская медиагруппа». К числу ОАО принадлежат, в частности, «РБК–информационные системы», «СТС Медиа», «Первый канал», «ТВЦ». Среди ООО можно отметить такую известную медиакорпорацию, как «Медиахолдинг РЕН-ТВ». Организационно-правовая форма акционерного общества является наиболее приемлемой для организаций медиаиндустрии, поскольку позволяет без ограничений привлекать финансовые средства для своего развития.

Для российского информационного пространства характерны такие тенденции, как, во-первых, симбиоз бизнеса и политики, а во-вторых, ориентация медиамагнатов на продвижение своих политических и деловых интересов. Крупнейшие российские и зарубежные финансовые группы формируют

³¹ Кныш М., Пучков В., Тютиков Ю. Стратегическое управление корпорациями. М., 2003. С. 158.

медиахолдинги для влияния на экономические и общественно-политические процессы, поскольку именно учредитель издания владеет целями и средствами манипуляции в журналистике. В свое время Ю.М. Лужков организовал медиахолдинг, благодаря которому создавалась лояльная информационная среда с целью продвижения его кандидатуры на предстоящих президентских выборах³².

Как уже отмечалось, в настоящее время ситуация в мировой коммуникации характеризуется постепенным переходом от доминирующего влияния государств к влиянию крупных корпораций. В то же время государство постарается сохранить свои позиции в области коммуникаций и СМИ. Так, в 1998 г. государственные телерадиокомпании объединились на базе ВГТРК в государственный медиахолдинг, куда впоследствии вошло агентство РИА «Новости». Процесс усиления государственных СМИ продолжился с принятием в 2000 г. Доктрины информационной безопасности Российской Федерации, в которой говорилось о необходимости «укреплять государственные средства массовой информации, расширять их возможности по своевременному доведению достоверной информации до российских и иностранных граждан»³³.

В зависимости от способа концентрации медиаактивов процесс объединения медиапредприятий в холдинги может осуществляться посредством как горизонтальной, так и вертикальной интеграции. В случае горизонтальной интеграции происходит последовательное присоединение и получение контроля только над компаниями, производящими одинаковую медиапродукцию или использующих одну форму их распространения. Горизонтальная интеграция позволяет получить новые сектора рынка, новые патенты и лицензии, дополнительное оборудование и персонал, эффективность холдинга при этом обеспечивается широким территориальным захватом³⁴. Примерами горизонтальной интеграции в медиаиндустрии могут служить NBC, Fox, CBS.

³² Байчик А.В. Транснационализация СМИ Европы // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. СПб. 2005. С. 17-18.

³³ Цит. по: Минин Д.А. Управление корпоративной культурой как социальным процессом российского медиахолдинга: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2006. С. 10-11.

³⁴ Зинин Е.Ю. Медиахолдинги в «цифровом» мире: диверсификация в медиаиндустрии. URL: <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/484.pdf>. С. 10.

Объединение медиапредприятий, каждое из которых отвечает за различные стадии производства и распространения медиапродукта, образует вертикальную интеграцию, что приводит к достижению ценовой стабильности и снижению общих издержек. При вертикальной интеграции происходит расширение деятельности холдинга на предыдущие или последующие производственные стадии, что гарантирует устойчивые связи с поставщиками и потребителями³⁵. Примером вертикально интегрированного холдинга может служить Media3 – лидер российского рынка по разовому тиражу изданий.

В то же время наиболее предпочтительной формой интеграции является структура холдингового типа, в рамках которой осуществляется диагональная (горизонтальная плюс вертикальная) интеграция. Горизонтальные отношения, преобладающие в рамках медиахолдинга, на этапе выпуска конечной продукции преобразуются в вертикальные экономические взаимосвязи, что позволяет обеспечивать максимизацию общекорпоративной эффективности³⁶. Диагональный тип интеграции является самым распространенными в мире и в России. Примером диагонально интегрированного холдинга может служить News corp.

Мы считаем, что современные медиахолдинги выступают в качестве важнейшего политического и культурного института. При этом медиахолдинг не только стремится увеличить свои доходы, конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность, но и увязывает экономическую сторону деятельности с общественнозначимой функцией. В связи с этим экономическая модель медиахолдинга должна включать не только методы и цели собственно экономического управления, но и учитывать при этом специфику производимого информационного продукта. Значит, при разработке организационно-экономического механизма управления медиапредприятием приходится иметь в виду не только экономическую эффективность, но и результативность влияния на

³⁵ Зинин Е.Ю. Медиахолдинги в «цифровом» мире: диверсификация в медиаиндустрии. URL: <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/484.pdf>. Там же. С. 8-9.

³⁶ Дементьев В., Авдашева С. Тенденции эволюции официальных финансово-промышленных групп в 2000 - 2001 годах // Российский экономический журнал. 2002. №3. С. 11.

аудиторию. Вышесказанное позволяет сделать вывод: экономический аспект формирующейся медиасферы тесно связан с социальными последствиями для общества воздействия средств массовой информации.

Как отмечалось выше, медиахолдинг является фактически главной структурой медиаэкономики. Наряду с оптимизацией сбора и распространения информации эффективность медиахолдингов обусловлена также значительной экономической выгодой. Благодаря своей конкурентоспособности холдинги завоевали лидирующее положение на медиарынке по популярности, количеству рекламы и тиражам своих изданий. Новые технологии, применяемые холдингами, и мощная материально-техническая база позволяют им обеспечить выпуск высококачественного информационного продукта. В свою очередь, благодаря кооперации и специализации журналистского труда, а также повышению качества и содержания журналистских исследований, появляется возможность для реализации масштабных и дорогостоящих медиапроектов. Кроме того, являясь владельцем контрольных акций компаний, медиахолдинг осуществляет аккумуляцию их прибыли с использованием дивидендов.

Медиахолдинг совмещает в себе два рынка – товаров (контент) и услуг (продажа рекламодателю контакта с аудиторией). Такая двойственность продукта является одним из важнейших элементов медиахолдинга и обеспечивает его специфическую экономическую эффективность³⁷. Кроме того, медиахолдингу присуща специфика экономических эффектов медиарынка, таких как эффект экономии от масштаба и эффект экономии от разнообразия. Немаловажной составляющей современного медиабизнеса являются рекламные услуги, приносящие медиакорпорациям значительную долю доходов.

В последние годы с целью более выгодного капиталовложения и увеличения информационного влияния происходит консолидация медиа-активов в руках мощных финансово-промышленных групп (ФПГ), которые являются

³⁷ Зинин Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: закономерности формирования и направления развития: автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб, 2011. С. 11.

собственниками крупнейших медиахолдингов³⁸. Благодаря высоким темпам роста медиарынка, владение медиахолдингом увеличивает информационное влияние ФПГ, а также является выгодным капиталовложением. Это обусловлено тем, что бизнесмены стремятся использовать подконтрольные им СМИ не только как средство выгодного капиталовложения, но и как инструмент информационного влияния.

Такая тенденция особенно характерна для России, где организаторами холдингов (в том числе и диверсифицированных) выступают крупные ФПГ, способные благодаря значительным финансовым ресурсам объединить большое число предприятий различных отраслей экономики³⁹. Как показывает практика, в основе российских холдингов лежит не массмедийный компонент, а мощные финансово-банковские и сырьевые конгломераты, такие как Газпром, ЛогоВАЗ, Альфа-групп и др. Взаимная связь медиабизнеса с другими секторами экономики стала важным фактором повышения конкурентоспособности медиакорпораций, в результате чего рынок периодических изданий в России оказался поделенным между несколькими мощными медиаконцернами.

С появлением Всемирной сети возникли так называемые «новые медиа» – медиакомпании, для которых Интернет не только стал основным каналом дистрибьюции контента, но и позволил предложить рынку новые виды контента, такие как онлайн-новости, поисковики, социальные сети, интернет-магазины и созданный самим потребителем контент. Это привело к сокращению издержек при одновременном увеличении ассортимента и скорости доставки контента. Происходит интеграция пакета новостей через такие средства, как печатные СМИ, радио, телевидение, телетекст, сайт, электронная почта, SMS и MMS⁴⁰.

По нашему мнению, современная тенденция в развитии медиаиндустрии – это консолидация рынка и образование мультимедийных

³⁸ Ворошилов В.В. Информационный рынок России: проблемы и перспективы. СПб., 2009. С. 50.

³⁹ Ильин М., Тихонов А. Финансово-промышленная интеграция и корпоративные структуры: мировой опыт и реалии России. М., 2002. С. 240.

⁴⁰ Российская медиаиндустрия: сделки M&A, мультимедийная стратегия развития. URL: http://www.marketing.rbc.ru/download/research/demofile_562949984664527

холдингов. Идет активный процесс конвергенции медиакомпаний, что позволяет им становиться владельцами нескольких видов средств распространения информации – мультимедиа, что, в свою очередь, приводит к соответствующим изменениям их бизнес-моделей и адаптации к информационным запросам потребителей. Появились даже новые специализации журналистской профессии: мультимедийные журналисты и редакторы. Первым российским мультимедийным холдингом стал созданный в 1996 г. «Медиа-Мост». Впоследствии его производящие и вещательные составляющие перешли к новому владельцу «Газпром-Медиа»⁴¹.

Мультимедиазация медийной индустрии в России стала следствием упадка традиционных СМИ, цифровизации медиаконтента и развития новых медийных технологий. Цифровизация, в свою очередь, активизировала процесс конвергенции СМИ, суть которой заключается в сближении различных экономических систем, сопровождающемся стиранием различий между ними. В первую очередь медиаконвергенция повлекла за собой преобразования в технологических процессах, обеспечивающих доступ к информации, способах ее распространения и доставки. Идет процесс превращения традиционных СМИ в конвергентные электронные СМИ, при этом основной акцент делается на мультимедийности профессионального контента. В мультимедийных (конвергентных) редакциях содержание по видам СМИ распределяется централизованно, в них конкретные редакции отдельных видов СМИ не столь автономны, как в обычных медиахолдингах⁴².

Еще одной чертой современного медиабизнеса является оцифровка (или дигитализация) – перевод всех форм СМИ в цифровой формат. При переходе на цифровой формат произошли коренные изменения сразу на нескольких уровнях, прежде всего на техническом. Известный американский медиа-аналитик Кен Доктор считает, что, поскольку печатное слово в последнее время сходит с

⁴¹ Болотова Л.Д. Отечественное радиовещание в начале XXI века: новые реалии и старые проблемы // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2004. № 2. С. 12.

⁴² Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой М., 2010. С. 24.

дистанции, сначала обязательен контент «в цифре», а потом уже в печати, и что данная тенденция будет продолжена.⁴³ При этом идет переход на цифровую форму не только процесса создания, но и транспортировки информации, а также поиск прогрессивных каналов коммуникации с читательской аудиторией. Современная модель медиабизнеса трансформируется таким образом, чтобы успешно совмещать продвижение и цифрового, и печатного контента. Речь идет о поиске оптимального соотношения между сферой распространения контента в цифровом формате и производством печатной продукции.

Мы считаем, что на современном этапе развития медиаиндустрии необходимо учитывать влияние таких мировых тенденций, как перемещения капитала, возрастание кризисных явлений, цифровая революция и другие особенности информационной экономики. В связи с этим современное состояние медиаиндустрии можно охарактеризовать как сложный симбиоз различных видов экономической деятельности. Она включает в себя не только технологические платформы производства и доставки контента, но и Интернет, мобильные медиа, рекламные услуги. Благодаря столь широкому охвату отечественные медиапредприятия успешно вписываются в общую картину медиабизнеса России. Современные российские медиахолдинги активно используют цифровизацию медиаконтента, развивают новые медийные технологии и мультимедиазацию.

В последнее время на отечественном медиарынке все более прочные позиции завоевывает западная модель функционирования массмедиа. Возрастает и присутствие иностранного капитала в деятельности российских СМИ. Однако в связи с особенностями российского законодательства о СМИ зарубежным инвесторам приходится использовать обходные пути проникновения на отечественный информационный рынок, такие как основание совместных периодических изданий, выпуск русскоязычных вариантов зарубежных изданий, создание совместных медиаструктур. Появляется все больше транснациональных медиаструктур с так называемым «рассеянным» капиталом, национальную

⁴³ Доктор К. Двенадцать трендов, которые изменят новости. М., 2013. С. 152.

принадлежность которых определить не представляется возможным⁴⁴. Так, например, российская газета «Ведомости» выпускается совместно с «FinancialTimes», «TheWallStreetJournal» и «IndependentMedia»⁴⁵. Именно транснациональные корпорации, связанные с информационной индустрией, в настоящее время развиваются наиболее активно и являются основным сегментом мирового информационного пространства.

В условиях диверсификации производства необходимо создание эффективной системы управления медиахолдингом. Диверсификация представляет собой создание многоотраслевых комплексов посредством проникновения промышленных и финансовых структур в сферу информационной индустрии, т.е. происходит присоединение экономических субъектов другого профиля деятельности. При этом благодаря вложению средств в разные виды экономической деятельности происходит значительное снижение финансовых рисков. Целью диверсификации является расширение ассортимента медиапродукта, получение экономической выгоды и повышение эффективности производства медиапредприятия⁴⁶.

Мы согласны с мнением российского исследователя И.М. КОРТУНОВА, о том что диверсифицированные холдинги, имеющие в своем портфеле различные медианосители, обладают большей финансовой устойчивостью, а также получают условия для эффективного перемещения капитала в перспективные отрасли и направления, благодаря чему значительно возрастают их шансы на успех. Высокая конкурентоспособность диверсифицированных холдингов позволяет им выживать в конкурентной борьбе и осуществлять репрофилирование своих производственных мощностей в зависимости от изменяющихся требований рынка⁴⁷. В России в 1990-х гг. стали появляться диверсифицированные

⁴⁴ Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. URL: <http://evartist.narod.ru/text3/94.htm>

⁴⁵ Ярыгина Н.С. К вопросу о некоторых тенденциях развития зарубежных СМИ в современный период URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2041&level1=main&level2=articles>

⁴⁶ Зинин Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: закономерности формирования и направления развития: автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб, 2011. С. 13.

⁴⁷ Кортунов И.М. Функционирование и развитие холдингов в региональной социально-экономической системе. М., 2003. С. 25.

медиахолдинги, организованные крупными ФПГ. В последние годы процессы консолидации идут особенно активно.

Состояние российского медиарынка на сегодняшний день определяют около пятидесяти ведущих медиахолдингов, в большинстве своем являющиеся диверсифицированными. Лидерами как общефедерального, так и регионального уровня становятся мультимедийные компании, способные реализовать интегрированные проекты со своими брендами. В качестве примера можно привести один из самых крупных и влиятельных мультимедийных холдингов в России «Hearst Shkulev Media/ИнтерМедиаГрупп», который включает в себя такие известные международные бренды, как журналы «Elle», «Maxim», «Departures» и др., а также национальные медиапродукты – сеть рекламных газет «Ва-банк», телегид «Антенна Телесемь» и ряд других изданий. Аудитория холдинга составляет 19 млн чел., он имеет 49 региональных представительств, а разовый тираж его печатной прессы превышает 9 млн экземпляров⁴⁸.

С целью максимизации продуктивности экономической деятельности и освоения новых видов продукции в медиаиндустрии получила распространения такая форма интеграционного взаимодействия, как кооперация брендов или ко-брендинг. Ко-брендинг позволяет медиахолдингам успешно диверсифицировать свой бизнес за счет освоения новых сфер деятельности, что приводит к увеличению их конкурентоспособности. Примерами медиакорпораций, использующих ко-брендинг, являются совместные издательства газеты «Ведомости», ИД «Индепендент Медиа» с британской корпорацией «Пирсон» и американской компанией «Доу-Джонс энд Компани», российского журнала «Профиль» и немецкого «Шпигель», а также британского журнала «Экономист» с журналом «РБК»⁴⁹.

В настоящее время на российском медиарынке достаточно значимую роль стали играть региональные СМИ, которые оказались в состоянии конкурировать с

⁴⁸ Каталог СМИ России. URL: <http://www.presslist.info>.

⁴⁹ Казарян М.А. Маркетинговое обеспечение интеграционных процессов в медиаиндустрии на основе технологии ко-брендинга // Директор по маркетингу и сбыту. 2015.- № 1-2. С. 42-43.

общефедеральными. Новый этап в развитии региональной прессы наступил с появлением на региональном уровне издательских домов и холдингов, что обеспечило более эффективный процесс сбора и распространения информации, а также наилучшие возможности для концентрации и перераспределения финансовых средств и проведения единой информационной политики. Региональным информационным холдингам приходится выдерживать конкуренцию с общефедеральными, которые, проникая в регионы, стремятся подчинить себе местные СМИ и основать новые⁵⁰. Конкурентоспособность региональных холдингов обеспечивается в основном за счет прибыли, получаемой от рекламы и подписных компаний.

В качестве примера рассмотрим процесс создания медиахолдинга в Новосибирской области. В июле 2013 г. региональное правительство приняло решение об объединении областных СМИ в единый медиахолдинг. Программа стартовала с начала сентября 2013 г. В ходе реализации проекта областной депутатский канал присоединен к дирекции Новосибирской областной телерадиовещательной сети – ОТС. Также состоялось объединение хозяйственного, управленческого и финансового секторов при сохранении редакций обоих СМИ и порядка назначений руководителей. В результате ожидалось улучшение качества подготовки программного контента, появление новых проектов, повышение рейтингов и оптимизация хозяйственно-финансовой деятельности. За счет этого увеличился общий объем эфира о работе депутатского корпуса и существенно расширилась аудитория⁵¹.

Второе направление создания медиахолдинга – присоединение редакций районных газет к издательскому дому «Советская Сибирь». На первом этапе оказались присоединены пять «районок», а к концу первого квартала 2014 г. – все 32 районные газеты. Параллельно проходила реорганизация объединяемых

⁵⁰ Пургин Ю.П. Функционирование медиахолдинга в условиях трансформации регионального информационного рынка (на примере издательского дома «Алтапресс»): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2011. С. 15-16.

⁵¹ В Новосибирской области создают медиахолдинг государственных СМИ URL: <http://www.regnum.ru/news/1702984.html>

печатных органов, увеличение их тиража и улучшение качества подготовки материалов. Кроме того, в состав медиахолдинга включен сайт www.nsonews.ru с превращением его в информационное агентство.

В информационную эпоху общественная функция, которую несут СМИ, оказалась зависимой от экономической составляющей медиасферы. Новая медиасреда, базирующаяся на примате свободного рынка, вынуждена основываться на таких фундаментальных принципах, как конкуренция, частные инвестиции, гибкое регулирование, единое обслуживание и открытый доступ⁵². Однако перенос акцента на экономическую эффективность предприятий медиаиндустрии приводит к снижению и искажению их социально значимых функций. В связи с этим, несмотря на значительно возросшие технологические возможности и самостоятельность медиаиндустрии, нарастает негативная оценка со стороны институтов общества деятельности СМИ⁵³.

Медиахолдинги, являясь прежде всего субъектами экономики, в то же время выступают и в роли социальных институтов, что не позволяет рассматривать их деятельность только с позиции экономико-управленческих концепций без учета специфики производимого ими медиапродукта. Медиапредприятия, как структурные образования, участвуют в реализации таких функций медиасистемы, как коммуникативная, политическая, информативная, познавательная, воспитательная, релаксационная и т.п.⁵⁴ Поэтому эффективность медиахолдингов должна определяться не только их экономической эффективностью, но и эффективностью влияния на аудиторию.

Мы согласны с мнением отечественного исследователя М.Г. Шилиной, что приоритет экономического компонента в структуре и функциях медиапредприятий значительно сказывается на качестве контента, и прежде всего объективности журналистской информации. Происходит

⁵² Эл Гор. Основные принципы создания информационного общества. URL: www.4uth.gov.ua/usa/russian/information/foc1.htm

⁵³ Варганова Е.Л. Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности. URL: <http://www.mediascope.ru/node/>

⁵⁴ Минаев Д.В., Морозова Е.Я., Метлюк В.В. Медиаиндустрия: понятие, институциональные и организационно-экономические особенности формирования и функционирования. СПб., 2011. С. 36-37.

существенное расширение сегмента СМИ таблоидного типа, состоящего в основном из рекламы, PR-материалов и «жареного» журналистского контента, оперативность подачи которого становится более значимым фактором, чем авторское мнение и смысловое наполнение. Кроме того, в угоду заказчикам искажается обратная связь от потребителя, что достигается использованием в процессе трансляции манипуляционных методов. Это приводит к снижению институциональной самостоятельности организаций медиаиндустрии и подмене их социальной роли, которая становится нацеленной на обслуживание потребителя, а не гражданина⁵⁵.

Как уже отмечалось, предприятия медиаиндустрии производят и продают фактически два вида взаимосвязанных продуктов. Это контент, предлагаемый аудитории, и – контакт с аудиторией, предлагаемый рекламодателю. Кроме того, продается не только контент, но и способ его доставки («упаковка»). Показателем степени эффективности доставки медиапродукта целевой аудитории, а также масштаба информационного потока является коммуникативная эффективность. Творческий подход в немалой степени зависит от таких технических параметров, как цвет, звук, движение, объем и т.п., используемых коммуникатором. Несмотря на то, что основную ценность для потребителя имеет именно контент, уровень востребованности медиапродукта зависит также и от канала доставки этого контента (например, привлекательность трехмерной компьютерной графики значительно повышает продаваемость заключенного в ней контента)⁵⁶.

Мы считаем, что создание гармоничной медийной системы возможно лишь на основе баланса между финансовой и творческой составляющей, а также за счет адаптации бизнес-моделей компаний медиаиндустрии к быстро меняющемуся спросу потребителей. Топ-менеджменту медиахолдингов приходится учитывать фактор адаптации журналистики к вызовам эпохи и принимать усилия по ускорению этой адаптации. В условиях неизбежной

⁵⁵ Шилина М.Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций // Медиа-альманах. 2008. № 1. С. 21.

⁵⁶ Зинин Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: ответы на вызовы новой эпохи // Российский журнал менеджмента. 2008. № 3. Т. 6. – С. 26.

коммерциализации журналистики встает вопрос о нахождении сбалансированного варианта сочетания ее коммерческой и творческой составляющих. Там, где во главу угла ставится бизнес и обслуживание интересов ведущих классов, о творчестве говорить не приходится, поскольку журналистская деятельность оказывается сосредоточенной на рутинных операциях, нацеленных на зарабатывание денежных ресурсов. Сосредоточенность на ресурсном факторе негативно сказывается на функционировании медиахолдингов, поскольку приводит к значительному снижению качества медиапродукта и зависимости позиции издания от источника финансирования. В связи с этим роль творчества в процессе производства медиапродукта снижается и ограничивается приданием медиапродукту эксклюзивных черт, отличающих его от аналогичной продукции на медиарынке.

Мы согласны с мнением отечественного исследователя В.А. Овчинникова, который утверждает, что успешное функционирование медиахолдинга невозможно без учета такого важнейшего показателя, как качество творческих процессов. При этом критериями эффективности современной медиаструктуры является сбалансированная деятельность системы, включающей все этапы производства медиапродукта, в том числе и качество журналистского текста. При значительной скорости работы современной мультимедийной редакции актуальным становится не доработка редактором несовершенных с его точки зрения текстов, а создание изначально качественного контента, что возможно только при более высоком профессиональном уровне самих журналистов⁵⁷.

В новых условиях медиакомпаниям необходимо понимать запросы аудитории и научиться использовать инновационные формы коммуникации с ней, другими словами, необходимо разработать новые модели, обеспечивающие постоянный диалог с аудиторией. Нестабильность коренных устоев жизни будет постоянно вынуждать руководителей медиапредприятий обновлять свой

⁵⁷ Овчинников В.А. Принципы организации и функционирования системы управления качеством творческих процессов в региональной мультимедийной редакции: дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2011. С. 5.

медиапродукт, занимаясь его редизайном, улучшением его содержательной и графической модели⁵⁸. При этом наибольших успехов достигают те медиапредприятия, где научились оптимально сочетать и творческий, и чисто рабочий, рутинный процесс создания и продвижения медиапродукта. Эта цель может быть достигнута с помощью глубинной перестройки как самих рабочих процессов по созданию контента, так и имеющихся каналов его доставки потребителю.

Несмотря на то, что сущность функционирования медиаиндустрии состоит в инфраструктурном обеспечении информационно-коммуникативных благ (информационного продукта), она в значительной мере пересекается с журналистикой, и пусть в небольшой степени, но все же влияет на производство контента. Это объясняется тем, что коммуникация – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации, который зависит от создания и потребления медиапродукта. Как отмечает в статье «О современном понимании СМИ и журналистики» профессор Е.Л. Варганова, «журналистика, несомненно, остается творческой профессией, однако все больше характеризуется противоречием между творческим характером труда и высоким уровнем его коммерциализации и индустриализации, которые – как ни парадоксально – возрастают под влиянием новых технологий и процесса конвергенции»⁵⁹. В этой ситуации СМИ должны не отступать от своих принципов, а напротив, продолжать поддерживать и бережно сохранять традиции нравственной и объективной журналистики, соответствовать самым высоким профессиональным стандартам в освещении событий.

Рассмотрев организационную и экономическую составляющие функционирования медиахолдингов, мы можем сделать следующие выводы: в эпоху глобализации, когда бурно развивающаяся отрасль СМИ вынуждена существовать в новых экономических условиях, наиболее приемлемой

⁵⁸ Алексеева А. Манифест интернета. Как сегодня функционирует журналистика. 17 положений. URL: http://www.chaskor.ru/article/manifest_interneta_10414.

⁵⁹ Варганова Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики. URL: <http://mediascope.ru/node/521>.

организационной формой ее существования является именно холдинговая структура. Это обусловлено тем, что именно структура холдинга наиболее устойчива и оптимальна в условиях неизбежных экономических рисков на рынке СМИ. Она позволяет достичь высокого уровня эффективности, сбалансированности и управляемости медиаструктур, а также увеличить их конкурентоспособность.

Вместе с тем, процесс формирования медиахолдингов нельзя считать завершенным: во-первых, с одной стороны, продолжается процесс включения отдельных медиаструктур в более крупные компании; во-вторых, на перспективных направлениях возникают новые, быстро растущие холдинги.

Особого внимания, на наш взгляд, заслуживает такое принципиально новое явление, как структурирование системы церковных СМИ по типу медиахолдинга. Востребованность данного процесса обусловлена лавинообразным увеличением всех видов православных СМИ в последние 20–25 лет и насущной необходимостью организации управления этим потоком, прежде всего на уровне отдельных епархий. Необходимо отметить, что процесс этот происходит очень быстро, на наших глазах, и мы полагаем, что интересно исследовать данное явление в момент его становления. В целях нашего исследования необходимо дать краткую историю развития православных СМИ и обозначить те факторы, которые послужили предпосылками для создания епархиальных медиахолдингов.

1.2 Организационно-экономические аспекты деятельности церковных СМИ в России до начала XX века

Православная журналистика имеет богатые традиции, которые служат основой для современной православной журналистики. Для того чтобы лучше понять задачи церковной журналистики в настоящее время, необходимо обратиться к ее истокам.

Издательская деятельность Русской православной церкви (РПЦ) на сегодняшний день является частью общего отечественного историко-культурного процесса сохранения и публикации духовного наследия русского народа. церковные средства массовой информации, так же как и вся церковная печать, гармонично встроены в общую структуру РПЦ, сохраняющую свою жизнеспособность более тысячи лет. Многие столетия православие является важным культурообразующим фактором государства российского, а церковь выступает инициатором многих начинаний в общественной жизни страны.

В связи с этим необходимо отметить, что именно Русская православная церковь стояла у истоков издательского дела в России. Издательская деятельность РПЦ основана на традиции рукописной книги, которая уходит своими корнями ко времени княжения Ярослава Мудрого (1019–1054 гг.), когда появились первые скриптории (монастырские мастерские по переписке рукописей), явившиеся по существу прообразами первых издательств и типографий. Первыми датированными рукописями стали Остромирово Евангелие (1056–1057 гг.), «Устав» князя Владимира, Изборники Святослава 1073 и 1076 гг. и многие др.⁶⁰ Древнерусские летописи можно считать прообразами не только книг, но и периодики.

В XVI в. издательская деятельность осуществлялась уже на уровне не только церковном, но и государственном. В 1553 г. в Москве благодаря усилиям митрополита Макария открыта первая государственная типография для печатания

⁶⁰ Нечаев П. Об издательской деятельности Русской православной церкви: доклад на Поместном Соборе РПЦ 6–9.06.1988г. М., 1988. С. 4.

богослужебных и священных книг – Московский Печатный двор. А первым русским печатником стал служитель церкви – диакон Иван Фёдоров, издавший на Печатном дворе первую книгу «Апостол», датированную 1 марта 1564 г. Как отмечает исследователь К.М. Накорякова, «Апостол», явился образцом полиграфического, оформительского и редакторского искусства, что стало результатом профессионального умения и прочных традиций издательского мастерства на Руси со времени появления первых рукописей⁶¹. Все сказанное говорит о том, что основы издательского дела в России заложены именно православной церковью, и именно они стали базой для последующего развития как церковной, так светской издательской деятельности.

На наш взгляд, историю церковной периодической печати в России можно разделить 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.

Ко времени петровской реформы Московский Печатный двор имел устойчивое финансовое положение, не зависел от государственной казны, находился под влиянием Церкви и выполнял заказы Духовного ведомства. В 1649 г. Печатный двор располагал 12 станами, на которых работало более 140 человек десяти полиграфических специальностей⁶². Тем не менее, к началу XVIII в. на Печатном дворе остро ощущался дефицит оборудования и кадров, что отражалось на качестве и количестве издаваемых книг. Маломощные

⁶¹ Накорякова К.М. Редакторское мастерство в России XVI–XIX вв. М., 1973. С. 11.

⁶² Там же. С. 32.

полукустарные частные типографии, появившиеся в начале XVIII в., быстро прекратили свое существование, а государство постепенно усиливало свое присутствие в издательском деле⁶³.

В петровскую эпоху открылись гражданские типографии в Москве и Петербурге, а на уже имеющейся базе полуторавекового опыта церковной издательской деятельности предпринята попытка реформы в российском книжном деле. Задачей реформ Петра I являлась централизация и координация издательского дела и переподчинение его государственному контролю. Однако в связи с финансовыми проблемами эти реформы не привели к желаемому результату, и печатная деятельность в России продолжала формироваться в основном под эгидой церкви⁶⁴. Несмотря на это, опыт и материальная база православной церкви в печатном деле оказались востребованы государством при организации книжного дела в России.

В 1721 г. принят Духовный регламент, отменивший патриаршество и установивший синодальную форму правления в церкви, что отразилось, в частности, на церковной издательской деятельности. Московский Печатный двор, переданный в начале XVIII в. в ведение Духовной коллегии, в 1721 г. переподчинён Святейшему Синоду, а типография преобразована в синодальную⁶⁵. С этого времени Московская и Петербургская синодальные типографии становятся базой для церковного книгопечатания, а издательское и печатное дело попадают под обер-прокурорский надзор.

Как отмечает митрополит Питирим, в начале XVIII в. получает развитие издательская деятельность монастырей и их подворий, духовных учебных заведений, общественных организаций, духовных миссий и отдельных частных издателей. Особенно развита издательская деятельность в Троице-Сергиевой Лавре, Оптиной Пустыне, Русском Пантелеимоновом монастыре на Афоне,

⁶³ Куприянова Т.Г. Печатный двор при Петре I. М., 1999. С. 4.

⁶⁴ Там же. С. 10.

⁶⁵ Московский печатный двор. URL: http://www.edu.ru/db/portal/e-library/00000050/Книгопечат/Pechat_dvor/Pechat.htm.

Православном Палестинском обществе⁶⁶. С 1730 г. начинает действовать типография Почаевской лавры. В 1770 г. открыта первая предназначавшаяся для издания духовной литературы типография на Северном Кавказе в городе Моздоке, в 1804 – вторая в Каррасе⁶⁷.

Из истории известно, что первые российские газеты появились еще в 1613 г., они были рукописными и назывались «вестовыми письмами». Газеты представляли собой сводку новостей, предназначавшихся для царя и его ближайшего окружения. В дальнейшем их переименовали в «Куранты»⁶⁸. Однако датой рождения отечественной периодики считается 1702 г., когда 15–16 декабря 1702 г. императором Петром I были подписаны указы, на основании которых 16 и 17 декабря этого года вышли в свет первый и второй выпуски газеты «Ведомости»⁶⁹. С 1727 г. газета стала называться «Санкт-петербургские ведомости», а в 1756 г. вышел первый номер «Московских ведомостей». В январе 1755 г. читателям представлен российский журнал «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие»⁷⁰.

Сказанное позволяет заключить, что реформы Петра I дали старт становлению светской (государственной) издательской деятельности, особенно в области периодической печати, которая более чем на 100 лет опередила появление первых церковных периодических изданий. Мы считаем, что синодальная форма церковного управления, введенная Петром I, затормозила процесс возникновения и развития православной периодической печати, поскольку с этого прихода церковь подчинялась государственному чиновнику – прокурору Синода, который не был заинтересован в усилении церковного влияния на жизнь российского общества, в том числе и в области печатного слова.

⁶⁶ Нечаев П. Об издательской деятельности Русской православной церкви: доклад на Поместном Соборе РПЦ 6–9.06.1988 г. М., 1988. С. 9–10.

⁶⁷ Докукин Г. История христианства на Северном Кавказе до и после присоединения его к России. Пятигорск, 1992. С. 130.

⁶⁸ Первая русская печатная газета. URL: <http://opocuu.com/161211.htm>.

⁶⁹ Родченко В. Генезис и типология современной отечественной церковной периодики: автореф. дис. ... канд. богословия. Сергиев Посад, 2008. С. 19.

⁷⁰ Логвинова Т.Г. История прессы - это история времени // 300 лет российской журналистике: история, проблемы, перспективы. М., 2004. С. 22.

Как отмечает исследователь К.М. Накорякова, во второй половине XVIII в. происходит расширение издательского дела в России, открываются новые государственные типографии, совершенствуются типографские технологии и редакторское мастерство. Эти достижения имели значение не только для потребностей книжного дела, но оказались в последующем востребованы при возникновении и развитии периодической печати, в том числе и православной. В 1755 г. в России начал издаваться первый светский журнал «Ежемесячные сочинения, к пользе и увеселению служащие», а в конце XVIII в. выходят и первые религиозно ориентированные журналы. С 1783 г., благодаря указу Екатерины II «О вольных типографиях», появляются частые типографии, которые в 1796 г. закрыты Павлом I из-за цензуры⁷¹.

В 1801 г. с приходом к власти императора Александра I был отменен запрет на открытие частных типографий. Более того, по указу императора в 1807 г. типографии заведены при всех губернских правлениях, и ежегодно на их содержание выделялась определенная сумма. После Отечественной войны 1812 г. в России действовало более 60 типографий (всего более сотни печатных станков). Одновременно значительно возросло число периодических изданий, которые несколько сократились после начала войны 1812 г. В царствование Николая I (1825–1855 гг.) в издательское дело проникают капиталистические начала, и происходит разведение функций редактора и предпринимателя-издателя. Также это время возросли гонорары сотрудников журналов, увеличилось число профессиональных журналистов⁷². В период с 1801 по 1811 гг. в стране появилось 84 новых журнала⁷³.

По нашему мнению, либерализация общественной жизни, системные изменения в печатном деле благотворно сказались на состоянии издательской деятельности Русской православной церкви и привели к появлению первых церковных периодических изданий. В 1812 г. в России возникло Библейское

⁷¹ Накорякова К.М. Редакторское мастерство в России XVI–XIX вв. М., 1973. С. 92.

⁷² Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., 2001. С. 56–58.

⁷³ Нетужилов К.Е. Церковная журналистика в царствования Александра I. URL: <http://jf.spbu.ru/about/428/609.html>.

общество, которое проводило большую просветительскую работу и своей деятельностью создавало предпосылки для возникновения церковной периодики. Обширная сеть филиалов Библейского общества (в сорока епархиях располагалось 55 отделений и 177 товариществ общества) сослужила неоценимую службу в последующие годы для распространения периодической церковной печатной продукции⁷⁴.

Мы согласны с мнением российского исследователя К.Е. Нетужиловым о том, что проведенная в 1808–1814 гг. реформа духовного образования, приведшая к значительному возрастанию интеллектуального уровня духовенства, также способствовала появлению православной церковной журналистики⁷⁵. Высшее церковное руководство осознавало острую востребованность для российского общества в начале XIX в. периодических православных изданий, которые способствовали бы не только духовному, но и культурному росту русского народа. Однако для организации церковного печатного органа требовалось решить целый ряд проблем, в том числе и материального характера.

Первым образцом христианской периодики можно считать журнал «Сионский вестник», выходивший в 1806–1807 гг. С 1817 г. он издавался масоном А.Ф. Лабзиным, который совмещал функции издателя и редактора, и был при этом основным сотрудником журнала. «Сионский вестник» печатался сначала в типографии Академии наук, а затем в частной типографии Дехслера. Он выходил ежемесячно, пользовался значительным спросом и полностью окупался. Журнал прекратил свое существование в 1818 г. в связи с церковной цензурой, поскольку не совсем верно толковал основные понятия и догматы христианства⁷⁶. Тем не менее, успех «Сионского вестника» у читательской аудитории свидетельствовал о востребованности российским обществом начала XIX в. изданий духовного характера.

⁷⁴ Пыпин А.Н. Религиозные движения при Александре I. СПб., 2000. С. 76.

⁷⁵ Нетужилов К.Е. Формирование системы церковной периодической печати в России XIX – начала XX веков: историко-типологический анализ: автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб, 2010. С. 24-25.

⁷⁶ Позднякова Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Курган., 2010. С. 20-21.

Собственно датой рождения церковной журналистики принято считать 1821 г., когда на базе Санкт-Петербургской духовной академии начал выходить в свет журнал «Христианское чтение», который стал первым официальным периодическим изданием Русской православной церкви. На момент выхода первых номеров журнала Академия еще не располагала своей полиграфической базой, и была вынуждена пользоваться услугами Медицинской типографии, что сказалось на качестве типографского исполнения. Редакция журнала состояла из самого редактора и восьми сотрудников, которые являлись одновременно и преподавателями Академии. С первых номеров журнал стал выходить большим тиражом и пользовался огромным успехом (число подписчиков к моменту выхода первого номера составляло около трех тысяч, и это при высокой подписной цене – 25 руб. в год)⁷⁷. Несмотря на периодические трудности с изданием журнала, в основном связанные с материальной и финансовой базой, он просуществовал вплоть до 1917 г., а затем возобновил свои выпуски с 1990 г.

Издательской деятельностью занимались и другие духовные школы, которые выпускали в основном богословские издания теоретического характера. Так, Киевская Духовная академия с 1837 г. стала выпускать популярный еженедельник «Воскресное чтение», а с 1860 г. – научно-богословский журнал «Труды Киевской Духовной Академии». В 1843 г. Московская Духовная академия начала издавать «Прибавления к изданию творений святых отцов», преобразованные в 1892 г. в «Богословский вестник». В 1855 г. Казанская Духовная академия начинает выпускать миссионерский журнал «Православный собеседник», с 1857 г. Рижская семинария – журнал «Училище благочестия», с 1860 г. Киевская духовная семинария – специализированный еженедельник «Руководство для сельских пастырей»⁷⁸.

Вышесказанное позволяет говорить о том, что в первой половине XIX в. заложены основы функционирования системы церковной журналистики,

⁷⁷ Позднякова Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Курган., 2010. С. 22-25.

⁷⁸ Мандзюк-Ильницкий В.Н. Богословский вестник «Труды Киевской Духовной Академии» в системе церковной печати XIX века. URL: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1216/31256_0ec7.pdf.

представлена преимущественно журнальной периодикой, издаваемой духовными учебными заведениями. С момента зарождения православная периодическая печать столкнулась со своей главной проблемой – недостаточностью материально-технического и финансового обеспечения, что обусловлено подчиненным положением РПЦ в синодальную эпоху.

Во второй половине XIX в. происходит окончательное формирование отечественной журналистики и создание основ нынешней структуры средств массовой информации. В это же время начинает складываться тип универсальной русской газеты, бурно развивается газетная пресса и журнальная публицистика, увеличивается читательская аудитория. Подобные перемены вызваны реформой печати, проведенной Александром II во второй половине 50-х–начале 60-х гг. XIX в. С 1856 по 1860 гг. в России появилось 150 новых газет и журналов, а к концу первого десятилетия царствования Александра II их число увеличилось до 400⁷⁹.

В 1855 г. вышло Положение, упорядочивающее подписку на газеты и их распространение. В 1865 г. принят первый, не имевший еще окончательного характера, закон о печати «Временные правила о печати», который касался в основном вопросов цензуры и упрощения бюрократических процедур. Благодаря проведенным реформам у редакций появилась возможность продавать отдельные номера в своих конторах, разрешена пересылка периодических изданий по почте⁸⁰.

В 1880 г. создана комиссия, призванная пересмотреть принятый в 1865 г. закон с целью улучшения юридического положения печати, в том числе в области издательского и редакторского права. Однако комиссия не смогла завершить своей работы, в результате чего закон о печати так и остался не только незавершенным, но и фактически бездействующим со времени царствования Александра III⁸¹.

⁷⁹ Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., 2001. С. 59.

⁸⁰ Сони́на Е.С. Петербургская универсальная газета конца XIX века. СПб., 2004. С. 12-14.

⁸¹ Самодержавие и печать в России // Библиотека «Светоча». Серия «Материалы для истории русского общественного движения». 2013. № 4. С. 37 – 39.

Мы согласны с мнением отечественного исследователя А.И. Станько о том, что с развитием в России капиталистических отношений и проникновением в издательское дело частного капитала, печать перестает быть монополией правительства, что приводит к появлению частных изданий⁸². Частные лица в качестве издателей существовали уже с середины XVIII в. Так, в 1759 г. вышел в свет первый частный журнал «Трудолюбивая пчела» А.П. Сумарокова, а с 1825 г. стала издаваться первая частная газета «Северная пчела», редактором и одновременно издателем которой являлся Ф.В. Булгарин. Однако именно реформа печати способствовала процессу ее капитализации. Владельцы газет получили право печатать частные объявления, а также разрешение на розничную продажу⁸³.

Экономические и политические предпосылки 1860-х гг. привели к развитию материально-технической базы издательского дела и профессионализации прессы. Значительную роль в финансировании периодики начинают играть банковский капитал и появившиеся в это время рекламные агентства. Издательское дело перестает быть семейным бизнесом, появляются первые «тресты», акционерные общества и другие крупные объединения, нарастает процесс монополизации, позволивший обеспечить приток капиталов и стабилизировать деятельность предприятий. Коммерциализация издательского дела приводит к росту числа периодических изданий, их тиража и объема.

Согласно исследованиям Н.Б. Симоновой, финансирование периодических изданий было частным, государственным и смешанным, активно привлекался торгово-промышленный и банковский капитал. Государственная поддержка осуществлялась, как правило, путем прямого финансирования «из казны». Кроме того, правительством предоставлялись льготы, в частности, на бесплатную рассылку по почте. Кооперация крупных издательств с бумажной и другими отраслями также обеспечивала снижение затрат и приток капитала⁸⁴. Благодаря

⁸² Станько А.И. Русская периодическая печать XVIII в. Ростов-на-Дону, 1979. С. 39.

⁸³ Новиков В.И. 300 лет российской журналистики: история, проблемы, перспективы. М., 2004. С. 5.

⁸⁴ Симонова Н.Б. Система периодической печати России (вторая половина XIX–начало XX веков): автореф. дис. ... канд. истор. наук. Новосибирск, 2002. С. 19-21.

расширению рамок частного газетного предпринимательства возросли доходы от подписки и розничных продаж, увеличилось число читателей, возросли доходы от размещения рекламы⁸⁵.

Как отмечает исследователь Б.П. Балугев, в 80-е гг. XIX в. происходит отделение издательского дела от литературного, преимущественно в звене редактор–издатель. При этом труд рядовых литературных поденщиков и репортеров все больше подчинялся интересам предпринимательства. Редакторы, озабоченные увеличением числа подписчиков и сохранением доходности газеты, стремились извлечь из периодического издания наибольшую прибыль. Всё это откладывало отпечаток на содержание и форму периодических изданий, которые старались публиковать более востребованные обществом материалы⁸⁶.

Реформы, проводимые Александром II, затронули также и церковную сферу, что привело к активизации церковно-общественной жизни. В 1860-е гг. резко повысилось число периодических изданий Русской православной церкви, сформировались их основные типы. За период с 1855 по 1865 гг. появилось 28 новых периодических изданий РПЦ. С 1874 г. начал выходить еженедельник «Церковный вестник» – официальное издание Синода⁸⁷. Во второй половине XIX в. появились первые частные периодические издания духовного содержания, издававшиеся как мирянами, так и представителями клира. Эти издания финансировались не из церковного бюджета, а существовали на рыночных условиях, часто на пожертвования, и не подразумевали получения прибыли⁸⁸.

С 1860 г. в России формируется система местной церковной периодики, представленной несколькими типами изданий, и в первую очередь официальными епархиальными ведомостями. Необходимо отметить, что епархиальные издания начали выходить раньше центральных (синодальных), которые ведут свой отсчет с 1875 г. Первые «Епархиальные ведомости» вышли в 1860 г. в Ярославле и

⁸⁵ Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., 2001. С. 59.

⁸⁶ Балугев Б.П. Политическая реакция 80-х гг. XIX в. и русская журналистика. М., 1971. С. 111.

⁸⁷ Нетужилов К.Е. Формирование системы церковной периодической печати в России XIX–начала XX вв.: историко-типологический анализ: автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб, 2010. С. 32-33.

⁸⁸ http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1216/31256_0ec7.pdf.

Херсоне. Появившись сначала в старейших епархиях, епархиальная периодика к концу XIX в. имелась уже практически во всех епархиях РПЦ⁸⁹. Епархиальные ведомости учреждались Синодом по ходатайству местных архиереев, необходимость их издания изначально обосновывалась административно-управленческой целесообразностью, в последующем они, не теряя функций управления, преобразуются в типичное средство массовой информации.

Согласно данным отечественного исследователя Э.В. Летенкова, руководство епархиальными ведомостями осуществлялось архиереем и консисторией, редактором был священник или преподаватель духовного учебного заведения. В штат редакции также входил корректор и писмоводитель, дополнительно из бюджета ведомостей оплачивалась работа цензора и чиновника консистории⁹⁰. Распространялись епархиальные ведомости, как правило, на территории самой епархии, и тираж их составлял порядка 400–700 экземпляров. Редактор отвечал за финансовое и хозяйственно-бытовое состояние издания, за наполнение выпусков, набор, информационную направленность и конкурентность ведомостей, а также за связь с типографией⁹¹.

Большинство епархий не имело возможности содержать собственную типографскую базу и вынуждено было пользоваться частными, губернскими или земскими типографиями. При этом земские типографии являлись наиболее оснащенными, в них работали профессиональные сотрудники. Так, например, «Архангельский епархиальный вестник», издававшийся с 1885 г. как «Архангельские епархиальные известия», сначала печатался в губернской типографии, а с 1886 г. – в типографии фирмы «Наследники Д. Горяйнова». Предприятиями бесприбыльными епархиальные органы печати не были. Редакции постоянно испытывали денежные затруднения, было много недоимок по подписке, о прибыли говорить, как правило, не приходилось, лишь бы издание

⁸⁹ Нетужилов К.Е. Епархиальная периодическая печать в дореволюционной России. URL: http://libold.herzen.spb.ru/text/netujilov7_21_174_182.pdf.

⁹⁰ Летенков Э.В. Губернские, областные, войсковые, епархиальные ведомости, 1838–1917. СПб., 2005. С. 19–21.

⁹¹ Верещагин И.Ф. Церковно-епархиальная периодическая печать в общественной жизни российской провинции во второй половине XIX–начале XX веков: автореф. дис. ... канд. истор. наук. Архангельск, 2013. С. 17–18.

не было убыточным. Деньги с доходов собирались благочинными и затем направлялись в консисторию, которая вела расчеты с редакцией. Иногда местный архиерей находил средства на дополнительную поддержку издания⁹². Экономить приходилось на всем: на шрифте, иллюстрациях, оформлении. Свою окупаемость издание обеспечивало и за счет рекламы с целью привлечения большего числа подписчиков. К числу обязательных подписчиков относились все церкви и монастыри. Благодаря почтовому ведомству епархиальная пресса могла доставляться в дальние причты епархий и получать от них корреспонденцию⁹³.

Во второй половине XIX в. продолжали свою издательскую деятельность и духовные академии. Благодаря принятию в 1869 г. нового Академического устава академическая периодика могла печататься в своих типографиях, но при условии сохранения контроля за хозяйственной деятельностью редакций со стороны Священного Синода. В конце XIX в. при духовных академиях стали появляться издательские комплексы. Так, Казанская семинария издавала три журнала, по два – Киевские духовная академия и семинария⁹⁴. Всего до революции 1917 г. четыре духовные академии издавали 19 периодических издания, а семинарии около – десятка журналов⁹⁵.

Если первый церковный журнал начал издаваться в 1821 г., а епархиальная периодика ведет свой отсчет с 1860 г., то официальный орган Священного Синода «Церковные ведомости» увидел свет только в 1888 г. Несмотря на острую востребованность иметь свой печатный орган, Священный Синод долгое время не находил необходимых средств и кадров для его издания. Несмотря на значительные финансовые затруднения, к 1887 г. для Священного Синода стала очевидной необходимость иметь свой официальный орган печати. Протоиерей Петр Смирнов, занимавший должность редактора с момента его основания в

⁹² Нетужилов К.Е. Церковная периодическая печать в России XIX столетия. СПб., 2008. С. 137-147.

⁹³ Верецагин И.Ф. Визуальная привлекательность «Архангельских епархиальных ведомостей». URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-privlekatelnost-arhangelskih-eparhialnyh-vedomostey>.

⁹⁴ Нетужилов К.Е. Формирование системы церковной периодической печати в России XIX – начала XX веков: историко-типологический анализ: автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб, 2010. С. 41.

⁹⁵ Емельянов Т. Средства массовой информации РПЦ на пороге третьего тысячелетия: доклад на конгрессе православной прессы 6 марта 2000 г. // Журнал Московской Патриархии. 2000. №4. С. 50.

конце 1887 г. до 1906 г., лично подбирая сотрудников, распоряжался выделяемыми на гонорары средствами и следил за тем, чтобы официальное издание Синода соответствовало целям, поставленным перед ним его создателем и куратором К. Победоносцевым.⁹⁶

Материальное положение издательства было настолько тяжело, что редакция «Церковного вестника» не имела даже своего помещения и арендовала его в жилом доме. Журнал не имел также своей полиграфической базы, а печатался в Синодальной типографии на подворье Митрофаньевского монастыря. С целью обеспечения окупаемости на «Церковные ведомости» сразу была введена обязательная подписка для приходов, монастырей, духовных учебных заведений и других церковных ведомств. Деньги с подписки поступали в духовные консистории, которые затем переводили их в хозяйственное управление при Священном Синоде. Вопросами рассылки занималась сама редакция. Журнал выходил тиражом 37–38 тыс. экземпляров. Около 500 экземпляров поступало в частную продажу, часть из этого количества распространялась бесплатно⁹⁷.

Во второй половине XIX в. появляются церковные издания, предназначенные для простого народа. Они представляли собой небольшие брошюры в несколько страниц, существовавшие в основном на пожертвования, но иногда частично окупавшиеся. В качестве примера можно привести издававшиеся в Троице-Сергиевой лавре с 1879 г. «Троицкие листки», которые, благодаря богатым пожертвованиям и средствам самой лавры часто бесплатно раздавались многочисленным паломникам монастыря. Высокая популярность «Троицких листков» привела к значительному росту тиража, они продавались буквально по полкопейки, что было доступно простому народу, и в дальнейшем стали даже приносить прибыль, благодаря которой лавра смогла в 1895 г. приобрести собственную типографию и переплетную мастерскую. Появление своей материальной базы позволило Троице-Сергиевой лавре наладить выпуск

⁹⁶ Тимофеева Е.С. «Церковные ведомости» (1888–1918). История создания: дис. ... канд. филол. наук. М., 2007. С. 32.

⁹⁷ Нетужилов К.Е. Церковный официоз. Периодические издания Св. Синода в XIX-нач. XX вв. URL: <http://jf.spbu.ru/about/428/609.html>.

еще нескольких периодических изданий, а ее издательский опыт оказался востребованным в других монастырях⁹⁸.

Таким образом, 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, причем, не только богатых прихожан, но и простых верующих людей. Надо отметить, что и в настоящее время пожертвования остаются основной формой финансирования православных СМИ.

Конец XIX–начало XX вв. характеризуется бурным расцветом периодической печати в России, в том числе издаваемой Русской православной церковью. В это время начинает складываться как система правительственная пресса, возникает большое количество различных типов российских периодических изданий, улучшается их полиграфическое оформление, увеличивается число типографских рабочих. Исследователь С.В. Смирнов отмечает: «Венцом собственно государственной системы печати были органы Сената, Синода и различных министерств. Ниже располагались периодические издания градоначальства, губернских правлений, епархий, полицейских управлений, городских дум и городских управ»⁹⁹.

К началу XX в. в России имелась достаточно развитая материально-техническая база журналистики. Наиболее крупные газеты, начиная с 1880-х гг., все теснее связываются с трестами, банками и синдикатами, что позволяло им обеспечить прочную финансовую основу своего существования, но в то же время увеличивало зависимость от издателя-фабриканта¹⁰⁰. Улучшение материально-

⁹⁸ Рункевич С.Г. Русская церковь в XIX в. СПб., 1901. С. 208–209.

⁹⁹ Смирнов С.В. Легальная печать в годы первой русской революции. Л., 1981. С. 20.

¹⁰⁰ Балуев Б.П. Политическая реакция 80-х гг. XIX в. и русская журналистика. М., 1971. С. 104-105.

технической базы, изобретение ротационной и наборной машин, а также внедрение телеграфа стали технологической основой для бурного развития отрасли периодической печати и расширения рынка сбыта. Так, в 1894 г. в России издавалось 785 периодических изданий, причем ведущее место стала занимать газета, которая становится выгодным коммерческим предприятием. Именно в газетном деле предпринимательская деятельность получила особенно широкий размах.¹⁰¹

Как замечает исследователь А.А. Грабельников, в этот период значительно возрастает производство бумаги, создаются мощные печатные машины, улучшается транспортировка печатной продукции. Газеты все чаще издаются на деньги рекламодателей, а не подписчиков. Процесс капитализации системы периодической печати привел к появлению в этой отрасли крупных коммерческих предприятий, самыми известными из которых на рубеже веков являлись издательский дом Алексея Суворина и печатно-издательский комбинат Ивана Сытина¹⁰².

Бюджет газетного издательства составлялся из трех источников: подписки, розничной продажи и рекламных объявлений. В издательствах крупных газет типография находилась в одном здании с редакцией, что сокращало время на передачу материала и облегчало контроль за ходом работ. Большинство провинциальных газет не имело собственных типографий, а печаталось на предприятиях, находящихся в ведении полиграфических трестов. Это негативно отразилось на развитии прессы, поскольку газетные издательства вынуждены были платить трестам высокие цены за набор и печатание. Финансовой и коммерческой деятельностью издательств ведали конторы, которые занимались розничной продажей газеты, расплачивались с типографией, закупали бумагу, выплачивали зарплату сотрудникам, вели прием подписки и объявлений.

¹⁰¹ Логвинова Т.Г. История прессы – это история времени // 300 лет российской журналистики: история, проблемы, перспективы. М., 2004. С. 22-23.

¹⁰² Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., 2001. С. 64-66.

Совместно с редакцией конторы вырабатывали финансовый план деятельности издательства, выполняли всю административную и техническую работу¹⁰³.

Согласно данным исследователя А.Н. Боханова к началу XX в. большинстве российских изданий наблюдается разделение функций издателя и редактора. Редакторы становились наемными работниками, зависящими от владельца издания¹⁰⁴. Крупные издательства старались иметь собственную (или арендованную на продолжительный срок) типографию, приобретали цинкографию, литографию, собственную бумажную фабрику. Убыток по изданию газет покрывался доходами, получаемыми от выполнения мелких типографских заказов.

Наибольшей финансовой устойчивостью обладали газетно-издательские тресты, не ограничивавшие свою деятельность районом одной губернии, а распространяющие свои издания на более обширные территории. Газетный трест объединял предприятия как по вертикали (от собственных целлюлозных и бумажных фабрик до собственной системы распространения), так и горизонтали, собирая в единое хозяйственное целое однородные предприятия: газеты, журналы и книгоиздательства)¹⁰⁵.

Церковные издательства в своей деятельности также использовали имевшиеся в то время технические достижения процесса создания и распространения периодической печати. Полиграфическая база русской православной церкви была представлена прежде всего Московской и Санкт-Петербургской синодальными типографиями, укомплектованными современным оборудованием и профессиональными рабочими. Технический уровень монастырских и академических типографий был значительно ниже. Издательства, не имевшие своей полиграфической базы, пользовались услугами государственных и частных, большую помощь оказывали благотворители. Например, в 1891 г. владелица одной из московских типографий А.И. Снегирева

¹⁰³ Сретинский С.Г. Газетно-издательское дело. М., 1924. С.45.

¹⁰⁴ Боханов А.Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX в. М., 1984. С. 46.

¹⁰⁵ Сретинский С.Г. Газетно-издательское дело. М., 1924. С. 63-65.

открыла в Сергиевом Посаде отделение с хорошей полиграфической базой специально для журнала Московской духовной академии «Богословский вестник»¹⁰⁶.

В ноябре 1906 г. Священный Синод утвердил правила, определяющие отношения церковной власти к обществам и союзам, возникающим в недрах Православной церкви и к общественно-политической и литературной деятельности церковных должностных лиц, согласно которым издание или редактирование церковной периодической печати могло быть без согласования гражданских властей, но с обязательного разрешения церковной власти¹⁰⁷. Снятие ограничений привело к значительному увеличению роста церковной периодики. Только православные монастыри издавали около тридцати газет и журналов¹⁰⁸.

После февральской революции 1917 г. начался новый этап в развитии отечественной журналистики: пресса получила широкие права, в том числе свободу слова и печати. В марте 1917 г. постановлением Временного правительства ликвидировано Главное управление по делам печати и подведомственные ему учреждения. В апреле 1917 г. Временное правительство принимает Постановление «О печати», которым закрепляет свободу печати в России. Кроме того, вместе с этим учреждается бюро для составления обзоров повременной печати и оговариваются его обязанности¹⁰⁹. Данные законодательные акты привели (правда, на очень короткое время) к значительному увеличению числа периодических изданий, в том числе и церковных.

На наш взгляд периодическая печать Русской православной церкви дореволюционного периода оказала значительное влияние на развитие российского общества, внесла весомый вклад в его социальный и культурный

¹⁰⁶ Игумен Дионисий (Шлемов). Богословский Вестник (1892-2006): история и современность. URL: <http://www.mpda.ru/bv/>.

¹⁰⁷ М.А.Бабкин. События первой российской революции и Святейший Синод Русской Православной Церкви (1905–1906 гг.) URL: <http://www.portal-credo.ru/site/?act=lib&id=2325>.

¹⁰⁸ Бакина О.В. Современная православная журналистика России. Киров, 2003. С. 12.

¹⁰⁹ Минаева О.Д. Февральская революция 1917 года и свобода русской печати / Известные страницы отечественной журналистики. М., 2006. С. 94-95.

потенциал. К началу XX в. РПЦ имела развернутую систему периодической печати, представленную всеми основными типами церковной периодики: официальные центральные издания, епархиальная периодика, миссионерские и церковно-педагогические издания, приходская пресса, издания церковных братств и обществ. Всего на территории Российской империи в период с 1821 по 1917 гг. существовало свыше 1700 журналов и газет общим тиражом 5 млн. 730 тысяч экземпляров¹¹⁰. В начале XX в. издавалось около 400 церковных периодических изданий – газет, журналов, листков¹¹¹. Исследователь Е.Г. Позднякова по этому поводу пишет: «Ни одна другая социальная группа, никакое иное ведомство Российской империи не предложили обществу такого большого количества различных газет и журналов, какое предлагали в разное время православное духовенство и вся церковь в целом»¹¹².

Приход к власти в октябре 1917 г. большевиков привел к коренным изменениям во всех областях общественной жизни России, в том числе и в сфере периодической печати. Происходило перераспределение материально-технической базы журналистики в рамках монополизации газетного дела правительственными структурами. Петроградский военно-революционный комитет (РВК) отдельной резолюцией установил порядок конфискации типографий, ввел учет запаса бумаги, принял меры по охране полиграфического имущества и запретил типографиям печатать что-либо без решения РВК. Оказались национализированными крупнейшие типографии, в том числе оборудованная новейшей техникой Государственная сенатская типография¹¹³.

В связи с возникшим бумажным кризисом приняты постановление «О запрещении вывоза бумаги из Петрограда» и декрет о распределении печатной бумаги в стране. Милитаризована часть полиграфической промышленности, наиболее мощные типографии перешли в руки Советов. Так, к октябрю 1919 г.

¹¹⁰ Шестаков М. Религиозная печать на службе самодержавия // Под знаменем марксизма. 1941. № 3. С. 159.

¹¹¹ Силовьев В. Доклад на X Международных Рождественских образовательных чтениях. 2002 г. URL: <http://oroik.netda.ru> <http://www.xxc.ru>.

¹¹² Позднякова Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Курган, 2010. С. 16.

¹¹³ Петроградский военно-революционный комитет: документы и материалы. В 2 т. М., 1967. С. 533.

национализировано 125 предприятий полиграфической и бумажной промышленности¹¹⁴. Комитет революционной обороны Петрограда своим распоряжением закрыл почти всю «небольшевистскую» печать. Материальную и полиграфическую поддержку получала только та газетная пресса, которая пропагандировала программу и деятельность руководящей политической партии¹¹⁵.

В январе 1918 г. Советом Народных комиссаров принят Декрет об отделении церкви от государства и школы от церкви, который лишал религиозные организации прав собственности и прав юридического лица. После принятия Декрета реквизированы все синодальные, академические и епархиальные типографии. Последний пункт декрета гласил: «Все имущества существующих в России церковных и религиозных обществ объявляются народным достоянием»¹¹⁶.

Согласно Декрету 22 января 1918 г. Народный комиссариат просвещения национализировал синодальную типографию в Петрограде, в которой печатались, в частности, «Церковные ведомости». Капитал типографии отобран в пользу государства без каких-либо обязательств, а богатейший набор старославянских, церковно-славянских и старорусских шрифтов в последующем переплавлен¹¹⁷. Найти другую типографию для печатания «Церковных ведомостей» не представлялось возможным, поскольку все ротационные машины к тому времени оказались реквизированными. Тем не менее, редактор «Церковных ведомостей» П.Н. Лахостский все же смог найти типографию для печатания журнала, который стал выходить в большем объеме и с расширенной неофициальной частью¹¹⁸.

Как отмечает исследователь А.Н. Кашеваров, захват синодальной типографии – лишь часть плана по изъятию имущества Священного Синода в

¹¹⁴ Отчет VIII Всероссийскому съезду Советов М., 1920. С. 19.

¹¹⁵ Молчанов Л.А. Газеты России в годы революции и гражданской войны (октябрь 1917–1920 гг.): опыт комплексного исследования: автореф. дис. ... канд. истор. наук. М, 1998. С. 25.

¹¹⁶ Декрет Совета Народных Комиссаров "Об отделении церкви от государства и школы от церкви" URL: <http://constitution.garant.ru/history/act1600-1918/5325/>.

¹¹⁷ Степанов В. Свидетельство обвинения: в 2 т. М., 1993. С. 14.

¹¹⁸ Священный Собор Православной Российской Церкви. Деяния. Кн. VI, вып. 1. М., 1918. С. 30.

Петрограде. С этой целью Петроградский совет создал специальную комиссию во главе с комиссаром А.М. Дижбитом, который в конце января 1918 г. доложил наркому внутренних дел Г.И. Петровскому, что почти закончил «ликвидацию Синода», приняв ценных бумаг и счетов на сумму 46 млн 15 тыс. 312 рублей. Протесты верующих против грабежа типографии, переданные П.Н. Лахостским в виде резолюции Луначарскому, последним не были приняты¹¹⁹. Советское государство отказывалось идти на любые переговоры и компромиссы с церковью.

Лишившись финансирования и синодальной типографии, церковь прекратила издание центральной газеты «Всероссийский Церковно-общественный вестник». Единственным официальным органом РПЦ оставался журнал «Церковные ведомости». Благодаря усилиям редактора П.Н. Лахостского еженедельник смог просуществовать до июня 1918 г. Учитывая сложности доставки издания подписчикам, Лахостский не только продавал, но и раздавал его бесплатно¹²⁰. Московская синодальная типография и типография Троице-Сергиевой лавры были ликвидированы еще в 1917 г.

Весной 1918 г. началось массовое закрытие «Епархиальных ведомостей», которые к этому времени находились в бедственном положении в связи с огромной дороговизной бумаги и непомерных типографских расходов. После принятия декрета «Об отделении церкви от государства и школы от церкви» национализированным новой властью типографиям категорически запрещалось печатать что-либо для церкви. В некоторых областях, где власть пока не принадлежала большевикам, «Епархиальным ведомостям» удалось продержаться до начала 20-х гг., однако они выходили крайне нерегулярно и небольшими тиражами¹²¹.

24 августа 1918 г. принята инструкция о проведении в жизнь Декрета об отделении церкви от государства и школы от церкви, которая подтвердила

¹¹⁹ Кашеваров А.Н. Православная Российская Церковь и Советское государство (1917–1922). М., 2005. С. 99–100.

¹²⁰ Тимофеева Е.С. "Церковные ведомости" (1888-1918). История издания: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М, 2007. С.16.

¹²¹ Протоиерей Георгий Голубцов. Поездка на Всероссийский Церковный Собор. Дневник (29 января – 18 апреля 1918 г.) / Российская Церковь в годы революции (1917 – 1918). М., 1995. С.167.

положение о лишении религиозных организаций прав юридического лица и владения движимым и недвижимым имуществом. Таким образом, Русская православная церковь в одночасье лишилась всего своего имущества, в том числе и достаточно развитой полиграфической базы. 1918 г. фактически стал последним годом существования не только церковной, но и всей системы журналистики самодержавной России, оказались закрытыми почти все дореволюционные общественно-политические органы периодики. Все издания РПЦ (кроме чудом уцелевшего «Православного церковного календаря») закрыты еще до окончания работы Поместного Собора 1918 г., которым фактически подведена черта под существованием системы церковной печати в России.

Однако журналистская и издательская деятельность Московского Патриархата продолжалась в период самых жестоких гонений. С 1918 г. издательскую работу в церкви возглавил сам Патриарх Тихон. До 1925 г. разрешалось издавать только настольные календари, в которых высшая церковная власть могла публиковать некоторые свои постановления и распоряжения. Кроме того, ряд периодических изданий продолжал выпускаться в эмиграции и предназначался для западной аудитории. Например, во Франции выходили такие издания, как «Православная мысль», «Вестник Западно-Европейского Экзархата», «Вестник РСХД» (на русском и французском языках), в Германии журнал «Голос Православия» на немецком языке¹²².

В 1926 г. митрополит Сергей (Старгородский) обратился к народному комиссару внутренних дел с просьбой об издании периодического «Вестника Московской патриархии», но не получил разрешения. В 1930 г. митрополиту Сергию с большим трудом удалось добиться разрешения властей на издание Журнала Московской Патриархии, который выходил с 1931 по 1935 гг. под строгим контролем Главлита¹²³.

¹²² Емельянов Т. Средства массовой информации РПЦ на пороге третьего тысячелетия. Доклад на конгрессе православной прессы. 6 марта 2000 г. // Журнал Московской Патриархии. 2000. №4. С. 52.

¹²³ Васильева О.Ю. Русская Православная Церковь в политике советского государства в 1943–1948 гг. М., 2001. С. 109–110.

Как отмечает исследователь А.Н. Кашеваров, объем и тираж журнала, а также характер публикуемых материалов определялись согласно циркуляру Главлита от 24 августа 1928 г. По данному документу церковная периодика могла «как правило» выходить только «в центре» и издаваться минимальным тиражом¹²⁴. Журнал имел объем от 8 до 14 страниц, издавался тиражом 3000 экземпляров, выходил нерегулярно и с опозданием. О значительных финансовых трудностях по изданию журнала свидетельствует обращение редакции во вступительной статье в первом номере, в которой выражалась надежда, «что все, кому дороги интересы церкви, придут к нам на помощь словом и делом в этом святом деле»¹²⁵.

По мнению исследователя Р.А. Ивановой, в 1930-е гг. существенно изменились внутренние механизмы в деятельности советской прессы, усилились централизация СМИ и партийное давление на их деятельность. Р.А. Иванова отмечает: «Независимо от типа издания все газеты являлись органами партийных комитетов. Усиливалась роль отделов агитации и пропаганды, их влияния на деятельность СМИ»¹²⁶. Само собой разумеется, что в такой ситуации ни о какой православной журналистике не могло быть и речи.

Вслед за возобновлением массовых арестов духовенства и мирян, в мае 1935 г. вышел указ о роспуске Временного патриаршего Синода, а затем запрещен и Журнал Московской Патриархии¹²⁷.

Возобновление издания ЖМП стало возможным благодаря новой церковной политике Советского государства, заинтересованного в открытии второго фронта в годы Второй мировой войны. Результатом смягчения политики государства в отношении РПЦ стало избрание Патриарха, открытие некоторых духовных школ, а также разрешение возобновить издание ЖМП. Во время встречи Сталина с

¹²⁴ Кашеваров А.Н. Государство и церковь: из истории взаимоотношений Советской власти и Русской православной церкви 1917–1945 гг. СПб., 1995. С. 143.

¹²⁵ Журнал Московской Патриархии в 1931–1935 годы. URL: www.jmp.ru.

¹²⁶ Иванова Р.А. Журналистика 30-х годов: особенности её деятельности в условиях тоталитарного государства / Неизвестные страницы отечественной журналистики. М., 2006. С. 82.

¹²⁷ Кашеваров А.Н. Печать и издательская деятельность Московской Патриархии 1930–1940-х годов в контексте государственно-церковных отношений. <http://krotov.info/history/20/1940/kashevarov1.html>.

тремя уцелевшими иерархами РПЦ в Кремле в ночь с 4 на 5 сентября 1943 г. на вопрос митрополита Сергия, можно ли начать выпуск ЖМП, Сталин ответил, что «журнал можно и следует выпускать»¹²⁸.

Первый номер ЖМП вышел 12 сентября 1943 г. Он был задуман как орган, который должен «содержать официальные распоряжения Святейшего Патриарха по церковным вопросам, послания и определения Патриарха и Священного Синода, патриотические выступления Патриарха и других церковных деятелей, статьи богословского характера, календарные сведения и различные заметки, касающиеся жизни церкви»¹²⁹.

По мнению исследователя Е.Г. Поздняковой, номера журналов, выходивших в 1940-е гг., значительно отличались от журнальных выпусков 1931–1935 гг. Они имели гораздо больший объем, выходили более оперативно, отличались патриотической направленностью, а также более полным освещением деятельности органов Высшего церковного управления и новостей епархиальной и приходской жизни. Эти отличия, на наш взгляд, вызваны начавшимся в военные годы, пусть слабым, но все же возрождением церковной жизни после долгого периода гонений. Журнал Московской Патриархии вплоть до конца 1980-х гг. оставался фактически единственным официальным печатным органом РПЦ. Церковь не имела ни ежедневной газеты, ни еженедельника, ни местных изданий по типу дореволюционных «Епархиальных ведомостей»¹³⁰.

Необходимо отметить, что попытки возродить некоторые дореволюционные православные издания предпринимались и в советское время. Так, в 193–1932 гг. в Таллинне издавалась газета «Православный собеседник», а в Свердловске с 1945 г. выходили газеты «Православный родник» и «Духовный родник». С 1949 г. периодически выходила газета «Православный Свято-Тихоновский богословский институт». Однако выпуск данных изданий был нерегулярным, распространялись

¹²⁸ Васильева О. Ю. Русская Православная Церковь в политике советского государства в 1943–1948 гг. М., 1999. С. 112.

¹²⁹ Нечаев П. Об издательской деятельности Русской православной церкви: доклад на Поместном соборе РПЦ 6-9.06.1988 г. М., 1998. С. 20.

¹³⁰ Позднякова Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Курган, 2010. С. 45–49.

они небольшим тиражом и зачастую бесплатно, существовали на пожертвования и постоянно находились под угрозой закрытия.

В марте 1945 г. Сталин утвердил предложение Совета по делам Русской православной церкви о создании церковной типографии. Патриархия закупила полиграфическое оборудование, которое долгие годы пролежало на территории Новодевичьего монастыря, поскольку здание для типографии не было выделено, и в 1960 г. оборудование пришлось ликвидировать как пришедшее в негодность¹³¹.

В 1945 г. на базе Журнала Московской Патриархии создан издательский отдел Московской Патриархии, которому, кроме ЖМП, предписывалось осуществлять издание церковных календарей, богослужебной литературы, пособий для священнослужителей, а также Священное Писание. Издательский отдел, не имевший своей типографии, фактически представлял собой редакционную группу, проводившую редакционную обработку материала. Редакционная группа помещалась сначала в маленькой комнатке в здании самой Патриархии в Чистом переулке, а затем в Успенском храме Новодевичьего монастыря, где в комнате на 40 кв. м размещались 7 сотрудников редакции (вместе с главным редактором) и 5 человек административно-хозяйственного аппарата. Обслуживающие отделы: производственный, бухгалтерия, архив, экспедиция, фотоинформации и звукозаписи, библиотека, склад, корректорская, отдел копирования и машинописи располагались в подвальных помещениях.

В 1976 г. вышло решение Верховного Совета о передаче в аренду Московской Патриархии для нужд издательского дела двухэтажного здания на Погодинской улице площадью 400 кв. м. Московская Патриархия должна была обеспечить жильем проживавшие в здании семьи, затем сломать его и на его месте построить помещение по собственному проекту¹³².

Новое здание было построено и освящено в 1981 г., с переездом в него условия существования издательства Московской Патриархии значительно

¹³¹ История: Поместный Собор 1945 года. Создание издательского отдела Московской Патриархии. URL: <http://www.izdatsovet.ru/psroc/detail.php?ID=27470>.

¹³² Степанов В. Свидетельство обвинения. Том 2. М., 1993. С. 29.

улучшились.¹³³ Однако своей типографии у издательского отдела не было, приходилось пользоваться услугами государственных.

Как отмечает митрополит Волоколамский и Юрьевский Питирим (Нечаев), возглавлявший издательский отдел Московской Патриархии с 1963 по 1994 гг., несмотря на многочисленные трудности, издательскому отделу все же удавалось решать возникающие проблемы. В состав редколлегии отдельных изданий привлекались высококвалифицированные редакторы, богословы, историки, источниковеды, приглашались также консультанты–специалисты по отдельным темам. Благодаря слаженной систематической работе редакционного совета в 1980-е гг. издательский отдел Московской Патриархии становится профессионально укомплектованным и влиятельным структурным подразделением РПЦ¹³⁴.

Учитывая многочисленные пожелания зарубежных читателей, издательский отдел Московской Патриархии в 1971 г. начал выпуск Журнала Московской Патриархии на английском языке. Кроме обычной редакционной работы, сотрудники английской редакции разрабатывали богословскую, церковно-историческую и литургическую терминологию на английском языке, которая соответствовала православному мышлению и одновременно была понятна западным христианам. Это особенно важно, поскольку данный журнал на английском языке оказался фактически единственным источником информации о Русской православной церкви для англоязычного читателя¹³⁵.

Необходимо отметить, что нам не удалось найти достаточных сведений о состоянии материальной и технической базы издательской деятельности церкви в советский период, поскольку, как подчеркивает российский ученый В.Л. Иваницкий, «советское время практически не оставило исследований,

¹³³ История Издательского совета русской православной церкви. http://izdatsovet.ru/council/naprav_rabot.php

¹³⁴ Нечаев П. Об издательской деятельности Русской православной церкви: доклад на Поместном соборе РПЦ 6-9.06.1988 г. М., 1998. С. 13.

¹³⁵ Там же. С. 21.

связанных с отраслевой организацией масс-медиа, с экономикой предприятия, издающего, выпускающего СМИ»¹³⁶.

На основе вышесказанного, можно сделать вывод, что у истоков издательского дела в России стояла Русская православная церковь, именно монастырские рукописи можно считать прообразами как книг, так и периодических изданий. Монастырские скриптории стали той материально-технической базой, на которой впоследствии создана вся организационная структура издательского дела. Вплоть до реформ Петра I все типографии (в том числе и печатный двор) находились под влиянием церкви и выполняли заказы Духовного ведомства. Всё это говорит о том, что православная церковь внесла существенный вклад в становление и развитие издательского дела в России и вплоть до начала XVIII в. фактически возглавляла его.

В последующие столетия материально-техническая база издательского дела находилась в основном в руках государства, финансовые и организационные возможности церкви значительно уменьшились, что неизбежно сказалось на всей ее последующей издательской деятельности. Первые православные газеты и журналы возникли позже светских, в меньшем количестве и были не очень высокого качества. Главными проблемами являлись недостаточное финансирование и отсутствие необходимого количества современных типографий, слабая организационная деятельность. С приходом к власти большевиков и началом гонений на церковь издательская деятельность практически прекратилась, в течение последующих семидесяти лет с перерывами и нерегулярно выходил только Журнал Московской Патриархии.

¹³⁶ Иваницкий В.Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ: автореф. дис. ... докт. филол. наук. М, 2011. С. 10.

1.3 Тенденции развития современной православной журналистики

Благодаря коренным изменениям в стране в конце 1980-х гг., возникли предпосылки для подлинной свободы вероисповедания и возрастания интереса общества к православной церкви. Новые тенденции в государственно-церковных отношениях привели к изменению взгляда на церковь у россиян, пониманию важности ее роли в духовной и социальной жизни общества. Интерес к религии обусловлен надеждами на восстановление духовности, возврат к традиционным ценностям, неразрывно связанным с православием. Религиозные вопросы вышли на новый уровень, перестали быть сугубо церковными, оказались общественным достоянием.

Церковь осознала свою ответственность в деле духовного возрождения общества в духе традиционных ценностей и готова к осуществлению данной миссии. В связи с этим возросла роль православных СМИ, которые выступают в качестве основного связующего звена между обществом и РПЦ и играют немаловажную роль в формировании православной культуры в современном российском обществе. Мы согласны с мнением исследователя З.Г. Большаковой о том, что «в процессе возрождения взаимоотношений РПЦ и общества особое место занимают средства массовой информации. Важную роль играют как собственные информационные ресурсы РПЦ, так и светские СМИ, которым интересна жизнь церкви»¹³⁷.

Символическим рубежом реального поворота политики государства в отношении церкви стало празднование 1000-летия крещения Руси в 1988 г. Началось возрождение всех сторон церковной жизни, в том числе и православной журналистики. Появились новые возможности для расширения издательской деятельности. Однако, несмотря на богатые дореволюционные традиции, возрождать церковную периодическую печать пришлось практически заново, в

¹³⁷ Большакова З.Г. Взаимодействие Русской православной церкви и СМИ на региональном и федеральном уровне // Теория СМИ и массовой коммуникации. 2011 г. №4. С. 1.

условиях тяжелого финансового положения и отсутствия материальной базы РПЦ после 70-летнего периода гонений.

К концу 80-х гг. XX в. из церковной периодики сохранился только Журнал Московской Патриархии. Да и он выходил нерегулярно, с задержками тиражей. Как только церковь получила свободу, перед ней остро встал вопрос выпуска хотя бы небольшого информационного периодического издания. С этой целью в 1989 г. издательский отдел Московского Патриархата начал выпуск газеты «Московский церковный вестник», которая однако в связи с финансовыми трудностями вначале издавалась очень небольшим тиражом, на мелованной бумаге. Одно время она выходила как приложение к газете «Вечерняя Москва» тиражом 300 тыс. экз. В отдельные епархии поступало всего несколько экземпляров «Московского церковного вестника», и священнослужители вывешивали их в храмах как стенгазету, чтобы максимальное число прихожан могли ознакомиться с предложенным в них содержанием¹³⁸. С советских времен сохранился и особый вид периодических изданий – ежегодный Православный церковный календарь.

С принятием 12 июня 1990 г. Закона СССР «О печати и других средствах массовой информации» пресса получает полную свободу слова. Практически одновременно с законом «О печати» вышел Закон СССР № 1529-І от 4 июня 1990 г. «О предприятиях в СССР», которым разрешалась деятельность предприятий негосударственной формы собственности. Оба закона дали старт фундаментальным преобразованиям во всей системе периодической печати и положили начало возникновению отрасли СМИ как совокупности фирм масс-медиа¹³⁹.

По мнению исследователя И.И. Засурского, в период с 1990 по 1992 гг. (называемый «золотым веком» российской печати) в СССР впервые без согласования с аппаратом советской пропаганды разрешен легальный выпуск

¹³⁸ Емельянов Т. Средства массовой информации РПЦ на пороге третьего тысячелетия. Доклад на конгрессе православной прессы 6 марта 2000 г. // Журнал Московской Патриархии. 2000. №4. С. 53.

¹³⁹ Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики. М., 2010. С. 135.

масс-медиа. Многие издания получили по льготным тарифам в собственность или долгосрочную аренду помещения для редакций. В этот период появляются новые издания, радиостанции и телеканалы, а пресса закрепляет за собой положение единственной опоры власти¹⁴⁰.

Вместе с этим 1 октября 1990 г. выходит Закон СССР «О свободе совести и религиозных организациях», с принятием которого начинается отсчет новейшей истории религиозной печати в России. Религиозные организации получают права юридических лиц, возможность вести независимую от государства информационную политику и самостоятельно заниматься издательской деятельностью¹⁴¹.

Однако возрождение православной периодики сопровождалось значительными трудностями, обусловленными не только отсутствием собственной материальной базы, но и неудовлетворительным состоянием полиграфической отрасли и тотальным дефицитом бумажных ресурсов в начале 1990-х гг. Около половины всего полиграфического оборудования страны в этот период характеризовалось физическим и моральным износом, ощущался дефицит полиграфических машин, в десятки раз увеличилась стоимость оборудования, что значительно затрудняло техническое перевооружение предприятий полиграфии¹⁴².

Несмотря на трудности, именно в 1990 г. начинается восстановление системы периодической печати РПЦ. В этот год выходит целый ряд православных периодических изданий: цветной иллюстрированный ежемесячник «Православное чтение», несколько десятков наименований журналов, бюллетеней и информационных вестников. В 1990 г. появилось 24 епархиальных издания, в 1991 г. добавилось еще 33. В 1992 г. их число увеличилось еще на семь¹⁴³. Во

¹⁴⁰ Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М., 1999. С. 82.

¹⁴¹ Антипов М.А., Рачкова Л.С. Православные СМИ - новый игрок на информационном рынке. URL: <http://www.bogoslov.ru/text/286814.html>.

¹⁴² Борисова С.Г. Отношения собственности и перспективы приватизации (на примере полиграфических предприятий): автореф. дис. ... канд. экон. наук. М, 1993. С. 11.

¹⁴³ Пискунова М.И. Православие в журналистике и православная журналистика.(конец 80-х – начало 90-х годов XX века). М., 1993. С. 167.

втором выпуске Информационного бюллетеня Синодальной библиотеки за 1992 г. значится 77 наименований церковных периодических изданий, которые на тот момент издавались в России и странах СНГ¹⁴⁴.

Вместе с тем, возглавлявший издательский отдел Московской Патриархии митрополит Питирим вынужден признать, что в сложившейся ситуации издательский отдел не в состоянии удовлетворить в полной мере неотложные нужды Церкви. На Поместном соборе РПЦ, состоявшемся в июне 1990 г., определено: «В связи с постоянно возрастающей нуждой церкви в расширении издательской деятельности изыскать возможность создания собственной полиграфической базы и церковной типографии»¹⁴⁵. В тех условиях, в которых оказалась тогда церковь, рассчитывать приходилось практически только на благотворительность. На пожертвования мирян и различных организаций постепенно восстанавливалась разрушенная в советские годы вся церковная структура, в том числе и издательская деятельность РПЦ.

В 1989 г. создается издательский отдел в Троице-Сергиевой лавре, который возобновил выпуск «Троицких листков». Однако печатать их первое время происходила в городских типографиях, поскольку здание бывшей лаврской типографии за годы советской власти пришло в полную негодность. В 1994 г. в лавре основан Патриарший издательско-полиграфический центр, а через год полностью восстановлена и типография¹⁴⁶. В начале 1990-х гг. проведена генеральная реконструкция художественно-производственного предприятия РПЦ «Софрино», в том числе построен трехэтажный корпус типографии с модулем ангарного типа для хранения бумаги и постпечатной обработки полиграфической продукции. Возобновляется издательская деятельность Московской духовной академии и других учебных заведений и монастырей.

По нашему мнению, условия становления православных СМИ в 1990-е годы во многом зависели от политической и экономической ситуации в стране.

¹⁴⁴ Позднякова Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Курган, 2010. С. 56.

¹⁴⁵ Поместный Собор Русской православной церкви 1990 года. URL: <http://www.interfax-religion.ru/?act=reference&div=41>.

¹⁴⁶ Лаврской типографии 115 лет. URL: http://rusizdat.ortox.ru/news.html?action=news_detail&id=618.

«Шоковая терапия» 1992 г., сопровождавшаяся либерализацией цен и быстрым переходом к рынку, привела к резкому сокращению полиграфического производства и росту цен на бумагу. Следствием инфляции стал фантастический рост издательских расходов и себестоимости газет, что привело к значительному падению тиражей изданий и сокращению штатов в редакции.¹⁴⁷ Все это не могло не сказаться на состоянии возрождающейся издательской деятельности РПЦ. Кроме того, православную печать приходилось возрождать буквально с нуля, церковные издательства столкнулись с теми же проблемами переходного периода, что и светские СМИ.

После принятия 27 декабря 1991 г. Закона РФ «О средствах массовой информации» наступает новый этап в развитии отечественных СМИ. В Законе фактически сформулированы основные понятия, характерные для медиарынка: издатель, программа, редакция, вещатель, распространитель. Фактом отмены цензуры и установлением принципов свободы слова данный закон означал выход в публичное пространство идеи свободного предпринимательства в СМИ¹⁴⁸.

Мы согласны с исследователем Е.Л. Вартановой, которая считает, что после прекращения планового государственного финансирования в 1992–1993 гг. и начала процесса либерализации цен российская медиасистема начала быстро и радикально меняться. Редакции СМИ, оказавшиеся предоставленными самим себе в экономической деятельности, вынуждены осваивать науку финансирования медиапредприятий и управления ими. По сути в эти годы положено начало становления российского рынка СМИ и российской медиаэкономики¹⁴⁹.

Оказавшиеся без государственного «прикрытия» в сложных экономических условиях, лидеры журналистских коллективов стали искать опору в среде приближенных к власти олигархов и предпринимателей. С 1993 г. начинают создаваться информационно-финансовые группы, призванные служить

¹⁴⁷ Ворошилов В.В. Экономика журналистики. СПб., 2000. С. 7.

¹⁴⁸ Вартанова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. М., 2014. С. 124.

¹⁴⁹ Там же. С. 64.

идеологическим обеспечением нарождавшегося российского олигархического капитализма¹⁵⁰.

В 1995 г. принят Федеральный закон «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания в Российской Федерации», установивший порядок приватизации полиграфических предприятий и преобразование их в акционерные общества¹⁵¹. Там, где редакции имели свое издательство и типографию, возникали издательско-производственные объединения (ИПО), положившие начало процессу концентрации отечественных СМИ, следующей стадией которого стало появление издательских домов. Перспектива получения значительных прибылей, а также возможность влиять на общественное мнение привлекла к информационному рынку отечественный капитал, постепенно переподчинив крупнейшие общенациональные печатные издания информационно-издательским концернам. Наряду с созданием крупных сугубо медийных структур, процесс концентрации СМИ шел и посредством включения издательских предприятий в состав промышленных или финансовых организаций¹⁵².

Полная политическая и экономическая свобода, предоставленная средствам массовой информации, сопровождалась в 1990-е гг. значительным ростом издательских расходов. Исследователь В.В. Ворошилов отмечает, что доля расходов на оплату услуг связи в общей подписной цене издания в 1995 г. составила около 38 %. Увеличение этих и других расходов привело к тому, что с 1993 по 1995 гг. подписная цена на экземпляр среднестатистического издания выросла в 113 раз. Большинство полиграфических предприятий в середине 1990-х гг. характеризовалось техническим и технологическим отставанием от мирового

¹⁵⁰ Иваницкий В.Л. Модернизация журналистики. М., 2010. С. 222–223.

¹⁵¹ ФЗ «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации». Глава 3. Статья 8. URL: http://www.copyright.ru/ru/library/zakonodatelstvo/inve_vidy_intellektualnoi_sobst_vennosti/sredstva_massovoi_informatsii_i_knigoizdanie/.

¹⁵² Саат О.А. Формирование и развитие издательско-полиграфических комплексов: автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб, 2002. С. 7.

уровня, а техническое перевооружение полиграфии тормозилось нехваткой собственных средств предприятий¹⁵³.

Издательскому отделу РПЦ, не имевшему собственной материально-технической и полиграфической базы, приходилось опираться на техническую и информационную инфраструктуру светской журналистики. Тем не менее, во второй половине 1990-х гг. продолжался процесс становления многопрофильной православной периодической печати. В 1994 г. образован издательский совет Русской православной церкви, в функции которого, в частности, входило издание общецерковной официальной периодики. В это же время возрождается и региональная православная журналистика. К концу XX в. во всех епархиях открыты издательские отделы, выпускавшие, в том числе, и периодику.

На X Международных Рождественских образовательных чтениях председатель издательского совета РПЦ протоиерей Владимир Силовьев сказал, что по числу изданий Церковь уже превзошла дореволюционные показатели. В своем докладе «Концепция развития церковных СМИ» он отметил: «С учетом активно обновляемых Интернет-страниц епархий, духовных учебных заведений, приходов у нас не менее 600 православных периодических изданий»¹⁵⁴. Однако тираж большинства православных газет на рубеже веков был небольшим и колебался в интервале от одной до тридцати тыс., что обусловлено как финансовыми трудностями, так и относительно небольшой читательской аудиторией¹⁵⁵.

Вынужденный 70-летний перерыв негативно сказался как на профессиональном уровне православных СМИ, так и технологическом обеспечении издательской деятельности Церкви. В настоящее время РПЦ имеет только три типографии: в Троице-Сергиевой лавре, на базе художественно-производственного предприятия Софрино и в Екатеринбургской епархии.

¹⁵³ Ворошилов В.В. Журналистика и рынок. СПб., 1997. С. 19, 45-46.

¹⁵⁴ Силовьев В. Концепция развития церковных СМИ. Доклад на X Международных Рождественских образовательных чтениях 28.01.2002 г. URL: http://www.nravstvennost.info/library/news_detail.php?ID=2259

¹⁵⁵ Иванова Т.Н. Современная русская православная периодическая печать: типология, основные направления, жанровая структура: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2003. С. 10.

Основная масса церковной периодики печатается в государственных и частных типографиях. В 2013 г. РПЦ обратилась в Росимущество с просьбой передать ей в собственность здания, конфискованные в советский период, в том числе и обе синодальные типографии¹⁵⁶. Однако этот вопрос до сих пор не решен.

Данные о масштабах издательской деятельности РПЦ к концу 1990-х гг. приводит в своем исследовании Е.Г. Позднякова:

- в течение 1990-х гг. была восстановлена система православных СМИ, которая включала более 400 наименований газет и журналов на русском и иностранных языках;

- была воссоздана и дополнена новыми типами изданий епархиальная печать;

- впервые как целостная система создана приходская и обительская пресса¹⁵⁷.

В 2000-е гг. наступает расцвет православной прессы. В этот период окончательно сформировалась система религиозной периодики, включающая в себя издания разных направлений, уровней и типов. Организационная структура церковной печати в определенной степени повторяет иерархический принцип всей системы РПЦ: издания Московского Патриархата, синодальных отделов, издания митрополий и епархий, издания храмов, монастырей, приходов и учебных заведений. Кроме того, издают свои журналы и газеты православные общины и братства. Мы согласны с исследователем Т.Н. Ивановой, которая делит всю православную печать по составу учредителей на две группы: официальные и официозные, по административной принадлежности: на центральные и региональные издания¹⁵⁸.

Учредителями православных периодических изданий выступают: Московская патриархия, епархиальные управления, православные братства,

¹⁵⁶ Синяков А. РПЦ просит передать ей в собственность еще больше зданий. URL: <http://rbcdaily.ru/market/562949990013145>.

¹⁵⁷ Позднякова Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Курган, 2010. С. 57.

¹⁵⁸ Иванова Т.Н. Современная русская православная периодическая печать: типология, основные направления, жанровая структура: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М, 2003. С. 11.

монастыри, духовные учебные заведения, отдельные приходы. Также учредителями, кроме церковных учреждений, 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.

Официальными органами Московского патриархата являются Журнал Московской Патриархии, газета «Церковный вестник», которая в настоящее время существует только в интернете (действует сайт издания www.e-vestnik.ru) и журнал «Православное чтение». Примером изданий синодальных отделов является «Информационный бюллетень ОВЦС» и ежеквартальный журнал «Церковь и время» – печатные органы Отдела внешних церковных связей. Издательский совет РПЦ выпускает журнал «Православное книжное обозрение». Епархиальная периодика представлена несколькими видами изданий (чаще газетами), одно из которых является официальным. Полного перечня изданий Русской православной церкви пока нет, однако контроля качества и учета епархиальной прессы Синодальным информационным отделом (СИНФО) печатным православным СМИ выдает гриф «Одобрено Синодальным информационным отделом». Гриф присваивается изданиям после экспертизы комиссии СИНФО. Перечень одобренных изданий расположен на сайте СИНФО.

В епархиях издание официальной газеты курирует специальный отдел – информационный или издательский, выпуски номеров контролируются непосредственно правящим архиереем епархии. Другие печатные СМИ входят в структуру издательского совета, руководителю которого подчиняются главные редакторы епархиальных изданий. Последние предоставляют оригинал-макеты выпусков на сверку и отчеты о деятельности редакции.

Тем не менее, большинство православных изданий, особенно приходские, до сих пор испытывает финансовые затруднения и нуждается в спонсорской

поддержке благотворителей. Необходимо отметить, что именно спонсорская поддержка является основным источником финансирования всех православных СМИ, поскольку собственных церковных средств катастрофически не хватает не только на издательскую деятельность, но и восстановление всех церковных структур (и в первую очередь храмов), ликвидированных в советское время. Спонсорская помощь не остается без внимания церкви. Например, на форзаце православного женского журнала «Славянка» можно прочесть такую надпись: «Редакция благодарит раба Божия Сергия, попечением которого издается журнал, и просит молитв о его здравии». Многие издания обращаются за финансовой помощью к читателям, указывая номера расчетного счета редакции в филиалах Сбербанка России.

Начало XXI в. ознаменовалось техническим прорывом в издательско-полиграфическом комплексе и выходом технологии печатного дела на совершенно новый уровень. Рыночные условия существования и внедрение компьютерных технологий привели к совершенствованию редакциями и издательствами своей технической базы и технологии подготовки печатных СМИ. В 2000-е гг. большинство редакций обзавелись редакционно-издательскими системами, ввели электронный набор и верстку в самой редакции, приобрели мощные компьютеры, принтеры и другую цифровую технику, что позволило значительную часть полиграфских работ производить внутри редакции, оставив типографии только конечную стадию производства тиража – собственно печать¹⁵⁹.

Необходимо подчеркнуть, что церковные СМИ стараются максимально использовать в своей работе достижения научно-технического прогресса, в том числе и в издательской деятельности, насколько им это может позволить финансовое положение. Достаточно сложной проблемой для издательских отделов РПЦ является кадровый вопрос. Ограниченность в средствах не позволяет редакциям выплачивать работникам достойную зарплату, а значит, и

¹⁵⁹ Ворошилов В.В. Информационный рынок России: проблемы и перспективы. СПб., 2002. С. 29–30.

привлекать высококвалифицированных специалистов. Кроме того, сотрудник издательства должен быть православным христианином, этого требует специфика работы. Однако в постсоветском обществе очень трудно найти кадры, обладающие одновременно необходимыми профессиональными качествами и исповедующие православие, да еще и согласные работать за небольшое вознаграждение. Во многом этими причинами объясняется недостаточно высокое качество редакционной подготовки и низкий полиграфический уровень изданий, особенно в отдельных храмах и монастырях.

В 1990 гг. Православная церковь не только восстановила периодическую печать в традиционных формах, но и освоила теле- и радиовещание, а также новый вид издания – электронные, включенные во всемирную сеть.

Поскольку в советское время не существовало православного радио, оно начало отсчитывать свою историю с начала 1990-х гг. и до сих пор находится в стадии становления, в связи с этим православные радиийные продукты не обладают достаточно высоким качеством. Православному радио с первых шагов своего становления пришлось сразу вписываться в процесс социально-экономической трансформации системы отечественного радиовещания, присущий последнему десятилетию XX в. Развал системы Гостелерадио сопровождался процессами децентрализации, демонополизации и коммерциализации, зачастую имевшими малоконтролируемый характер. Новые принципы экономического функционирования и программные стратегии, изменившаяся инфраструктура и механизмы коммуникации с аудиторией задавали параметры, в рамках которых зарождалось православное радиовещание.

В 1991 г. начала вещание первая православная радиостанция «Радонеж», учредителем которой выступило одноименное православное общество г. Москвы. Необходимо отметить, что радио «Радонеж» явилось первой независимой радиостанцией постсоветской России. За время своего существования радиостанция неоднократно переживала периоды кризисов. В настоящее время она имеет более десяти передатчиков, что позволяет ей покрывать значительную

часть российской территории. Несмотря на то, что в финансировании радиовещание принимает участие Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, в значительной степени оно существует на средства жертвователей¹⁶⁰.

В июле 2003 г. начала свою работу православная радиостанция Екатеринбургской епархии «Воскресение». Радиостанция входит в состав епархиального информационно-издательского центра и вещает в открытом эфире на десять городов Урала и в Интернете. В Нижнем Новгороде на частоте 98.0 FM выходит в эфир православная радиостанция «Образ». Отдел религиозного образования создал на радио свою программу «Логос», на радио «Россия» существуют передача «Верую» и др. Очень популярной в настоящее время является созданная в 2000 г. радиостанция Санкт-Петербургской митрополии «Град Петров», вещающая в настоящее время на частоте 73,1 FM.

В настоящее время можно говорить и о создании общецерковного радио. В 2013 г. начала свою работу в Интернете радиостанция «Вера». Сейчас «Вера» вещает в FM диапазоне в нескольких городах России: Москве, Екатеринбурге, Братске, Самаре, Омске, Рязани, Кирове, Челябинске и др. В ближайшее время планируется запуск вещания в Новосибирске и Иркутске. Интересную форму приобрел данный проект в регионах. Московская редакция предоставляет в региональные города для круглосуточного вещания программы местной направленности, которые епархия в состоянии произвести, опираясь на собственные творческие и материальные ресурсы, предоставляется любое количество времени.

Главный редактор радио Р.А. Торгашин заявляет: «Мы исходим из того, что станция тем популярнее у слушателя, чем более локализовано ее содержание. Зная ресурсные ограничения на местах, мы обычно предлагаем епархиям проект местной сетки, где предусматриваются наименее затратные решения для программ локального производства. Мы ощущаем острую потребность в

¹⁶⁰ История «Радонежа». URL: <http://radonezh.ru/society/history/>.

программах, где освещались бы локальные благотворительные и общественные инициативы, местные святыни, труды пастырей, программы, где горожане могли бы регулярно слышать голос своего правящего архиерея. Мы также готовы оказывать местной редакции любую методическую и творческую помощь, чтобы органично вписывать в эфир локальные программы».

Более того, московская редакция производит ряд программ краеведческой направленности для замены сугубо московских элементов эфира. Например, для сибирских городов подготовлено около 100 программ цикла «Моя Сибирь», которые заменяют в эфире московскую духовно-краеведческую программу «Храмы моего города». Региональная редакция может быть создана в форме представительства юридического лица радиостанции или в любой другой удобной епархии форме и находится под полным административным контролем епархии. Техническая схема вещания станции устроена таким образом, что вещательный сигнал удаленно формируется на эфирном компьютере, установленном непосредственно в городе вещания. Т.е. эфир создается в самом городе и выходит в местном времени. Это принципиально отличается от схемы вещания федеральных каналов, сигнал которых потоком подается в город со спутника и предполагает сильные ограничения для региональных вставок¹⁶¹.

О работе православного радио можно судить на примере радиопрограммы «Благовещение», созданной при Синодальном отделе по связи с вооруженными силами и правоохранительными органами в 2005 г. Первоначально программа выходила в эфир в системе вещания радиокompании «Голос России», затем с 1 февраля 2006 г. стало осуществляться ежедневное вещание с 23 часов до полуночи на частоте 846 КГц по соглашению с радиостанцией «Радонеж». С марта 2011 года по настоящее время осуществляется ежедневное вещание в диапазоне УКВ на частоте 72,92 МГц – с 19.00 до 20.00, с февраля 2012 г. на той же частоте – 18.00 до 19.00 с четырьмя повторами в течение суток. С 1 января 2012 г. радио «Благовещение» круглосуточно вещает в онлайн-режиме. Следует

¹⁶¹ Радио «Вера». URL: www.radiovera.ru

отметить, что радиопрограмма «Благовещение» является просветительским проектом и существует исключительно благодаря пожертвованиям и спонсорской помощи¹⁶².

С 2005 г. начинается отсчет истории православного телевидения. Именно с этого времени начал работать дециметровый телеканал Екатеринбургской епархии «Союз», а через полгода в пакете НТВ+ заработал созданный при поддержке православных бизнесменов спутниковый телеканал «Спас». При Свято-Даниловом монастыре в Москве в начале 2000-х гг. создана телевизионная студия «Неофит», которая имела выход на все центральные каналы российского телевидения. В 2006 г. при епархиальном совете Москвы создана телекомпания «Сретение», специализирующаяся на создании культурно-просветительских малометражных фильмах и финансируемая Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям в рамках программы государственной поддержки социально значимых проектов.

Мы полагаем, что большой интерес представляют совместные проекты церковных и государственных структур в сфере средств массовой информации. Например, в 1996 г. организовано проведение ежегодного Всероссийского фестиваля СМИ «Православие на телевидении, радио и в печати», учредителями которого стали издательский совет Московского патриархата, православное общество «Радонеж» и Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания.

По нашему мнению, на процессе становления православного телевидения сказалась общая политическая и экономическая ситуация в стране в постсоветское время. В ходе процесса децентрализации телевизионной системы и раздела рынка СМИ в 1990-е–начале 2000-х гг. постепенно формировалась система вещающих и телепроизводящих организаций, а также определялись контуры основных телевизионных сетей. Православное телевидение с первых шагов испытало на себе все последствия коммерциализации российского

¹⁶² Радиостанция «Благовещение». URL: <http://radio-blagoveshchenie.ru/proekt/>.

телевещания, да еще в условиях полуразрушенной экономики и недобросовестной конкуренции на медиарынке. Ни о каком серьезном финансировании православных телепередач в таких условиях не могло быть и речи, тем более, не приходится говорить о создании оснащенных современной аппаратурой профессиональных епархиальных телестудий. Кроме того, сказывалась и острая нехватка профессиональных кадров, способных создавать интересные и качественные телевизионные продукты.

Заслуживает внимания история создания первого православного телеканала «Союз». Этот неприбыльный телеканал, не имевший собственного производства и лишь несколько часов в день ретранслировавший сигнал другой телекомпанией, подарен Екатеринбургской епархии бизнесменом Г. Архиповым из Первоуральска. Вначале на базе телеканала была создана православная телекомпания «Союз», которая фактически являлась просто епархиальной телестудией с возможностью вещания на волне телеканала несколько часов в день. Телекомпания «Союз», учредителем которой стала Екатеринбургская епархия, просто встроена в структуру епархиального информационно-издательского отдела в качестве его подразделения¹⁶³. Телеканал «Союз» находится на балансе Екатеринбургской епархии, а также существует за счет спонсорской поддержки и пожертвований.

Мы считаем, что история телеканала «Союз» может служить иллюстрацией процесса становления фактически всей системы православных СМИ в постсоветское время. Практически без финансового и материально-технического обеспечения, не имея возможности привлечь специалистов–профессионалов, без достаточного собственного опыта и знаний, оказавшаяся нищей и обескровленной после 70-летнего периода гонений, Русская православная церковь огромными усилиями восстанавливала свое утраченное наследие и осваивала новые сферы деятельности, стараясь не отставать от времени. Требовалось было возродить всё и сразу, с ограниченным кадровым и денежным ресурсом. Неизбежным

¹⁶³ Богатов В.Н. Православный телеканал. Как сделать его интересным? М., 2013. С. 143.

следствием такого положения дел стал недостаточный профессионализм церковных СМИ, а также значительные издержки их структурного оформления.

Телеканал «Союз», который в январе 2015 г. отметил свое 10-летие и вещает 24 часа в сутки уже не только на всю страну, но и за рубеж, все эти годы возглавляет монах, игумен Димитрий (Байбаков). У него нет специального образования, он работает фактически бесплатно (в церкви это называется несением послушания). Игумен Димитрий выстраивал структуру телеканала как мог, практически с нуля, отдавая делу все свое время и силы. Недостатков у телеканала хватает, непрофессионализма тоже, однако то огромное значение, которое он играет в деле возрождения православной культуры, намного превышает неизбежные издержки. На сегодняшний день эфирное вещание канала идет в 51 населенном пункте Уральского региона, несколько стран бывшего СССР подключены через кабель, также сигнал идет через спутники НТВ+, HotBird и «Триколор». Телеканал «Союз» производит несколько десятков собственных передач. Среди них: чтение Евангелия в прямом эфире, «Церковный календарь», беседы со священниками, реализация культурологических и социальных проектов, а также информационные программы.

Все сказанное позволяет сделать вывод о том, что пройдет немного времени, и стремительно развивающиеся церковные СМИ обретут и высокий уровень профессионализма, и необходимый опыт, и современную материально-техническую базу. В настоящее время православное телевидение существует благодаря энтузиастам, спонсорам и всем верующим людям, вкладывающим свой труд и деньги в возрождение и становление церковных СМИ. Вследствие этого на телеканале «Союз» во время трансляции почти постоянно показывается «бегущая строка» с указаниями расчетного счета в банке и других возможных способов внесения финансовой помощи для осуществления вещания.

Финансовые и организационные трудности постоянно сопровождают и второй общецерковный телеканал «Спас», находящийся на балансе Московской Патриархии. Необходимо отметить, что оба телеканала транслируются через

спутники, в некоторых городах – через кабельные сети, а также распространяются Интернет-провайдерами.

Несмотря на трудности, на базе многих епархий созданы собственные радио- и телепрограммы. Кроме того, практически во всех городах РФ в рамках государственных и региональных каналов вещания создаются радио и телепрограммы, посвященные православной тематике. Епархия, не имеющая студии для записи программ и соответствующего оборудования, пользуется услугами и помещением телеканала, на котором транслируется передача. Многие епархиальные телестудии имеют свои передвижные телевизионные камеры и различные средства малой оргтехники, однако они не всегда в состоянии приобрести более совершенную и дорогую технику, что неизбежно сказывается на качестве аудиовизуальных епархиальных СМИ.

На федеральных каналах выходят две программы «Слово Пастыря» с патриархом Кириллом и «Православная энциклопедия», которую ведет протоиерей Алексей Уминский. Кроме того, на «Вестях-24» выходит передача «Церковь и мир» с митрополитом Иларионом (Алфеевым). На наш взгляд, представляют интерес и регулярно выходящие на телеканале «Культура» авторские циклы Дмитрия Менделеева, посвященные библейским и христианским мотивам в мировой культуре.

В XX в. в России, как и в целом мире, широкое распространение получила новая информационная среда – Интернет, ставшая одним из основных каналов трансляции информации. РПЦ в своей издательской деятельности опирается на все современные технические достижения и старается идти в ногу со временем. Практически все церковные структуры, как центральные, так и епархиальные, установили компьютерное оборудование для обеспечения выхода в Интернет. Наряду с печатью, радио- и телевещанием Интернет постепенно занимает в системе церковных СМИ равноправное место, оказывая все большее влияние на религиозную жизнь общества. Достаточно быстро, на протяжении одного–двух десятилетий, Интернет стал одним из основных источников информации о

православной церкви и важной площадкой для трансляции православной культуры широким слоям населения.

По мнению К.В. Лученко, религиозные организации широко используют Интернет и онлайн-технологии в своей информационно-коммуникационной деятельности по следующим направлениям: информирование общества о своей деятельности, создание и поддержание единого информационного пространства в своих общинах, популяризация своего учения в различных слоях общества. При этом К.В. Лученко отмечает, что «Интернет в большей степени, чем другие виды СМИ, соответствует удовлетворению информационно-коммуникационных потребностей религиозных организаций на основе использования специфических свойств Интернета – мультимедийности, интерактивности и трансграничности»¹⁶⁴.

С момента появления Интернета в России церковные организации начали активно осваивать новый вид изданий – электронные СМИ. Датой рождения православного Интернета можно считать 1996 г., когда в сети появилась сначала страничка Нижегородской епархии, а чуть позже – Московской патриархии, которая разместила электронные версии Журнала Московской Патриархии и газеты «Московский церковный вестник». За достаточно короткий период Церковь освоила все технологические возможности и наработки всемирной сети, в том числе перевод изданий в электронный аналог с размещением их в компьютерных сетях. Созданы десятки православных русскоязычных серверов. Так, например, к началу 2003 г. православные Интернет-ресурсы включали уже около 300 сайтов¹⁶⁵.

В настоящее время в Интернете имеются официальные сайты Московского патриархата, в том числе интернет-проекты синодальных учреждений, епархиальных отделов, благочиний и других церковных структур. Одним из крупнейших православных сайтов является «Православие.ru», созданный

¹⁶⁴ Лученко К.В. Интернет и религиозные коммуникации в России //Электронный журнал «Медиаскоп», № 1, 2008. URL: <http://www.mediascope.ru/node/32>.

¹⁶⁵ Позднякова Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Курган, 2010. С. 57.

редакцией интернет-проектов московского Сретенского монастыря. На страницах такого крупного сервера, как «Православие в России» размещаются электронные версии газет «Радонеж» и «Православная Москва», а на сервере издательства Московской Патриархии – официальные издания, в частности, Журнал Московской Патриархии.

В качестве примера успешного освоения Церковью пространства Интернета можно привести историю становления созданного в 2004 г. крупного мультимедийного интернет-портала «Православие и мир». Вначале это обычный приходской сайт храма Всемилоственного Спаса Скорбященского монастыря, затем усилиями спонсоров и энтузиастов он через несколько лет становится популярным интернет-ресурсом не только для воцерковленной аудитории, но и для людей, только стремящихся к вере. Интернет-портал «Православие и мир» дважды входил в число десяти самых популярных сайтов Рунета¹⁶⁶. Необходимо отметить, что этот независимый сайт существует исключительно на средства частных жертвователей.

У портала «Православие и мир» имеется несколько дочерних проектов: Это православный женский сайт «Матроны.ру», построенный преимущественно на пользовательском контенте, а также сайт «Неинвалид.ру», рассказывающий о жизни и проблемах людей с ограниченными возможностями. Кроме того, еженедельно в формате PDF и размере А4 на портале «Православие и мир» можно скачать очередной номер приходской стенгазеты, распечатать его и повесить на стенд в притворе любого храма на территории любой страны¹⁶⁷.

Русская православная церковь в своей издательской деятельности активно использует все технологические возможности и наработки всемирной сети. По нашему мнению, наиболее разработанными из всех православных сайтов являются сайты печатных средств массовой информации, созданные по таким технологиям, как гипертекст, www-технологии, мультимедиа. При этом

¹⁶⁶ Сайт Валаамского монастыря и сайт «Православие и мир» стали лауреатами «Премии Рунета». URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/60584.html>.

¹⁶⁷ Лученко К.В. Что такое православные СМИ? URL: <http://www.pravmir.ru/chto-takoe-pravoslavnye-smi/>.

сотрудникам православных издательств приходится осваивать новые информационные технологии, поскольку размещение печатных СМИ в Интернете требует от них освоения специфических навыков и расширения его функциональных обязанностей. В начале 2000-х гг. только 32 епархии из 59 имели свою страничку в Интернете, а число епархий, которые представляли электронные версии своих периодических изданий, было и того меньше¹⁶⁸.

На сегодняшний день церковь уже освоила выпуск всех основных типов периодических интернет-изданий: информационного портала, газеты и журнала в виде как интернет-версий своих печатных органов, так и оригинальных интернет-изданий. Как уже говорилось, в 2011 г. газета «Церковный вестник» стала выходить в Интернете, при этом в печатном варианте ее выпуск прекратился. Свои сайты имеют журналы «Фома», «Православная беседа» и многие другие. Некоторые православные журналы уже планируют свои версии для платформ ios и android.

На наш взгляд, заслуживает внимания также деятельность Информационного агентства Русской православной церкви, предшественником которого являлось агентство «ПИТА»¹⁶⁹. В настоящее время независимым православным информационным агентством является «Русская линия», на сайте которого освещаются важнейшие события церковной и общественной жизни. Официальная хроника и новости Московской патриархии освещаются пресс-службой Патриарха, публикуются на сайте patriarchia.ru.

С 2000 г. в Интернете разрабатываются не только сайты епархий и печатных церковных СМИ, но и страницы радио- и телепрограмм. Например, на сайте просветительского проекта radonezh.ru можно слушать радио «Радонеж» и телепрограммы канала «Радонеж ТВ». Радиопередача «Вятка православная» Кировской гостелерадиокомпании «Вятка» в своей работе использует сервер

¹⁶⁸ Иванова Т.Н. Современная русская православная периодическая печать: типология, основные направления, жанровая структура: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М, 2003. С. 12.

¹⁶⁹ Емельянов Т. Средства массовой информации РПЦ на пороге третьего тысячелетия. Доклад на конгрессе православной прессы 6 марта 2000 г. // Журнал Московской Патриархии. 2000. №4. С. 54.

«Православие в России» фонда «Русской культурной инициативы». На страницах этого фонда также размещены газеты «Православная Москва» и «Радонеж».

В 2010 г. открыт собственный канал РПЦ на видеохостинге YouTube. В настоящее время в Сети имеется 115 православных web-порталов и 42 хостинга для православных, также существует православная поисковая система «Искомое.ru». Каталог православных ресурсов сети Интернет «Православное христианство.ru» в рубрике «Православные СМИ» выдает 424 наименований газет, 285 – журналов, 125 – радиостанций и радиопрограмм, 68 – телевидение, 324 – епархиальных СМИ¹⁷⁰.

В 2014 г. на фестивале православных СМИ «Вера и слово» представлен новый православный YouTube-канал – «ЦарьГрадТВ». Канал имеет преимущественно новостную направленность и очень быстро завоевал популярность, собрав за три недели работы в Рунете более 4 млн просмотров. За несколько месяцев работы редакция канала наладила сотрудничество с епархиями РПЦ, регулярно на «Царь-граде» выходят сюжеты, созданные совместно с видеостудиями епархий, новости регионов¹⁷¹.

Через свои СМИ Церковь ведет активный диалог с обществом по актуальным социальным и общественным проблемам, таким как борьба с наркотической зависимостью, укрепление семьи, демографическая ситуация в стране, воспитание детей, забота о сиротах, людях, оказавшихся в домах для престарелых и в местах лишения свободы.

27 декабря 2010 г. Патриарх Кирилл в храме Христа Спасителя провел встречу с генеральными директорами и главными редакторами ряда российских СМИ. Предстоятель РПЦ отметил очевидный прогресс в отношениях церкви и светских СМИ и акцентировал внимание на ряде проблем, имеющих резонанс в медиасреде и влияющих на мировоззрение россиян. На встрече большое внимание уделялось перспективам диалога между Церковью и журналистским сообществом, а также организации совместных дискуссий о возможных

¹⁷⁰ Каталог православных ресурсов сети Интернет. URL: <http://www.hristianstvo.ru/massmedia/>.

¹⁷¹ В Интернете появился «Царьград ТВ». URL: <http://foma.ru/v-internete-poyavilsya-tsargrad-tv.html>.

сценариях развития России и цивилизационных вызовов, стоящих перед страной¹⁷².

В последние годы наблюдается процесс укрупнения православных издательств и создания православных агентств по производству и распространению печатной, радио- и телепродукции, а также электронных СМИ, которые являются базой для принципиально нового уровня концентрации православных средств массовой информации – медиacentров.

В настоящее время медиacentры или структуры, такие как конвергентные редакции, предшествующие созданию медиахолдингов, только зарождаются в отдельных епархиях РПЦ, пока в связи с этим оценить их деятельность достаточно сложно. Сложно также сравнивать работу церковных медиacentров с медиахолдингами крупных предприятий или государственных структур. Мы считаем, что создание церковного медиахолдинга, так же, как и светского, обусловлено его конкурентоспособностью. Создавая структуру медиахолдинга 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.

Внутренняя структура епархиального медиахолдинга повторяет структуру светского, однако в меньших масштабах: возглавляет медиахолдинг один руководитель, которому подчиняются руководители редакций и направлений работы епархиальных СМИ: среднее число сотрудников епархиальных СМИ – 10-15 человек. Основной особенностью управления церковным медиа-холдингом является подчинение главы епархиального медиacentра церковной иерархии. Поскольку медиacentр является одним из отделов епархии, задачи и условия работы определяет правящий архиерей епархии.

Деятельность в церковной ограде предполагает и свою корпоративную культуру, наличие которой – неотъемлемая черта светского медиа-холдинга. В церкви существуют свои традиции и условия работы,

¹⁷² Святейший Патриарх Кирилл встретился с руководителями и главными редакторами российских СМИ. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1370601.html>.

соблюдение которых позволяет говорить о епархиальном медицентре как о полноценном творческом коллективе.

На наш взгляд, основным отличием епархиального медицентра от светского является то, что епархия не ставит своей главной целью получение прибыли. Несомненно, одна из причин возникновения в епархиях конвергентных редакций и медицентров – оптимизация финансирования средств массовой информации. Вместе с тем, на данном этапе, когда православных СМИ не самокупают себя, ставить задачу получения прибыли неуместно. Епархиальные СМИ также не содержат рекламные и заказные материалы.

Поскольку епархиальные медицентры находятся в стадии становления, научных трудов на эту тему практически нет. Однако эксперты в области религиозной журналистики уже начали размышлять о новых тенденциях в православной журналистики, в том числе региональной. На наши вопросы согласились ответить некоторые специалисты: православные журналисты, руководители епархиальных отделов, сотрудники синодальных учреждений.

Александр Владимирович Щипков, главный редактор портала «Религия и СМИ», социолог религии, политолог, кандидат философских наук высказал мнение о профессионализме православной журналистики с 1990-х гг. По его словам, за последние 10 лет значительно вырос уровень образованности и профессионализма сотрудников церковных медиа. Он считает, что региональная православная журналистика находится примерно на одном уровне: все СМИ находятся в равных условиях в плане доступа к информации об общецерковных событиях. При этом качество местных материалов зависит во многом от конкретного человека, который возглавляет информационный отдел или редактирует газету. А.В. Щипков отметил, что епархиальные СМИ необходимо координировать прежде всего с идеологической точки зрения – это может быть священник-духовник или сам глава епархии. Оценивая структуру медиа-холдинга в епархии, он назвал её плюсы и минусы. К плюсам эксперт отнёс единую политику, хорошую организацию работы, небольшие финансовые затраты, к

минусам – отсутствие конкуренции между различными видами епархиальных СМИ там, где соперничество неуместно. Среди успешно развивающихся православных медиапроектов А.В. Щипков отметил СМИ Санкт-Петербургской епархии: журнал «Вода живая», радио «Град Петров». Он также обратил внимание на новую тенденцию в православных медиа – стремление к разнообразию, уход от попытки сделать все православные СМИ идеологически и стилистически однотипными.

Специалист синодального отдела по внешним церковным связям Святослав Анатольевич Очканов отмечает, что синодальные структуры более эффективно сотрудничают с епархиями, где информационная деятельность системно организована – на официальных православных сайтах этих регионов своевременно и регулярно размещаются пресс-релизы отделов Московского Патриархата. Он также говорит о проблеме разграничения и несогласованности действий информационного отдела и пресс-службы некоторых епархий, поэтому информация синодальных отделов в ряде случаев не доходит до адресата. Однако, как отмечает С.А. Очканов, для зарубежных епархий Русской православной церкви данная проблема не свойственна.

О значении личности, конкретного человека в деле православной журналистики говорил другой эксперт – редактор Журнала Московской Патриарха» Евгений Михайлович Стрельчик. По его мнению, от руководителя информационной работы во многом зависит положение в регионах. В качестве примера эксперт привёл Новосибирскую епархию, которую, как и медиацентр, возглавляет митрополит Тихон, с 1995 по 2000 гг. он руководил издательским советом Московской Патриархии и имеет большой опыт как организационной, так и редакторской работы. Медиацентр, по мнению В.М. Стрельчика, наиболее оптимальная форма организации работы редакций СМИ епархий. Он также указывает на необходимость создания общероссийского православного медиахолдинга или централизованной редакции общецерковной газеты, при этом

в Москве должен создаваться основной контент и оригинал-макеты с шаблонами для наполнения региональными новостями.

Следует отметить, что подобный проект уже начал реализовываться в Русской православной церкви. По благословению Патриарха Кирилла Синодальный информационный отдел (СИНФО) запустил проект «Православный вестник», цель которого – помочь развитию епархиальной прессы и сотрудничеству между епархиями и светскими СМИ. В рамках проекта СИНФО на безвозмездной основе предоставляет готовые газетные полосы с материалами православной тематики (просветительские тексты, новости Церкви и т.д.), изготовление которых осуществляется в соответствии с пожеланиями епархии. Данные полосы могут в дальнейшем использоваться в качестве тематического православного приложения к местным СМИ (по договоренности между епархией и светской редакцией СМИ) либо как основа для издания собственной епархиальной газеты. Это особенно важно для вновь созданных епархий, где при наличии множества организационных проблем остро стоит необходимость создания с нуля системы изданий, обращенных как к церковной, так и светской аудитории. Сотрудники СИНФО помогают с размещением в изданиях епархиальных новостей и местной информации в необходимом объеме, оказывают творческую помощь журналистам на местах. Таким образом при высоком качестве материалов затраты на производство издания для епархий либо значительно снижаются, либо сводятся к нулю. В настоящий момент проект «Православный вестник» выходит суммарным тиражом 50 тыс. экземпляров на территории пяти субъектов РФ. В зависимости от возможностей региональных партнеров объем проекта в разных регионах составляет от 4 до 8 полос ежемесячно. От 10 до 20 % объема Православного вестника занимают местные материалы, в основном, это новости епархиальной жизни. Остальное – материалы общецерковного характера, миссионерские и просветительские статьи, а также новости, интервью и православный календарь. Проект служит важным инструментом для трансляции общецерковной повестки дня, донося позицию

священноначалия до широкого круга читателей. В качестве примера можно отметить освещение изданием церковной позиции по ситуации на Украине. Особое внимание Православный вестник уделяет служению Святейшего Патриарха: каждый номер содержит рубрику с цитатами из патриарших выступлений.

Однако, по нашему мнению, проект «Православный вестник», как и планировалось, призван помочь в основном новообразованным епархиям. По словам куратора данного проекта Алексея Соколова, в небольших городах светские газеты готовы зачастую безвозмездно или на очень льготных условиях предоставлять полосы для православных публикаций. Также проект рассчитан на епархии, в которых мало местных новостей и которым не на чем основывать епархиальную газету.

Тема создания единого медиахолдинга Русской православной церкви обсуждалась неоднократно, однако на сегодняшний день церковь пока не готова осуществить такой масштабный проект.

На состоявшемся 2 февраля 2015 г. Архиерейском совещании Патриарх Кирилл вновь подчеркнул важность взаимодействия епархиальных и светских СМИ при освещении жизни церкви. Он отметил, что вопросы сферы информации постоянно обсуждаются на Соборах, заседаниях Священного Синода и Высшего Церковного Совета. Он также рассказал, что в настоящее время «практически во всех епархиях организованы собственные информационные ресурсы», однако «во многих церковных СМИ по-прежнему существенное и даже центральное место занимает официальная хроника», которая хоть и необходима, но малоинтересна для широкой аудитории. По словам Патриарха, следует проводить дискуссии по общественно-церковным темам, площадкой для таких дискуссий могли бы, в частности, стать региональные отделения Всемирного русского народного собора¹⁷³.

Проведенные нами исследования позволяют сделать вывод: православная церковь за последние 25 лет смогла сформировать собственную систему СМИ,

¹⁷³ Святейший Патриарх Кирилл: Одна из задач епархиальных СМИ — находить интересное в современной жизни Церкви, а не только в ее прошлом. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3977947.html>.

которая занимает видное место среди российских медиа. За эти годы РПЦ не только восстановила мощную систему печатных периодических изданий, но и освоила новые виды средств массовой информации, не существовавших в дореволюционное время: радио, телевидение, электронные СМИ. В настоящее время процесс создания системы религиозных СМИ, включающей в себя печатную периодику, радиостанции, телестудии и интернет-ресурсы, находится на стадии завершения.

В сложившейся ситуации, когда бурное развитие православных СМИ происходит в новых экономических условиях, епархии РПЦ начинают пересматривать организационную форму своей издательской деятельности, взяв за образец структуру светского медиахолдинга. Данный процесс находится еще в стадии становления, и говорить об эффективности сложившейся новой организационной структуре православных СМИ пока, на наш взгляд, рано. Ряд епархий называет свои медиаорганизации не холдингами а медиацентрами, поскольку они по своей структуры и материально-технической составляющей пока не являются полноценными медиахолдингами.

Глава 2 Особенности функционирования СМИ епархий: сравнительный и проблемно-тематический анализ (на примере СМИ епархий Западной Сибири)

2.1 Организационно-экономическая составляющая информационной работы епархий.

Формирование конвергентных редакций и медиацентров

Система Русской православной церкви имеет четко организованную структуру, строго подчиняющуюся установленному порядку. Епархии, духовные школы и семинарии, православные общины, – все подчиняются единым каноническим нормам и правилам. Деятельность церковной печати развивается также в соответствии со сложившейся структурой. Церковная периодика строится согласно иерархическому принципу.

Средства массовой информации епархий Русской православной церкви – огромный пласт православных медиа, требующий анализа и изучения. Если ранее учеными рассматривались только печатные издания ввиду отсутствия или недостаточной развитости аудиовизуальных и сетевых СМИ, то в настоящее время необходимо анализировать совокупность всех видов СМИ епархии. На примере работы медиацентра Новосибирской епархии, а также информационно-издательских отделов Кемеровской, Барнаульской и Томской епархий, нами рассмотрены разные аспекты деятельности епархиальных СМИ. В данном разделе представлен анализ организационно-экономической составляющей деятельности епархиальных медиа.

Прежде всего проследим историю Новосибирской епархии, поскольку до недавнего времени в ее состав входили области, в которых сейчас созданы исследуемые нами епархии. Новосибирская епархия образована в 1924 г. С 1834 г. большинство храмов Новосибирской области вошли в состав вновь образованной Томской епархии. К началу 1917 г. на территории нынешней Новосибирской

области находилось более 300 храмов, молитвенных домов и часовен, в которых служило более 700 священно- и церковнослужителей.

В конце 20-х–начале 30-х гг. XX в. началось закрытие и разрушение храмов, сопровождавшееся репрессивными мерами по отношению к духовенству и активным мирянам. В 1943 г. на Новосибирскую кафедру назначен архиепископ Варфоломей (Городцов), приложивший огромные усилия для восстановления церковной жизни и открытия храмов не только в Новосибирской Епархии, но и по всей Сибири. Несмотря на преклонный возраст, он совершал многочисленные пастырские поездки по храмам Иркутска, Омска, Тюмени, Тобольска, Томска, Барнаула, Красноярска, Бийска, Хабаровска.

В середине 1950-х–начале 1970-х гг. епархия пережила волну закрытия храмов. Если на 1 января 1960 г. в епархии насчитывалось 55 приходов, то к середине 1960-х гг. в огромной Новосибирской епархии, включавшей в себя несколько краев и областей, осталось всего 33 действующих прихода. Практически полностью отсутствовали храмы в селах.

С 1972 г. стали нормализовываться отношения с представителями местной власти – удалось не только приостановить закрытие храмов, но и добиться регистрации нескольких новых общин. 1990-е гг. проходили уже в новых условиях. Активное храмостроительство, массовое открытие новых приходов, духовной семинарии в Томске и богословского института в Новосибирске, православных гимназий, воскресных школ – вот далеко не полный перечень того, что сделано за эти годы. В последнее время в епархии открывается около 10 новых храмов в год. Процесс возрождения церковной жизни происходит и в других епархиях Сибири. Большую поддержку проектам Русской православной церкви оказывает правительство Кемеровской области.

Следует отметить, что в настоящее время идет процесс разукрупнения православных епархий и образование новых церковно-административных центров. Если в советское время Новосибирская епархия занимала пятую часть СССР, то уже в 1990-е гг. ее размеры соответствовали границам Новосибирской

области. В 2012 г. решением Священного Синода на территории Новосибирской области образована Новосибирская митрополия, в состав которой вошли четыре епархии. На территории Кемеровской области организована Кузбасская митрополия, в состав которой вошли три епархии: Кемеровская, Новокузнецкая и Мариинская. В Алтайском крае помимо Барнаульской и Горно-Алтайской епархий созданы еще три – Бийская, Рубцовская и Славгородская. В Томской области в 2013 г. образованы две епархии – Томская и Колпашевская. .

В состав епархии, помимо храмов, монастырей, духовных учебных заведений входят различные отделы и центры, которые ведут социальную, миссионерскую, общественную, образовательную работу. К основным структурным, действующим в каждой епархии, относятся: отдел образования и просвещения, миссионерский, по социальному служению, издательский или информационный, паломнический центр, отдел по взаимодействию Церкви и общества, по молодежной работе. Епархиальные отделы возглавляются, чаще всего, священнослужителем и ведут свою деятельность согласно уставу религиозной организации.

Епархиальные медиа курирует информационный или издательский отдел. Кроме того, помимо этого в некоторых епархиях отдельным подразделением существует пресс-служба (например, в Белгородской епархии пресс-служба Митрополита – отдельный, независимый от других структур отдел). В Новосибирской епархии до недавнего времени епархиальные издания, пресс-служба, телевизионные СМИ действовали также разрозненно. Печатные издания курировал издательский совет, который образован на основании Решения Епархиального Совета 6 марта 2001 г. Однако издательская работа велась в епархии с 1996 года. Как и во многих других епархиях, в Новосибирске в первую очередь наладили выпуск официального печатного органа – газеты «Вестник Новосибирской Митрополии». Почти десять лет Вестник являлся единственным СМИ епархии. Сведения о структуре редакции и особенностях работы первого епархиального издания мы получили у первого редактора газеты протоиерея

Виталия Бочкарева и митрополита Новосибирского и Бердского Тихона, возглавляющего Новосибирскую епархию с 1990 по 1995 гг., а затем с 2000 г. и по настоящее время.

Официальный печатный орган Новосибирской епархии – «Новосибирский Епархиальный вестник» – начал издаваться в 1996 г. Помимо священника-редактора в выпуске газеты принимал участие только приглашенный верстальщик. Для нужд редакции было выделено небольшое помещение в административном здании главного храма города – Вознесенском кафедральном соборе. Выпуск газеты по общепринятым меркам осуществлялся нерегулярно – в определенное число месяца издание появлялось в церковных лавках. Газета всегда была приурочена к какому-либо церковному празднику. Например, праздничный выпуск обязательно готовился к Рождеству Христову и Пасхе. Менее значимые, рядовые выпуски также издавались к определенной дате: осенью чаще всего к Покрову Богородицы или Воздвижению Креста, в конце зимы – к началу великого поста, весной, кроме пасхального выпуска – к Вознесению Господню или Троице, летом – к празднику святых апостолов Петра и Павла, Преображению или Успенскому посту. Таким образом, не следуя общепринятой регулярности, свою периодичность Новосибирский епархиальный вестник имел. Следует отметить, что во многих епархиях (например в Томской) до сих пор сохраняется данный принцип периодичности. В Новосибирской епархии, несмотря на нынешнюю довольно строгую периодичность выпуска главной газеты, к Рождеству и Пасхе, либо издаются спецвыпуски, либо очередные номера посвящаются наступающим праздникам.

В первые годы своего существования газета издавалась на 8 полосах формата А3, в черно-белом варианте, на газетной бумаге. В спецвыпуски к большим праздникам мог быть добавлен дополнительный цвет: синий или зеленый – к Рождеству и красный – к Пасхе. Содержание и творческие характеристики газеты мы рассмотрим в следующем разделе.

До 2005 г. функции редактора были возложены на священника, для которого издательское дело не являлось главным послушанием. В первую очередь по этой причине выпуск Новосибирского епархиального вестника велся крайне нерегулярно. Священник-историк, занимавший должность редактора, не имел журналистского образования и, что немаловажно, опыта работы в СМИ. В связи с этим, такие понятия, как оперативность, актуальность материала не учитывались. Вследствие отсутствия профессиональных журналистов подготовка номера к печати – верстка, согласование макета, переговоры с типографией – могли затянуться на месяц. Взаимодействие со светскими изданиями также отсутствовало – в церковной среде не оказалось человека, который мог бы говорить на языке современных СМИ, изучить новые программы верстки, дизайна, объяснить важность своевременного освещения событий.

В 2005 г. на должность редактора газеты принят профессиональный журналист. В первую очередь им установлена периодичность издания – один раз в месяц. В газете появились авторские материалы, новостные заметки приобрели единообразие, улучшилось качество иллюстраций. За несколько лет вырос не только профессиональный уровень газеты, но и увеличился её объем – она выходила на 8-16 полосах, отдельные выпуски доходили до 32 полос. Зачастую причиной большого объема газеты был ее невыход по несколько месяцев. Качество печати оставалось прежним – черно-белым, использовалась газетная бумага.

9 февраля 2006 года г. «Новосибирский епархиальный вестник» зарегистрирована в Роскомнадзоре. Это позволило увеличить тираж издания с 999 экз. до трех тысяч. С апреля 2012 г. газета в связи с реорганизацией епархии переименована в «Вестник Новосибирской митрополии» и в настоящее время является официальным печатным органом Новосибирской митрополии. В газете новые главный и ответственный редакторы. Апрельский выпуск 2012 г., приуроченный к Пасхе, стал первым после перерыва в несколько месяцев (предыдущий номер издавался к Рождеству Христову). Редакция строго следит за

соблюдением установленной периодичности. В течение года в среднем выходит около 15 номеров, в том числе 2–3 спецвыпуска, приуроченные к юбилейным датам и важным общественно-церковным событиям: Новосибирским образовательным рождественским чтениям, Дням славянской письменности и культуры в Новосибирске, Дню знаний, благотворительным и миссионерским акциям и т.д.

Газета «Вестник Новосибирской митрополии» распространяется по приходам Новосибирской епархии. Количество экземпляров, получаемых каждым приходом, различно и соответствует спросу. Издательский совет регулярно предоставляет по 2 экземпляра каждого номера газеты в Российскую книжную палату, областную научную библиотеку, государственный архив Новосибирской области, Синодальную библиотеку, правительство Новосибирской области, мэрию Новосибирска, различные общественные организации, с которыми сотрудничает митрополия.

В связи с созданием митрополии официальная газета стала освещать деятельность не только Новосибирской, но и других епархий, расположенных на территории области. В газете созданы специальные рубрики для публикации новостей этих епархий.

Тираж газеты с августа 2012 г. составил 5 тыс. экземпляров. В апреле 2012 г. пасхальный выпуск вышел в трехцветном варианте, следующий номер издан снова в черно-белом формате, но уже на офсетной бумаге. С августа 2012 г. газета перешла на полноцвет и сохраняет данный формат по сей день. В 2012 г. произошло еще одно важное событие – началось сотрудничество с постоянной типографией. В типографии «Советская Сибирь», крупнейшей за Уралом, печатается вся периодика епархии. Тиражирование епархиальных СМИ курирует свой менеджер.

Судьба официальных СМИ в региональных епархиях в большинстве случаев одинакова. И если есть различия в формате, объеме и качестве печати, то по содержанию и структуре подобные издания похожи. Официальное издание

Барнаульской и Алтайской епархии – газета «Алтайский вестник» выходит с 1996 г. В начале 2009 г. в редакции газеты произошли преобразования. Во-первых, был изменен формат издания (А3 на А4), во-вторых, она стала выходить в полноцвете на мелованной бумаге. В 2010 г. тираж газеты составлял 4 тыс. экз. На нее можно оформить подписку. Кроме редактора и священника, в создании выпусков газеты активное участие принимают преподаватели и учащиеся Барнаульской духовной семинарии, священнослужители, сотрудники епархиальных отделов, активные прихожане храмов.

Официальная газета Томской епархии «Томские епархиальные ведомости» стала выходить с 2008 г. В первые годы у нее была четкая периодичность – один раз в месяц, в последние годы количество выпусков колеблется от пяти до семи в год. По словам руководителя информационного отдела протоиерея Дионисия Землянова, редакция газеты полностью отделена от возглавляемого им отдела. В штате редакции на постоянной основе работает один священник, кроме него на непостоянной и нерегулярной основе трудятся несколько журналистов и дизайнер. Информационный отдел курирует только сайт епархии.

Кемеровская епархия издает официальную газету в виде приложения к областной газете «Кузбасс» под названием «Золотые купола». Готовит его один священник, использует официальные новости и информацию с сайта епархии. Объем приложения – 4 полноцветных полосы А3 формата.

В 2005 г. вышло в свет еще одно печатное издание Новосибирской епархии – журнал «Сибирь православная», который так же как Вестник Новосибирской митрополии имеет статус епархиального издания и отражает события епархиальной жизни. Однако в отличие от газеты имеет краеведческую и историческую направленность. Тираж журнала первоначально составлял 300 экземпляров, выходил в формате А4, объем колебался от 24 до 48 страниц, цветность – черно-белый. Журнал пока не зарегистрирован в Роскомнадзоре, в связи с этим тираж составляет в настоящее время 999 экземпляров. Последние выпуски печатались в полноцвете. Утвержден объем издания – 48 полос.

Журнал не имеет определенной периодичности и выходит не чаще одного раза в год. Тем не менее, это новый положительный шаг в формировании издательского поля епархии, поскольку другие епархии Сибири не имеют дополнительных к официальной газете изданий. Например, Томск и Барнаул, кроме епархиальных вестников, на данном этапе не планируют издание новых общепархиальных СМИ.

В Кемеровской епархии помимо приложения «Золотые купола» с 2008 г. издается молодежная газета «Глагол». Редакция газеты, которую возглавляет руководитель информационного отдела Кемеровской епархии протоиерей Сергей Веремеев, стремится отойти от присущего многим епархиальным изданиям православного официоза и перепечаток из Московских изданий и сайтов. В газете есть также и традиционные для православных СМИ материалы о церковных праздниках, проповеди отцов церкви и современных священников. Особого внимания, на наш взгляд, заслуживают авторские статьи священников и мирян, и материалы, написанные молодыми людьми: опросы прихожан, фоторепортажи, страницы для детей, корреспонденции о жизни молодежных клубов и путешествиях. Тираж газеты – 1500 экз., объём – 12 полос формата А3, печатается на газетной бумаге в выборочном полноцвете.

В Новосибирской епархии на начало 2015 г. издается более 15 общепархиальных периодических изданий. Кроме газеты «Вестник Новосибирской митрополии» и журнала «Сибирь православная», издаются Богословский сборник (издание духовной семинарии) и сборник «Душа. Встреча с Господом»; газеты «Православный миссионер», «Бердск Православный»; журналы «Православная семья», «Православное книжное обозрение», «Источниковедение в школе», «Церковное пение», «Сибирская звонница» и детское приложение «Колоколенка», молодежный журнал «Великое в малом», женский журнал «Мироносица»; детские издания: газета «Росток» и журнал «Зёрнышко», а также небольшие издания приходов и храмов.

Следует отметить, что, несмотря на достаточно большое количество общепархиальных изданий в Новосибирске, информационная работа в отдельных приходах ведется довольно слабо. Большинство ведут летопись храма на приходском сайте (кстати, их должны иметь по распоряжению Патриархии все храмы). Тем не менее, некоторыми приходами епархии издаются приходские листки:

– «Иоанно-Предтеченский листок» – издание епархиального мужского монастыря во имя святого Иоанна Предтечи Новосибирска (формат А4, 12–16 стр., 4 выпуска, тираж – 1000 экз.);

– «Благовест» – издание прихода во имя преподобного Сергия Радонежского с. Убинское Новосибирской области (формат А4, 4 стр., тираж – 500 экз.);

– «Правило веры» – издание прихода во имя святителя Николая Чудотворца с. Кыштовка Новосибирской области (формат А4, 4 стр., 6 номеров, тираж – 200 экз.);

– «Приходской листок» – издание прихода во имя святителя Николая Чудотворца Новосибирска (м/р Нижняя Ельцовка) (формат А4, 8 стр., 1 номер, тираж – 50 экз.)

В Барнаульской митрополии напротив, достаточно развито освещается жизнь приходских общин храмов: ведутся сайты, издаются приходские листки и газеты. Петро-Павловский приход с. Шебалина выпускает ежемесячную семейную православную газету «Прихожанка» (тираж – 200 экз.). Приход Владимирской церкви с. Мамонтова издает газету «Православное слово» (тираж – 150 экз.). Газеты выходят в печать один раз в месяц, распространяются через отделение почтовой связи и продаются в церковных лавках.

В Горно-Алтайской епархии ежемесячно выпускаются тематические православные страницы в республиканских газетах: в «Звезде Алтая» – «Благовест», в «Листке» – «Прикосновение», православный раздел в «Горно-Алтайском вестнике». Еженедельно печатаются материалы православного

новостного и катехизаторского характера в турочакской районной газете «Истоки». Иерей Сергей Коробейников подготовил несколько публикаций для районной газеты онгудайского района «Ажуда», кроме того он написал статью для «Алтайской миссии». В шебалинской «Сельской нови» опубликован материал иерея Павла Тайченачева, посвященный празднику Введения во храм Пресвятой Богородицы. Регулярно печатаются в республиканской газете «Звезда Алтая» статьи, написанные преподавателем воскресной школы Макариевской церкви Горно-Алтайска по истории храмов Алтая и Улалинского монастыря кандидата исторических наук А.П. Адлыковой.

В г. Киселевске Кемеровской епархии выходят приложения к газетам «Городок» («Под сенью Православия») и «Киселевские вести» («Киселевск православный»), в г. Ленинск-Кузнецкий издается приложение к городской газете «Воскресенский вестник».

В 2011 г. приложением к «Новосибирскому епархиальному вестнику» стало издаваться в формате А3 на четырех полосах «Православное книжное обозрение». С 2013 г. оно выходит отдельным журналом форматом А5 в полноцвете и на мелованной бумаге. В задачу данного издания входит христианское просвещение православных и светских людей, которые хотят больше узнать о выпускаемых книгах православного книжного рынка, их ассортименте и содержании. Журнал призван помочь расширить кругозор читателей пополнить богословские знания, познакомиться со святоотеческим наследием, найти хорошую художественную книгу, написанную православным автором. Издание знакомит читателей с новыми книгами, которые имеются в наличии в церковных лавках и библиотечных фондах. Периодичность журнала – 2–3 раза в год. Журнал авторский – все статьи пишет главный редактор, этим объясняется его нестабильная периодичность и небольшие объемы – от 16 до 24 полос формата А5.

Кроме названного издается также «Богословский сборник», содержащий исследования и материалы богословской, церковно-исторической, библейской,

литургической, агиографической, философской тематики. По типологии его можно отнести к альманахам, поскольку издается он один раз в год и посвящен обычно одной теме, например, юбилейной дате или празднованию знаменательного для страны или города события. Подготовка данного издания осуществляется составом преподавателей и студентов Новосибирской православной духовной семинарии и православной гимназией во имя преподобного Сергия Радонежского, расположенной в Академгородке. Тираж сборника составляет 300 экземпляров. Вместе с этим в данной гимназии регулярно издаются сборники материалов различных церковных конференций, регулярно проходящих в Новосибирске.

Несколько раз в год выходит журнал «Источниковедение в школе», в котором публикуются учебно-методические материалы, предназначенные для преподавателей и учащихся школ, гимназий и лицеев. Задача журнала – вводить в учебный оборот новые (для школы) исторические и литературные источники и раскрывать тем самым богатства родной словесности, отечественной истории и культуры, способствуя постепенному обновлению содержания общего образования. Журнал предлагает разнообразный хрестоматийный материал по разным учебным предметам. В выпусках представлены методические разработки уроков для учителей. Тираж журнала – 999 экз. Он довольно большой по объему – более 150 стр., печатается в черно-белом варианте, но с плотной цветной обложкой.

Миссионерский отдел епархии и приход собора святого благоверного князя Александра Невского Новосибирска ежемесячно издает газету «Православный миссионер» (тиражом 3000 экз., формат А4, черно-белый вариант), которая распространяется бесплатно и пользуется большим спросом. Следует отметить, что газета выходит регулярно в начале каждого месяца. Это объясняется не только организованностью сотрудников, но и тем, что более половины статей в газете – перепечатки из Интернета. Однако, на наш взгляд, все они тщательно подобраны и дополнены материалами новосибирских журналистов. Газета

«Православный миссионер» – одно из трех изданий епархии, имеющих регистрацию в Роскомнадзоре, что позволяет ей иметь достаточно большой для региональной церковной периодики тираж.

По инициативе родителей воскресной школы при соборе во имя святого благоверного князя Александра Невского начала издаваться цветная детская газета «Росток», в формате А4, на 12 стр. Это полноцветное издание, выходящее тиражом 500 экз.

Школа звонарей при Новосибирском Свято-Макарьевском православном богословском институте выпускает газету «Сибирская звонница». Издание форматом А4+, имеет 20 стр. и выходит тиражом 1500 экз. Несмотря на узкопрофессиональную направленность, газета интересна, пользуется популярностью среди православной аудитории, позволяет привлечь верующих на курсы звонарей и помочь храмам создавать колокольни и уделять внимание звонарскому искусству. К газете также издается детское приложение – «Колоколенка». Это еще одно издание епархии для детей, которое, как и «Росток» пользуется большим спросом.

Детская аудитория всегда в меньшей степени охвачена епархиальными СМИ. И если в других епархиях (например, в Барнаульской, в газете «Алтайская миссия») печатаются страницы для детей, приуроченные к праздникам Рождества Христова и Пасхи, чаще всего с раскрасками или кроссвордами, то в официальной газете Новосибирской епархии такая традиция не установилась. В связи с этим по инициативе родителей появились эти детские издания. Журнал «Колоколенка», издаваемый в формате А5, имеет более стабильную периодичность, чем «Росток» благодаря тому, что является приложением к крупному изданию. Коллектив «Сибирской звонницы» готовит и детское приложение к ней. Изданием «Ростка» занимаются непрофессионалы, однако с помощью сотрудников епархиального медицентра, разработана концепция по продвижению журнала. Основная цель – вместо издания воскресной школы одного из храмов города сделать его межприходским детским журналом.

Воскресная школа Сергиево-Казанского храма п. Краснообска Новосибирской области с 2006 г. работает над выпуском журнала «Православная семья». Журнал выходит в формате А4, объемом 36 стр., полноцветной печати, тиражом 999 экземпляров. Важная особенность данного издания – он издается не на средства храма, а на пожертвования спонсора, и коллектив редакции трудится на добровольных началах. Все сотрудники – редакторы, авторы, корреспонденты, фотографы – прихожане храма, воспитывающие детей и понимающие важность темы воспитания. Благодаря финансовой помощи спонсора, издание распространяется в приходах епархии бесплатно. В год в свет выходит 3–4 номера журнала.

Приход в честь Сретения Господня в г. Бердске выпускает газету «Бердск Православный». В 2011 г. изданию присвоен гриф Синодального информационного отдела Русской православной церкви. Газета печатается в формате А4, на 16-24 стр., в черно-белом варианте, с полноцветной обложкой. «Бердск Православный» – церковно-общественная и историко-краеведческая газета. На ее страницах рассказывается об основах православной веры, церковных праздниках и связанных с ними народных традициях. Большое внимание уделяется истории Бердска и бердских храмов. Один из разделов газеты посвящен военно-патриотическому воспитанию молодежи.

Как частное издание, но ведущее деятельность по благословию митрополита Новосибирского и Бердского Тихона и одобренное Синодальным информационным отделом выходит православный духовно-просветительский сборник «Душа – встреча с Господом» (формат А4, 52-80 стр., черно-белая печать, цветная обложка, газетная бумага, тираж – 70 000 экз. ежемесячно). В сборнике, кроме вступительных статей редактора, практически отсутствуют авторские материалы. В основном перепечатываются статьи на актуальные темы с православных и общественных порталов и сайтов: pravoslavie.ru, pravmir.ru, azbyka.ru, prav-news.ru, mospat.ru, odnako.org, dimitrysmirnov.ru, vinograd.su, smisl-zhizni.ru и др. Следует отметить, что данное издание, как и журнал «Православная

семья», печатается на средства жертвователя и также распространяется бесплатно. Сборник пользуется большим спросом среди представителей старшего поколения, поскольку у многих из них нет доступа в Интернет, а в журнале приводится подборка наиболее популярных статей со всероссийских православных и общественно-политических сайтов.

Особенности частных и независимых православных изданий мы рассмотрим в следующем разделе работы.

Особо следует отметить новые издания епархии.

Молодежный журнал «Великое в малом» рассчитан на воцерковленную и невоцерковленную молодежь Новосибирской епархии, в возрасте от 16 до 35 лет. Первый номер вышел в декабре 2013 г. объемом 24 полосы. Последующие пять номеров выходят на 32-х стр., на мелованной бумаге в полноцвете форматом А4. Инициаторы создания журнала и его активные сотрудники – молодежь епархии, которые, как и редакции многих православных изданий, трудятся безвозмездно.

Журнал «Великое в малом» – не первая инициатива православной молодежи Новосибирска в информационной сфере. С 2005 г. в газете «Вестник Новосибирской Митрополии» печатается регулярная рубрика «Молодежные страницы», в 2006–2007 гг. издавалось молодежное приложение «Встреча» к епархиальной газете. Всего вышло пять выпусков приложения на четырех полосах. В 2013 г. с инициативой о создании молодежного журнала выступило уже новое поколение молодых людей. Редакцией установлена строгая периодичность журнала, которая четко соблюдается – один раз в три месяца. Как и многие другие издания, его выпуски обычно приурочиваются к большим праздникам – Рождеству, Пасхе, летом – Дню семьи, любви и верности. Осенний выпуск в 2014 г. посвящен празднованию 700-летия со дня рождения преподобного Сергия Радонежского, в мае 2015 г. вышел номер, посвященный 70-летию Победы в Великой Отечественной войне. Молодые редакторы и авторы находятся в тесном сотрудничестве с епархиальным медиациентром, который предоставляет молодежному журналу дизайнера и корректора. Журнал «Великое

в малом» уже получил гриф «Одобрено Синодальным информационным отделом», в настоящее время ведется работа, связанная с государственной регистрацией журнала.

Женский журнал «Мироносица» рассчитан на обширную читательскую аудиторию и предлагается для распространения не только в православных приходах и образовательных организациях, но также в социальных православных центрах, специализирующихся на работе с женщинами и детьми. Следует отметить, что этот журнал – самый популярный в епархии. Его тираж раскупается гораздо быстрее остальных изданий, несмотря на достаточно высокую стоимость – 95 руб. Журнал «Мироносица» по статусу не является епархиальным: его официальный учредитель – общественная организация «Союз православных женщин». Авторами материалов являются как священники епархии, так и православные женщины: прихожанки храмов, педагоги и воспитатели, домохозяйки. В 2014 г., когда был создан журнал, в свет вышло три номера, объемом для епархиального СМИ довольно большим – 80 полос формата А4 в полноцвете.

Журнал «Церковное пение» создан по инициативе регентов, певчих храмов города, а также преподавателей Новосибирский духовных школ, композиторов, музыкантов Новосибирской филармонии. В 2014 г. издан только один номер журнала. Несмотря на заинтересованность и необходимость данного издания как для церковных регентов, певчих, так и простых прихожан, редакции журнала, не имеющей ни своего помещения, ни оплачиваемых ставок, сложно наладить его выпуск. Медиациентр епархии, так же, как и журналу «Великое в малом», предоставляет «Церковному пению» дизайнера и корректора, однако пока у издания не сформирован план, не определена концепция, и не распределены обязанности между членами редколлегии. Журнал планируется издавать в формате А4, на 32 полосах в полноцвете.

Из перечисленных выше изданий три последних запущены благодаря работе епархиального медиациентра: редакторы, корректор и верстальщик изданий

являются штатными сотрудниками медиацентра, в обязанности которых входит создание и продвижение новых СМИ.

Помимо этого ведется работа над созданием изданий православных общественных объединений: Союза православных врачей, Союза православных архитекторов, Союза православных юристов, спортивный журнал и др.

Прежде чем подробно рассмотреть структуру созданного в ноябре 2013 г. медиацентра Новосибирской епархии, необходимо рассказать о предшествующих ему структурах. В 2001 г. в Новосибирской епархии создан пресс-центр и учреждена должность пресс-секретаря. В задачи пресс-центра входило сотрудничество епархии с различными средствами массовой информации Новосибирска и Новосибирской области. Также на пресс-секретаря была возложена координация церковных СМИ внутри епархии. В разное время эту должность занимали священники или миряне, совмещающие обязанности пресс-секретаря и другие послушания, отнимающие много сил и времени. В связи с этим, несмотря на то, что пресс-центр был создан еще в 2001 г. взаимодействие епархии и СМИ (внутриепархиальных и светских) велось крайне непродуктивно и неоперативно. С целью оптимизации работы решением Епархиального совета в 2010 г. был создан Отдел по взаимоотношениям Церкви и общества. Руководитель вновь образованного Отдела стал одновременно руководителем пресс-центра Новосибирской митрополии.

Следует отметить, что настоящий руководитель пресс-центра Новосибирской митрополии А.В. Красов за годы работы приложил большие усилия для установления контактов со светскими СМИ Новосибирска, Новосибирской области, Сибирского региона и России. За годы его деятельности установлены плодотворные взаимоотношения с ведущими телекомпаниями области и города (ОТС, 49 канал, ВГТРК-Новосибирск, «Домашний», «Новосибирские новости» и др.), радиостанциями («Маяк», Вести-FM, «Городская волна», «Комсомольская правда» и др.), печатными СМИ (газеты «Советская Сибирь», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты. На Оби»,

«Российская газета»). Также налажено сотрудничество с общецерковными печатными СМИ, интернет-ресурсами и телеканалами («Журнал Московской Патриархии», сайты pravoslavie.ru, pravmir.ru, patriarchia.ru, каналами «Спас», «Союз», «Радость моя»).

На протяжении пяти последних лет успешного сотрудничества в указанных СМИ транслировались теле- и радиопрограммы духовно-просветительского содержания, публиковались различные материалы (заметки, интервью, статьи) о жизни, деятельности и событиях, происходивших в Новосибирской епархии. Вместе с епархиальной видеостудией городские и областные телевизионные компании рассказывают о епархиальных событиях.

Епархиальным отделом по взаимоотношениям Церкви и общества и епархиальной пресс-службой осуществляется регулярная подготовка и рассылка в светские средства массовой информации, а также в СМИ митрополии пресс- и пост-релизов о епархиальных мероприятиях. За 2010-2015 гг. было подготовлено и разослано более 450 пресс-релизов и более 220 пост-релизов.

В настоящий момент пресс-релизы епархии рассылаются в правительство области, законодательное собрание области, мэрию Новосибирска, совет депутатов города Новосибирска, главам администраций районов города и области, в местные средства массовой информации, филиалы и представительства федеральных СМИ, общественные организации.

В сотрудничестве с Новосибирским областным телевизионным каналом «ОТС» проводятся прямые трансляции праздничных богослужений, которые могут смотреть в режиме реального времени люди, живущие в городе и районах Новосибирской области. Накануне православных праздников и важных епархиальных и городских событий митрополит Тихон приглашается в студию ВГТРК-Новосибирск для записи интервью или праздничного поздравления.

Также регулярно пресс-службой митрополии организуются пресс-конференции управляющего Новосибирской епархией митрополита Новосибирского и Бердского Тихона для представителей епархиальных и

светских средств массовой информации по итогам различных общецерковных событий, мероприятий митрополии. На пресс-конференциях обычно присутствуют представители основных СМИ и около 20 светских СМИ (телеканалы, информационные Интернет-порталы, печатные издания).

Пресс-службой митрополии во время различных поездок митрополита Тихона по приходам Новосибирской митрополии и встреч с представителями власти обычно организуется интервью с ним (в течение года митрополит Тихон дает около 100 интервью и комментариев представителям светской и церковной прессы). Во время интервью даются ответы на различные вопросы представителей церковных и светских СМИ, касающиеся жизни и деятельности церкви и Новосибирской митрополии, взаимоотношения церкви и общества, духовно-нравственного воспитания и др. В целях развития деятельности епархии по взаимодействию со средствами массовой информации в 2011 г. подготовлен проект «Положения об аккредитации представителей светских средств массовой информации при Новосибирском епархиальном управлении».

Пресс-центр митрополии наладил сотрудничество с профессиональными фотографами Новосибирска – В. Осинцевым, А. Шапраном, В. Дубровским, Т. Кравченко. Эти известные новосибирские фотохудожники активно сотрудничают с Новосибирской митрополией, зачастую на общественных началах. Они подготавливают фоторепортажи о миссионерской деятельности епархии, о значимых событиях епархиальной жизни: освящении храмов, праздничных богослужениях, Новосибирских Рождественских образовательных чтениях, крестных ходах, общеeparхиальных празднованиях памяти новомучеников новосибирских и юбилейных дат, а также о работе поезда памяти «За духовное возрождение России», автопоезда и корабля-церкви «Святой апостол Андрей Первозванный».

Несмотря на видимую отлаженность и организованность работы пресс-центра митрополии, необходимо отметить ряд недостатков и недочетов. Во-первых, руководителем пресс-центра основное внимание уделяется работе со

светскими СМИ, в то время как СМИ Митрополии продолжают оставаться в разрозненном и неорганизованном виде. Во-вторых, сотрудники пресс-центра епархии и редакция епархиальной газеты по причине несогласованности действий публикуют различные, иногда в обоих случаях некорректную информацию.

В 2013 г. в связи с увеличением числа печатной продукции, а также с созданием Интернет-радио «Логос», развитием телевизионных программ «Путь к храму» и «Родное слово» и открытием нового официального сайта епархии с целью координации всех СМИ и организации работы сотрудников создан епархиальный медиациентр. В настоящее время, надо отметить, качество работы журналистов СМИ заметно выросло. На наш взгляд, это связано с тем, что обозначены ясные задачи деятельности, определены обязанности каждого сотрудника, укомплектован штат всех редакций средств массовой информации. Результатом стала уникальная площадка, осуществляющая взаимодействие СМИ как внутренних Новосибирской епархии, так и с Синодальными и светскими информационными ресурсами.

Задачами епархиального медиациентра являются: сбор информации (печатной, фото и видео) о деятельности правящего архиерея и епархиальных структур (епархиальных отделов и центров, православных общественных организаций, монастырей, приходов) для ее размещения в епархиальных СМИ, а также предоставления в светские СМИ и синодальные отделы.

С созданием медиациентра проблема взаимодействия между основными епархиальными средствами массовой информации решена. Кроме того, по распоряжению архиерея в каждом приходе епархии и при всех епархиальных отделах назначены ответственные за информационную работу, которые обязаны предоставлять в медиациентр информацию (текст и фото) о деятельности прихода или отдела, проводимых мероприятиях. Надо отметить, что из 30 приходов епархии 25 активно взаимодействуют с медиациентром. Вместе с тем, не все приходы одинаково активно предоставляют сведения о своей работе. Во-первых, в большинстве храмов мало развита приходская жизнь. Зачастую, кроме занятий в

воскресной школе, никаких внебогослужебных событий не происходит. Во-вторых, существует проблема непрофессионализма ответственных за информационную работу. Многие из них не владеют навыками написания журналистских текстов. Фотографии, получаемые из приходов, тоже не лучшего качества. В связи с этим сотрудники медиацентра ведут работу по обучению ответственных за информационную работу. В епархии существует «Школа начинающих авторов», в которой проходят обучение участники молодежных клубов города и прихожане храмов. Программа школы адаптирована к подготовке ответственных за информационную работу.

Программа школы начинающих авторов знакомит обучающихся с основами церковной журналистики, помогает приобретению навыков журналистского мастерства, способствует развитию умений грамотного и свободного владения устной и письменной речью (сбор материала и подача его в печатные издания в определенном жанре), прививает культуру общения со средствами массовой информации, организует взаимодействие молодых авторов с епархиальными средствами массовой информации различного уровня, проводит курс фотожурналистики.

Со времени создания медиацентра решена также проблема фотоархива. Фотографы, которые на коммерческой или благотворительной основе сотрудничают с прессцентром митрополии, ранее зачастую не знали кому и в какой срок необходимо сдать фотоматериалы. В связи с этим у редакций газет митрополии возникала проблема поиска фотографий. В настоящее время директором медиацентра устанавливаются сроки предоставления фотоматериалов. Важные фоторепортажи поступают в редакцию в день события для оперативного размещения на епархиальном сайте. Фотоархив хранится на нескольких жестких дисках, а также на CD-дисках, наиболее значимые фотографии хранятся и в распечатанном виде. Архивные фотографии оцифрованы.

Еще одна важная проблема в работе прессцентра митрополии – несвоевременная рассылка пресс-релизов. Зачастую пресс-релизы присылаются за час до начала мероприятия, а бывает не присылаются совсем. В связи с этим руководитель пресс-службы по телефону сообщает о грядущем событии. Безусловно, незапланированные мероприятия имеют место быть. Однако в основном план поездок митрополита и мероприятий составляется на месяц вперед, и ведущие СМИ митрополии должны получать на руки подобный список. Эта проблема также решена созданием медиацентра и назначением единого для всех СМИ руководителя. Директор медиацентра в начале недели на планерке у управляющего епархией согласовывает перечень мероприятий и съемок, а затем назначает ответственных журналистов от каждого епархиального СМИ – газеты, телевидения и радио.

Следующая важная проблема, которая существует для всех епархиях Русской Православной Церкви, – журналистские. Работая в епархии, важно быть не только профессионалом, но и человеком воцерковленным, понимающим церковную этику. Во многих епархиях в разных СМИ работают одни и те же люди. Не является исключением и Новосибирская митрополия. Например, редактор газеты «Вестник Новосибирской митрополии» одновременно является сотрудником телевизионной студии, членом редколлегии журналов «Сибирь Православная», «Великое в малом», «Церковное пение», «Мироносица» и т.д.

На наш взгляд подобное совмещение возможно если человек не слишком перегружен и умеет грамотно выполнять все виды журналистской работы. Более того, мы считаем, в тесном взаимодействии сотрудников и оперативным обмене информации заключается специфика работы СМИ епархии. Однако объединение епархиальных СМИ должно иметь свои границы.

Сейчас в Новосибирской митрополии укомплектован штат всех СМИ: телевизионной студии, печатных изданий и радио. Необходимо отметить, что медиацентр курирует не только вновь образованные СМИ, но призван также координировать и поддерживать работу всех СМИ епархии: все издания обязаны

предоставлять оригинал-макет выпуска для согласования с директором медиацентра, приходские издания могут получить помощь корректора и верстальщика медиацентра. Также все епархиальные и приходские издания имеют доступ к фотоархиву, который хранится на жестких дисках, CD-дисках, в печатном виде. Поиск иллюстративного материала – одна из самых острых проблем для церковных СМИ, особенно изданий небольших приходов. В Новосибирской митрополии сейчас ведется работа по созданию системы взаимодействующих между собой изданий, которые должны учитывать читательский интерес.

Следует отметить еще один новый проект епархии. В конце 2013 г. в медиацентре Новосибирской митрополии создан Интернет-портал pravoslavie.fm, основной целью которого является миссионерская проповедь Православия в молодежной среде. В настоящее время это – Интернет-журнал, имеющий современный интернет-ресурс – около 600 обращений в день на сайт, более тысячи подписчиков в социальных сетях. Проблему отсутствия в епархии православных публицистов, способных анализировать церковную жизнь, грамотно рассуждать о вероучении, редакция решила с помощью привлечения известных столичных авторов, таких как Сергей Худиев, Родион Петриков, Мария Сеньчукова, Ксения Кириллова и др.

Особого внимания и интереса заслуживают медиапроекты вновь образованных епархий. С момента разделения Новосибирской епархии и создания на территории Новосибирской области митрополии вместо одной образовалось четыре новых: Искитимская, Карасукская, Каинская и Новосибирская. В последней осталось большинство административных и экономических ресурсов. Остальным трем епархиям пришлось создавать всю епархиальную инфраструктуру заново: формировать канцелярию, отделы, штат сотрудников. Это относится к собственным пресс-службам и официальным периодическим изданиям. С данной задачей, более или менее удачно за год справились все епархии.

В настоящее время четыре епархии создают свои СМИ. И надо признать, многие журналисты изданий начинают свою деятельность, не имея должного профессионального образования и опыта работы в СМИ. Следует отметить, что из рассматриваемых нами епархий Сибири, Новосибирская разделена раньше других, соответственно в новообразованных епархиях раньше началось формирование новых структур.

Как показывает исследование, процесс формирования пресс-служб в недавно созданных епархиях митрополии проходит по-разному. Его интенсивность зависит от географии. Самая приближенная к центру митрополии Искитимская епархия первой запустила епархиальный сайт, организовала выпуск газеты, которая напоминает уменьшенную копию «Вестника Новосибирской Митрополии». По дизайну газета очень проста, зато выходит оперативно.

Несколько позже сайт и периодическое издание запустили в Карасукской епархии. Сайт самой отдаленной Каинской епархии появился хоть и последним из трех епархий, однако раньше периодического издания. Газета стала выпускаться спустя больше года со дня образования епархии. Проанализировав все периодические издания трех новообразованных епархий Новосибирской митрополии, можно сказать, что самой профессиональной и интересной оказалась газета Каинской епархии. Редактор этой газеты – молодой профессионал с журналистским образованием. В других епархиях газеты делают либо священники, либо активные прихожане.

Сайты новообразованных епархий заполнены в основном московскими новостями, и, на наш взгляд, не всегда актуальными. Информации, которую епархиальные сайты должны содержать в первую очередь, крайне мало, большинство фотографий плохого качества и малоинформативны.

Главный сайт Новосибирской епархии www.nskmi.ru – официальный ресурс, который информирует пользователей Интернета о жизни епархии, знакомит с ее историей и святынями. Это тоже большой пласт работы епархиального медицентра. Со дня создания медицентра в штат принят

сотрудник, отвечающий за наполнение и работу сайта. Он собирает информацию приходов и отделов, размещает анонсы, фотографии, формирует страницы общецерковных новостей и новостей межсоборного присутствия.

Телевизионные СМИ в Новосибирской митрополии организованы на базе видеостудии. Телевизионная студия Новосибирской епархии с 2006 г. работает над выпуском информационно-просветительской телепередачи «Путь к храму» в воскресные дни утром на местном канале «ОТС» (31 канал). Эфирное время в воскресенье утром и субботу утром (повтор) с 8.30 до 9.00 предоставляется бесплатно администрацией губернатора Новосибирской области на протяжении всех лет существования программы. Благодаря этому у епархии есть возможность финансировать еще один медиапроект: с 2011 г. видеостудия Новосибирской епархии начала выпуск новой духовно-просветительской программы «Родное слово». Это телепрограмма посвящена вопросам православной культуры, традиционной педагогики и литературе. Программа выходит на телеканале «Домашний» по субботам с 18.00 до 18.30 (повтор в среду с 18.00 до 18.30). В месяц четыре эфирных часа и анонсы на телеканале стоят 375 тыс. руб. Телеканал «Домашний» имеет достаточно широкую аудиторию. Его основную сетку составляют фильмы и сериалы для семейного просмотра, программы для женщин, воспитательные передачи для детей, мультфильмы. Время для православной телепрограммы выбиралось с учетом особенностей темы – между выпуском новостей и художественным фильмом.

В 2014 г. в эфир на телеканале «Домашний» вышло 52 программы, в 2015 году – 35 (с января по сентябрь). Также многие выпуски программ «Путь к храму» и «Родное слово», либо отдельные сюжеты из телепередач, с 2013 г. выходят в эфир на спутниковом телеканале «Союз». Наиболее интересные сюжеты записываются на диски и продаются в церковных лавках приходов епархии. Кроме того, телепрограммы доступны для просмотра на канале епархии в YouTube и на сайте епархии в разделе «видео».

Видеостудия активно участвует в разработке и создании новых программ на телевизионных каналах Новосибирска, она обменивается материалами с ними и помогает в создании новостных сюжетов. За годы существования видеостудии проведена большая работа по созданию документальных фильмов, посвященных знаковым событиям епархии, юбилейным датам.

В епархии оборудована профессиональная видеостудия, что позволяет значительно расширять епархиальные возможности по подготовке телепрограмм и видеоматериалов. Помещение можно использовать и как фотостудию – для этого есть несколько вариантов интерьера и фонов, профессиональное световое оборудование.

На достаточно высоком уровне ведется работа видеостудии Кемеровской епархии: оборудован съемочный павильон и аппаратная для монтажа, создана видеотека. В настоящее время в епархии выпускается две телепрограммы: «Кузбасский ковчег», которая выходит на ресурсе информационно-просветительского отдела Кемеровской епархии (сайт kneparhia.ru/content/blogcategory/40/52/) и «Дорога к храму» – выходит на ресурсе одноименного информационного агентства при ООО ДСК «Стройдорэкспорт» Кемерово (сайт <http://mitropolit.info/struktura>).

Видеоканал на YouTube имеет Томская епархия. В настоящее время на данном сервисе загружен архив телепередач «Пастырское слово», фильм о Томской духовной семинарии «Корабль веры» и фильм «Томск православный», снятый к 400-летию Томска. Пользователи Интернета могут увидеть репортажи с богослужений и праздников, услышать проповеди архиепископа Томского и Асиновского Ростислава, священников епархии (сайт <http://pravoslavie.tomsk.ru/smi/1089/>).

С августа 2013 г. в Новосибирской епархии создано интернет-радио «Логос». Редакция радио разместилась в помещении епархиальной видеостудии. Вещание радио осуществляется на сайте, кроме того созданы страницы в социальных сетях Интернета. Необходимо отметить неожиданный интерес

Интернет-сообщества к передачам, особенно в социальной сети «ВКонтакте». Сайт радио «Логос», по статистике, посещают более двух тысяч уникальных посетителей в месяц. За 2014 г. журналистами радио сделано и выложено на страницы социальных сетей и в эфир на сайт радио более 1500 передач, в 2015 году, по данным на начало сентября, вышло более 1200 передач. Они посвящены самым разным рубрикам и темам. В социальной сети «ВКонтакте» подписчиками страницы радио «Логос» на данный момент являются 1626 чел., в среднем ежедневно заходят на страницу и слушают передачи около 400 чел., география слушателей очень широкая: США, Венгрия, Украина, Беларусь, Великобритания, Германия, Молдова, Казахстан, Норвегия и т.д.

В течение всего времени ведется работа по привлечению помощников в качестве журналистов и ведущих программ на безвозмездной основе. Примером могут служить такая программа, как «Музыкальная шкатулка», которую ведет музыковед Светлана Сакович. Рубрику для детей «Первые шаги в православии» готовит специалист по работе с молодежью центра «Зодиак» Екатерина Шевченко. Активное участие в рубрике «Литературное чтение» принимают ребята из детских театральных студий и православных гимназий. В настоящее время круг помощников продолжает расширяться.

Необходимо отметить, что не только украшением, но в большей мере подтверждением обсуждаемых в эфире событий служат фоторепортажи штатного фотографа радио «Логос». Итогом работы в эфире может стать просветительский журнал или альманах, выпускаемый на дисках. Формат Интернет-радио позволяет создавать архивы передач и подкасты. В настоящее время есть несколько подобных Интернет-проектов, что подтверждает актуальность создания интернет-радио в Новосибирске. Однако, уже имеющиеся православные Интернет-радиоканалы, на наш взгляд, не могут удовлетворить существующие потребности регионального слушателя. Необходимо живое освещение региональных событий и реализация местных просветительских проектов.

Работа по дальнейшему развитию редакции Интернет-радио как полноценного СМИ продолжается, сформирована сетка вещания, проводится анализ Интернет-вещания и новых программ, на сайте ежедневно формируется блок новостей. В 2013 году совместно с московским Интернет-радио «Вера» был выигран конкурс на получение FM-волны в Новосибирске в настоящее время на частоте 94,6 ведется тестирование, вещание в FM диапазоне планируется запустить к концу 2015 года. Эфир будет формироваться совместно с московской православной радиостанцией.

С 2015 г. редакция Интернет-радио «Логос» размещается в новой студии. Оборудованы две звукозаписывающие студии – одна для 4–5 чел., вторая для записи журналистом подвонок и авторских сюжетов. Между студиями располагается аппаратная для звукорежиссера, что позволяет вести запись одновременно в обеих студиях при участии одного звукорежиссера. В этом помещении также расположены два рабочих места для журналиста и редактора радио.

Интернет-радио существует и в Кемеровской епархии, в составе информационно-просветительского отдела. Радио «Новолетие», как и новосибирское радио «Логос», ежедневно выдает в эфир четыре часа нового материала. Радио «Новолетие» вещает на епархиальном сайте. По словам руководителя отдела протоиерея Сергия Веремеева, проект создан с целью разнообразить формы подачи информации, размещенной на сайте епархии и других православных Интернет-ресурсах.

В Томске действует радио «Томский благовест», которое вещает в FM-диапазоне на территории всей Томской области. Главным редактором является священник Антоний Слугин. Вместе с тем, официально радио не входит в информационный отдел, так же как и газета епархии. Радио вещает в Интернет-формате. На радио, помимо журналистов, работают пять редакторов, программист. На радио принимается реклама. На сайте радио также размещаются новости епархии и публицистические статьи, работает форум.

Проведенные исследования позволили выявить, что в каждой структуре СМИ рассмотренных нами епархий в настоящее время сформирован штат сотрудников. Так, например, в Новосибирской епархии в телевизионной студии работают три журналиста, три видео-оператора, два режиссера, видеоинженер, звукорежиссер и гример. На радио, помимо главного редактора, работают пять журналистов, фотограф и два звукорежиссера. В газете «Вестник Новосибирской митрополии» также в штате несколько журналистов, два фотографа, корректор и верстальщик.

Основная функция координации и взаимодействия достаточно большого количества епархиальных изданий лежит на директоре медиацентра. Благодаря его усилиям сотрудники всех СМИ работают как единое целое. Например, один из радиожурналистов епархии – Светлана Боброва – является ведущим рубрики в телепрограмме «Родное слово», журналист телевизионной студии Николай Шемякин пишет для газеты «Вестник Новосибирской митрополии». Сотрудники знают, что у всех СМИ одна информационная политика, в связи с этим никто не стремится «перегнать» друг друга. Наоборот, когда, например, в студию программы «Родное слово» приходит интересный гость, аудиофайл интервью передается на радио, звукорежиссеры монтируют программу, и она выходит в эфире и по радио, и по телевидению. Кроме того, разговор может быть расшифрован и опубликован в епархиальных изданиях и на сайте.

Образец конвергентной редакции мы видим также в Кемеровской епархии. Все 15 сотрудников информационно-просветительского отдела работают и в газете, и на радио, и на телевидении, подчиняясь руководителю отдела священнику Сергию Веремееву.

В Томской епархии, как отмечалось выше, все медиа действуют разрозненно, напрямую подчиняясь только митрополиту, который не может в силу большой занятости контролировать работу СМИ. Руководитель информационного отдела Томской епархии протоиерей Дионисий Землянов уверен, что при объединении всех СМИ епархии в одну общую структуру

информационная работа станет более эффективной. Этот вопрос неоднократно поднимался им при встрече с митрополитом, но пока решение о создании в Томске конвергентной редакции остается открытым.

В Барнаульской епархии мы также наблюдаем черты конвергентной редакции. Так, в одном информационном поле работают сайт епархии и газета, подчиняясь одному руководителю – протоиерею Димитрию Никитину. В структуру информационного отдела также входит видеостудия, но она работает при семинарии, и ее сотрудники действуют автономно.

Интерес и особое внимание к деятельности Русской православной церкви наблюдается и в светских СМИ: по-новому оценивается значение православной культуры и влияние церкви на общественные процессы. Во многих светских изданиях не только эпизодически упоминают о церковных событиях, но также создают отдельные рубрики, разделы, или даже приложения и вкладки, посвященные православной вере и вопросам национальной культуры и традиций.

Актуальным вопросом по-прежнему является организация распространения православной прессы. В ряде регионов невозможно найти официальные религиозные журналы и газеты, такие как Журнал Московской Патриархии, общецерковные журналы «Фома», «Славянка», «Наследник» и др. Есть проблемы и с распространением местных региональных изданий. Их решения зависят от настоятелей церквей и монастырей. Обычно, Новосибирская епархия не исключение, издания распространяются через епархиальный склад, т.е. священники наряду с церковной утварью для церковных лавок покупают для продажи и печатную продукцию, чаще всего тираж уже «поделен» между храмами в зависимости от величины прихода, его расположения и количества прихожан. Вследствие этого газеты и журналы никогда не «залеживаются» на складе, однако дальнейшее распространением епархиальной прессы приходится заниматься храмам. Продавать издания или раздавать их бесплатно – личное дело каждого настоятеля. Следует отметить, что бесплатное распространение – самый

приемлемый способ с миссионерской точки зрения. Однако, не каждый храм может позволить себе понести даже такие незначительные расходы.

Церковные издания печатаются чаще всего благодаря финансовой поддержке епархий. Даже если издание не носит статус епархиального, а издается общественным объединением (как журнал «Мироносица»), он оплачивается из средств епархии. Из епархиального бюджета также идет помощь приходским и частным изданиям. Например «Иоанно-Предтеченский листок» регулярно получает финансовую помощь от епархии. Многие издания печатаются на средства прихожан (зачастую это приходские листки и храмовые газеты), некоторые выходят благодаря финансовой поддержке меценатов-предпринимателей.

В приходах, отделах и подразделениях Новосибирской епархии активно используются новые информационные технологии. Самым распространенным видом оперативной связи после обычной почтовой в Новосибирской митрополии, как и в других епархиях, является электронная почта. Доступ к международной информационной сети Интернета позволяет многим приходам Новосибирской митрополии использовать электронную почту для срочной связи с епархиальным управлением, епархиальными отделами, православными гимназиями, богословским институтом и прочими епархиальными структурами. С помощью электросвязи осуществляется контакт с Управлением делами, канцелярией, отделами и комиссиями Московской патриархии, с другими епархиями Русской православной церкви, с различными предприятиями и организациями.

Подводя итог проведенным исследованиям, можно сделать вывод, что пока не во всех епархиях Западной Сибири оформилась четкая структура и иерархия СМИ, вертикаль управления в церковных медиа и согласованность информационной политики. На наш взгляд, основной причиной данной проблемы является отсутствие активного взаимодействия между сотрудниками СМИ и правящим архиереем, от которого должны исходить задачи информационной

деятельности. Основными принципами при построении в епархии структуры медиacentра должны стать:

- 1) понимание информационного деятельности епархии как проповеди и миссионерства;
- 2) информирование о важных общецерковных и епархиальных событиях, донесение до широкой аудитории официальных сообщений церкви и епархии;
- 3) достоверное и не противоречащее друг другу в разных видах СМИ отражение епархиальной жизни;
- 4) взаимодействие с сотрудниками отделов и храмов, оказание им помощи в создании и наполнении приходских сайтов и печатных изданий;
- 5) сотрудничество со светскими СМИ и пресс-службами;
- 6) регулярный мониторинг и анализ церковных и светских СМИ.

Кроме того, на качество СМИ существенно влияет материально-техническая база, которая также не одинакова во всех епархиях. Вместе с тем, благодаря развитию и доступности Интернета епархии активно используют эту площадку для развития медиапроектов: в Интернете создаются сайты епархий, сайты печатных СМИ, информационные порталы, интернет-радио, видеоканалы на хостинге YouTube. Однако для полного представления о работе епархиальных СМИ, необходимо, на наш взгляд, рассмотреть творческий аспект деятельности и содержание основных епархиальных медиа.

2.2 Проблемы организации творческой работы в современных редакциях православных СМИ

Рассмотрим на конкретных примерах особенности и проблемы некоторых изданий европейской части России, и более подробно СМИ епархий Западной Сибири. В Московской епархии печатается с разной периодичностью порядка 30 православных изданий. Наиболее известна среди них газета «Радонеж». Это издание популярно и за пределами Москвы благодаря качественным и интересным материалам. Приходская газета «Православная Москва» также отличается профессионализмом, грамотными, легко и приятно читаемыми материалами, высоким уровнем духовности.

Следует отметить, на наш взгляд, обительскую печать, а также издания, которые выпускают православные общины. В Московском Свято-Даниловом монастыре издается «Даниловский благовестник» – интересный и качественный журнал высокого уровня, который ставит задачу духовно-нравственного воспитания и религиозного просвещения, а также сохранения православных традиций.

В ряде епархий издается несколько разных газет. Чаще всего такие издания представляют собой многополосную газету, а иногда только листок, содержащий в себе отражение основных событий, происходящих в жизни епархии. Но только одно издание назначается официальным печатным органом епархиального правления. Оно всегда содержит официальную церковную информацию, а также статьи, посвященные церковной истории, православным традициям и т.д., проповеди, творения святых отцов. Самые большие епархии выбирают журнальную форму, которая расширяет возможности и позволяет не только просвещать и информировать, но и выполнять духовно-воспитательную функцию.

К официальным изданиям относятся, например, «Санкт-Петербургские епархиальные ведомости», «Православная газета» (Екатеринбург), «Вестник

Новосибирской митрополии» и др. В них также проявляется упомянутая выше многопрофильность, многоаспектность церковных СМИ. Главная задача данных печатных органов заключается в стремлении заинтересовать представителей массовой аудитории, хотя прежде всего издания рассчитаны на воцерковленных читателей и священнослужителей.

В последнее время появляются издания для семейного воскресного чтения. Подобные журналы были популярны в дореволюционной России, интересны они и современным читателям разных возрастов.

Большое количество современных церковных печатных изданий разного типа объясняется, на нашем мнению, существующим ранее информационным пробелом. Информационный голод привел к появлению многочисленных изданий от простого листка до объемных газет, выпускаемых приходами, епархиями, общинами или даже частными лицами. Православные журналы в силу трудоемкости процесса их создания встречаются гораздо реже.

Как показывают исследования, современная система церковной периодики отличается от дореволюционной системы: изменилась жизнь, сознание людей, выросло не одно поколение атеистов, а самое главное – положение Русской православной церкви сильно отличается от прежнего, государственного. Несмотря на то, что церковь в России не имеет былого государственного статуса, она обладает неоспоримым преимуществом над любыми другими религиозными организациями. Это отражается и на состоянии церковной периодики, поскольку она напрямую зависит от положения церкви в государстве и социуме.

Отдельного внимания заслуживают частные православные издания. Они выходят в свет под духовным покровительством православных религиозных организаций (журнал Союза православных женщин Новосибирска «Мироносица») или по инициативе частных лиц (сборник «Душа – встреча с Господом»). Подобные издания больше приближены к простому читателю, более актуальны для массовой аудитории, поскольку затрагивают самые волнующие вопросы и проблемы. Частные журналы и газеты сильно отличающиеся друг от

друга по направлениям, типу, качеству информации. На наш взгляд, они необходимы в общей структуре в связи с тем, что дополняют и обогащают существующую систему периодики.

Отвечая на запросы аудитории, некоторые частные издания освещают проблемы на злобу дня и, помимо духовных тем включают материалы на социальные и политические темы. Подобное не характерно для церковной периодики, которая традиционно уделяет внимание религиозно-нравственному воспитанию, духовному росту, церковным делам и событиям.

Стараясь соответствовать традициям, современная религиозная периодика старается угодить разным группам читателей. Отсюда многообразие детских изданий, студенческих газет и журналов, специальных изданий для военных, заключенных, методических пособий для служителей церкви и т.д.

В большинстве епархий в официальное издание стараются включить и детскую страничку, и официальную церковную хронику, и миссионерские темы, рассчитанные на невоцерковленного читателя. В Новосибирской епархии принято решение для каждой основной целевой группы издавать свое СМИ.

Универсальной почти для всех целевых групп является официальная газета Новосибирской епархии «Вестник Новосибирской митрополии». Газета содержит епархиальные новости, проповеди архиерея и священнослужителей, хронику жизни приходов и епархиальных отделов. В каждом номере в рубрике «Молодежные страницы» рассказывается о жизни православной молодежи, регулярно печатаются материалы под рубриками «Слово психолога», «Вопрос-ответ», «Православный календарь», «По святым местам» (о паломничестве), «Православное монашество», «Социальное служение», «Церковь и общество», «Религиозное образование», «Литературные страницы» и др. Вследствие этого газета получается интересной не только тем, кто интересуется официальной хроникой, но и желающим узнать о церковно-общественной жизни, найти ответы на важные вопросы, познакомиться с историей церкви и т.д. Не охваченной остается только детская аудитория.

Благодаря тому, что в последние несколько лет «Вестник Новосибирской митрополии» выходит регулярно, в нём появились постоянные авторы, готовые сотрудничать безвозмездно. Это люди, понимающие важность церковной миссии в разных сферах: православный психолог Николай Соколов, молодежный лидер Мария Конкина, сотрудник паломнического центра епархии Марина Коновалова, социальный работник Ольга Левченко и др.

Краеведческую и историческую направленность имеет журнал «Сибирь православная». В первые годы своего существования издание носило скорее просветительский, чем информационный характер: публиковались материалы о церковных праздниках, об истории епархии и храмов городов и областей, входящих в состав епархии. Приоритетным направлением в работе редакции было изучение истории родного края, православных святынь, жизни и служения священников епархии, живших до революции и в советское время. С 2013 г. в журнале стали публиковаться сведения о современной жизни епархии, служении архиерея, рукоположениях священнослужителей. Следует отметить, что сегодня историко-краеведческая тематика и информационный блок были дополнены образовательным, социальным, миссионерским направлениями. До 2013 г. журнале не было постоянных авторов, кроме его сотрудников – протоиерея Виталия Бочкарева и Евгения Шабунина. Их ревностный подход к изданию исключал привлечение других специалистов и волонтеров. В связи с этим журнал издавался не более одного раза в год. В 2013 г. с назначением нового редактора политика, как отмечалось выше, изменилась – помимо профессионального журналиста Никиты Зайкова, назначенного на должность ответственного редактора, в создании журнала стали принимать участие священнослужители и сотрудники других епархиальных СМИ. Выпуск 2013 г. был посвящен визиту в столицу Сибири Патриарха Кирилла. Однако энтузиазма, вызванного значимостью данного события, хватило ненадолго, и новый выпуск, задуманный к началу празднования 700-летия со дня рождения преподобного Сергия Радонежского, запланированный на начало 2014 г., вышел в свет только в октябре

2014 г. практически без редактора – сбор материалов и допечатная подготовка курировались директором епархиального медицентра. В настоящий момент медицентр планирует сделать журнал «Сибирь Православная» полноценным церковно-общественным изданием, в котором наряду с краеведческими и историческими рубриками печатались бы авторские аналитические статьи, интервью, фоторепортажи с архиерейских богослужений. Кроме того к созданию журнала планируется привлекать значимых общественных деятелей в сфере культуры, образования, науки, библиотечного дела. Надо отметить, что главной проблемой в настоящее время, и не только журнала «Сибирь православная», является отсутствие лидера: главного редактора, который смог бы заинтересовать и привлечь в свою команду творческих специалистов.

Журнал православной молодежи «Великое в малом» возник именно благодаря энтузиазму нескольких молодых лидеров. Благодаря активной позиции и четкому плану действий на 2014–2015 гг. удалось выпустить пять запланированных номера и сформировать редакционный «портфель» на последующие выпуски. Журнал «Великое в малом» делается молодежью и для молодежи. В нем публикуются фотографии только новосибирской молодежи и рассказывается исключительно о событиях Новосибирской епархии и мероприятиях, в которых принимали участие новосибирцы: паломнические поездки, волонтерская помощь в других городах, съезды и форумы в Москве и т.д. Основными направлениями работы издания с целевой аудиторией являются: миссионерская, просветительская, информационная. Издание создавалось с целью информирования о деятельности православной молодежи Новосибирской епархии во всех сферах жизни общества: социальная инициатива, миссионерская работа, просветительские акции и т.д. Авторы стараются не только обозначить проблемы современного молодежного общества, но и показать возможности их преодоления при помощи православного мировоззрения и духовно-нравственного воспитания. В журнале можно найти ответы на актуальные для воцерковленной молодежи вопросы; информацию о прошедших и планируемых мероприятиях в сфере

молодежной политики Новосибирской епархии; проповеди православной веры, материалы о христианских взглядах, идеях и убеждениях целевой аудитории. В журнале публикуются следующие рубрики:

- «Слово главного редактора» – вступительное слово к каждому номеру;
- «Информационный блок о деятельности отдела, молодежных клубов и активистов Новосибирской епархии» – акции, мероприятия, встречи и т.д.;
- «Актуальные вопросы» – беседа с молодым священником о духовных проблемах и переживаниях молодежи, ответы на волнующие вопросы;
- «Диалог» – интервью с интересными представителями православной молодежной общественности (ученые, творческие личности, бизнесмены, церковные служащие и т.д.);
- «Рассказ от первого лица» – впечатления молодежи о мероприятиях, встречах, поездках и др.;
- «Точка зрения» – размышления молодежи об основных проблемах современного общества, поиск пути их решения;
- «Семинарские страницы» - рассказы о семинарской жизни, ее буднях и праздниках, учебе и интересах семинаристов.

Еще одним изданием, инициатором которого выступила не епархия, а общественность, является женский журнал «Мироносица». Издание призвано отражать современные задачи и заботы Русской православной церкви по укреплению института семьи, православному просвещению молодёжи, воспитанию детей. Важное место в журнале занимают вопросы преподавания в общеобразовательной школе основ православной культуры. Особое внимание уделяется социально-благотворительному служению женщины. Несмотря на то, что издание финансируется епархией, его можно отнести к разряду независимых православных СМИ, поскольку основной тон журнала задает не епархия, а общественная организация – Союз православных женщин. Концепция каждого номера продумывается активом Союза, авторами статей также являются члены общественной организации или привлеченные специалисты. Издание имеет

следующие рубрики: Проблемы современной семьи, Семья и церковь, Семья и школа, Социально-благотворительное служение, Детская страничка, Священные страницы истории, Библиография, Месяцеслов, Вопрос-ответ, Осторожно: секта.

Проблемам воспитания детей, семейным ценностям и православным традициям посвящен журнал «Православная семья». На его страницах рассказывается о церковных праздниках, жизни православных христиан Новосибирска, воспитании детей в православной вере, обустройстве быта в православных домах. Журнал имеет разделы: опыт воспитания, живая история, наше наследие, интервью, размышления о вечном, узелки на память, литературные странички, православные умельцы, православная кухня, специальная страничка для самых маленьких читателей.

Примером качественного православного дайджеста миссионерской и антисектантской направленности можно назвать газету «Православный миссионер». Издание призвано помочь осуществлению православной миссии, имеющей целью наставить людей на путь, ведущий к спасению через церковь, объединить православных верующих в служении Богу и ближнему. В газете поднимаются проблемы образования, духовного просвещения; публикуются материалы о сектах, пагубно влияющих на физическое, нравственное и духовное здоровье людей; обсуждаются вопросы таких пагубных пороков, как алкоголизм, наркомания и методы борьбы с ними. Большинство статей взято с православных сайтов – Православие и мир, Православие.ру, Радонеж и др., а также светских информационных порталов: РИАНовости, Lifenews.ru, Русская народная линия и др. В газете публикуются также оригинальные авторские материалы о событиях в епархии, деятельности православных реабилитационных центров для нарко- и алкоголезависимых, о работе епархиального комплексного центра социального обслуживания граждан, оставшихся без жилья, и др. Следует отметить слаженную работу небольшого коллектива редакции вместе с руководителем протоиереем Александром Новопашиным – в штате трудятся редактор, корректор и верстальщик. Газета издается собором во имя святого благоверного князя

Александра Невского, и сайт собора является своеобразной Интернет-версией издания. Также на сайте выложены номера газеты в формате pdf.

Еще одно издание, создание которого также было продиктовано запросами целевой группы, журнал «Церковное пение». С инициативой о создании собственного журнала выступили в 2013 г. представители новосибирского отделения Всероссийского общества любителей древнерусского (церковного) пения, однако главой епархии принято решение издавать журнал не только о древнерусском знаменном пении, но и в целом о пении церковном, его истории, традициях, а также современных о певческих коллективах храмов города и православных композиторах.

Особое место в журнале занял раздел о знаменном пении. Ведущие рубрики видят свою задачу в том, чтобы хотя бы отчасти закрыть «белые пятна», прояснить накопившиеся по отношению к этой теме недоумения и поделиться радостью красоты знаменного пения.

В журнале большой раздел посвящен истории богослужебного пения. Кроме того, в издании печатаются следующие рубрики:

- «Профессия регент» – об истории профессии;
- «Первые шаги в церкви и музыке» – о детских церковных коллективах епархии;
- «Музыкальная гостиная журнала» – интервью с музыкантами, певчими, регентами;
- «Трудные места в богослужении» – перевод песнопений, объяснение смысла;
- «Сибирские музыкальные духовные традиции» – о композиторах церковной и духовной музыки (в подготовке материалов привлекаются профессорско-преподавательские составы Новосибирской консерватории, Новосибирского педагогического университета и других учебных заведений);
- «Студенческое перо» – работы студентов духовных школ, консерватории о церковной музыке;

- «Колонка отдела культуры» – анонсы концертов, освещение деятельности отдела культуры. Репортажи с совместных церковных и светских мероприятий, фотоотчеты;

- «Юбилейные даты» – о жизни, творчестве церковных композиторов, регентов;

- «Православная музыка в России и за рубежом» – освещение концертов, фестивалей, конкурсов православной музыки;

- «Нотная тетрадь» (приложение) – ноты, партитуры с комментариями, историческими исследованиями.

Еще одно узкопрофессиональное издание, но тем не менее занявшее свою нишу среди православных СМИ Новосибирска и других регионов Сибири – журнал «Сибирская звонница». На его страницах публикуются: информация о деятельности школы звонарей, фоторепортажи, интервью и статьи, посвященные звонарскому искусству, его истории, проблемам.

Мы полагаем, следует уделить внимание также изданиям недавно образованных епархий Новосибирской митрополии – Искитимской, Карасукской и Каинской. В каждой из трех епархий, образованных в начале 2012 г, создано по одному изданию – официальной газете. К ним относятся «Искитимский епархиальный вестник» (Искитим), «Наша епархия» (Карасук), «Православная Сибирь» (Барабинск). Надо отметить, что содержание данных изданий невысоко, однако за несколько лет им удалось увеличить объем, улучшить полиграфию. Новые издания многое копируют из СМИ Новосибирской епархии – начиная от оформления (например, Искитимская епархия) и заканчивая перепечатками новостей и других материалов. В православной газете Карасукской епархии примерно половина из 28 полос под рубрикой «События епархиальной жизни» сухим канцелярским языком перечисляются все мероприятия и встречи правящего архиерея, состоявшиеся за месяц. Вторую половину газеты занимают перепечатки из «Православной газеты» Екатеринбурга, московского «Церковного вестника», журнала «Русский дом», портала «Православие.ру». В газете

«Искитимский епархиальный вестник» также в основном печатаются информационные материалы о епархиальной жизни с сухими заголовками: «Искитимскую епархию посетили святыни», «Собрание священнослужителей Северного благочиния», «12 апреля прошло епархиальное собрание» и т.д. Таким образом, получается, что рубрика «Новости Искитимской епархии» занимает примерно 12–14 полос из 16-ти. Несколько страниц отведено для интервью и развернутых репортажей, которые, надо отметить, из номера в номер становятся более качественными и интересными. Газету Каинской епархии «Православная Сибирь» выпускает профессиональный журналист, и надо подчеркнуть, что качество новостных и других материалов в этом издании значительно выше. Проблемой, причем не только этого издания, является отсутствие качественных фотографий. Профессионального фотографа нет в составе ни одной редакции малых епархий, и до тех пор, пока не будет решена эта проблема, выход на новый качественный уровень вряд ли возможен.

Для сравнения рассмотрим некоторые издания других епархий Сибири. Главной газетой Барнаульской и Алтайской епархии является «Алтайская миссия». Ее основные рубрики – «Архипастырское служение» о деятельности правящего архиерея, «Вести из благочиний», «Из жизни приходов», «Православное образование», «Православие и медицина», «Божьи люди», «Пастырь добрый», «Слово – молодежи», «С трапезы святых отцов», «Подвижники православия», «Из истории Православия на Алтае», «Малая церковь», «Детская страничка», «Православный календарь» и др. На страницах «Миссии» также регулярно публикуются отчеты и репортажи о важнейших событиях в жизни епархии – ежегодном Епархиальном собрании, праздновании Святой Пасхи и Рождества Христова и т.д. Регулярно освещаются традиционные крестные ходы в с. Коробейниково к чудотворной Казанской иконе Божьей Матери и «По стопам миссионеров Алтайских» (Республика Алтай) и др.

Среди удачных и особо ценных публикаций – очерки постоянного и многолетнего автора В.И. Зайцева, рассказы, сказки и репортажи Людмилы

Чубатых (с. Волчиха), рассказы протоиерея Андрея Ушакова (г. Заринск), очерки Бориса Сохорева о Богословско-катехизаторской школе, интервью протоиерея Георгия Крейдунa и др. Популярной является рубрика «Литературное обозрение» – о новинках православной книжной продукции, поступающей на склад епархии, её ведущая – кандидат философских наук, сотрудник епархиального отдела религиозного образования и катехизации О.О. Никитина.

В газете присутствуют материалы, подготовленные воспитанниками Барнаульской духовной семинарии о жизни семинарии и регентской школы, о поездках по святым местам, об участии в научно-практических и богословских конференциях, о миссионерской и иных видах практик. Публикуются архивные материалы из истории алтайских храмов и Алтайской духовной миссии.

Официальный сайт Барнаульской епархии www.altai.eparhia.ru является ее визитной карточкой, и сотрудники информационного отдела следят за своевременным обновлением информации о жизнедеятельности епархиального управления и приходов епархии. На сайте представлена информация о правящем архиерее, епархиальном управлении, епархиальных отделах, духовных учебных заведениях епархии, благочиниях и приходах, материал регулярно (ежедневно) обновляется. Учитывая возрастающий интерес посетителей портала к церковной жизни региона, информационный отдел наряду с созданием новых рубрик постоянно работает над актуализацией существующих разделов.

По-прежнему наиболее актуальным на сайте Барнаульской епархии является раздел «Новости», в котором представлены материалы как местного, так и общецерковного уровня. Информацию данного раздела активно используют краевые Интернет-агентства и печатные СМИ. Неизменной популярностью пользуется и рубрика «Вопрос-ответ», работу которой координируют опытные священнослужители и преподаватели богословских дисциплин со стажем.

В 2012 г. по благословению епископа Максима (Дмитриева) сайт Барнаульской епархии пополнился новыми рубриками: «Алтай тил» (о языках народов Республики Алтай), «Нужна помощь». Впервые выложены трансляция

Божественной литургии из главного храма Барнаула – Покровского кафедрального собора, а также запись Рождественского концерта, который прошел в Барнаульской духовной семинарии.

С сентября 2012 г. редакция сайта ведет открытую группу «Барнаульская епархия Русской православной церкви» в социальной сети «ВКонтакте» (<http://vk.com/eparh22>), где также выкладываются видеосюжеты о жизни епархии, заголовки новостей, опубликованные на официальном сайте епархии, фоторепортажи.

Основным средством массовой информации Томской епархии является официальный сайт, который создается силами одного человека – руководителя информационного отдела протоиерея Дионисия Землянова. Несмотря на основную занятость – служение в храме, а также многолетнее послушание по созданию сайта, отец Дионисий не утратил энтузиазма и ответственности. Новости размещаются на сайте почти ежедневно. В основном это служение правящего архиерея и хроника епархиальных событий. Каждая новость сопровождается иллюстрацией или фотоальбомом. Помимо новостей, на сайте также регулярно обновляются и другие разделы: «Святые Томской земли», «Томские храмы», «Монастыри», «Томская духовная семинария», «Основы православной культуры», «Томское церковное краеведение» и др.

В штате официальной газеты Томской епархии «Томские епархиальные ведомости» также как и сайт создается одним человеком – редактором. Вместе с тем, иерей Святослав Зулин имеет нескольких добровольных помощников – это воцерковленные студенты факультета журналистики Томского государственного университета, которые приходят на практику в епархию. Однако, никто из практикантов не остается работать в газете по причине слабой материальной заинтересованности. В газете, помимо официальной хроники, публикуются интервью с томскими священниками и мирянами, интересные репортажи с общепархиальных мероприятий, страницы для детей и молодежи, краеведческие материалы.

В Кемеровской епархии также очень развита работа сайта. Благодаря большому штату сотрудников – над наполнением сайта работают три человека – новости обновляются чаще, чем в других рассматриваемых епархиях. Ежедневно на сайте публикуется от трех до шести новостей, посвященных не только деятельности правящего архиерея, но и жизни приходов, епархиальных отделов, воскресных школ, образовательных учреждений и т.д. Стиль написания новостных материалов лаконичный – от трех до 10 предложений, обязательно с фотографией.

Информационным отделом епархии создаются две телевизионные программы. Программа «Кузбасский ковчег» – новостная еженедельная передача, её хронометраж – 20 мин. Помимо новостей и официальной хроники, в программе регулярно выходят опросы жителей города и прихожан храмов, актуальные интервью со священниками. Около полутора лет назад епархиальные корреспонденты начали выпускать еще одну телепрограмму под названием «Одним словом». Ежедневно по утрам с экранов телевизоров к зрителям обращаются священнослужители епархий Кузбасской митрополии, которые рассказывают о духовном смысле церковных и некоторых светских праздников, особенностях бытия угодников Божьих и православном образе жизни.

Несмотря на то, что официальной газетой Кемеровской епархии является приложение «Золотые купола» к областной газете, основным печатным СМИ признана молодежная газета «Глагол», выпускаемая информационным отделом. Редакция стремится сделать газету понятной и доступной молодежной аудитории, однако, по словам главного редактора газеты протоиерея Сергея Веремеева, большим спросом издание не пользуется. Принципиально отказавшись от официальной хроники епархии, редакция печатает интересные факты о праздниках и жизни святых, о необычных и запоминающихся событиях в жизни храмов и прихожан, рассказы о паломничестве. Много материалов посвящено культурным событиям и искусству, повышенное внимание уделяется теме семьи и воспитания.

В последнее время Церковь энергично и активно осваивает один из популярных видов СМИ – радио. Причем происходит это не только в столице, но и в регионах страны. Всем известны радиостанция «Радонеж», радиoprogramмы «Логос», «Верую» и т.д.

С августа 2013 г. в Новосибирской епархии было создано Интернет-радио «Логос». В начале работы редакцией радио проведены встречи со священнослужителями митрополии и получено их согласие на участие в создании радиoprogramм. Также к созданию программ были привлекаются активные прихожане храмов – специалисты в области культуры, психологии, педагоги, врачи и т.д. В настоящий момент наиболее успешными являются следующие программы:

- «Жизнь Новосибирской митрополии» – программа-репортаж, программа-рассказ о работе отделов Новосибирской митрополии и ее подразделений. Участники программы: священники, работники отделов, рядовые горожане, представители общественных организаций, сотрудничающих с церковью;

- «Психологос» – программа, в которой профессиональный православный психолог знакомит слушателей с православным взглядом на общие аспекты современной психологии;

- «Хронограф» – программа священника, в которой он знакомит слушателей с историей православной церкви;

- «Мегаполис» – программа о жизни большого города. Сегодня почти все СМИ рассказывают о жизни Новосибирска, но в большинстве своем это информация носит негативный и тревожный оттенок. В «Мегаполисе» показывается жизнь сибиряков с позитивной точки зрения, рассказывается о созидательной жизни горожан;

- «Соработники» – в этой рубрике слушателей знакомят с новосибирцами и гостями города, чья профессиональная, общественная, любительская деятельность соотносится с целями и задачами Русской

Православной Церкви. Репортажи об организаторах событий и самих событиях, соответствующих духу христианства;

- «История одной картины» – программа, которая знакомит слушателей с творчеством художников, в работах которых отражено христианское мировоззрение и Евангельские истории;

- «Православный календарь» – рубрика посвящена праздникам церкви и жизни святых;

- «По ту сторону музыки» – в программе рассказывается о современной музыкальной культуре;

- «Вопрос-ответ» – на вопросы слушателей отвечают клирики епархии.

Привлеченные дикторы радио на благотворительной основе читают в эфире жития святых, толкование Ветхого и Нового завета, рассказы и стихи русских писателей и поэтов.

Необходимо отметить, что популярными становятся программы с участием митрополита Новосибирского и Бердского Тихона, например «Исихия», где владыка рассказывал о монашестве или «Жизнь Новосибирской митрополии», где он подводил итоги приезда Патриарха Кирилла в Новосибирск.

Также регулярно выходят такие передачи, как: «Беседы о вечном», «Школа православия», «День в истории», «Земля сибирская», «Закон Божий», «Подвижники XX века», «Молитвенное правило», «Уроки российской истории», «Возвращение к истокам», «Голоса русской земли», «Звучащая книга», «Женский клуб», «Медицинский уголок», «Сад и огород», «Религия и наука», «Добрая сказка на ночь», «Детям о Боге», «Музыкальная шкатулка», «Богослужebные песнопения», «Церковные композиторы», «Всякое дыхание да хвалит Господа» и др.

Надо отметить, что в области кино и телевидения у Русской Православной Церкви также имеются определенные достижения. Например, каждый год проводится фестиваль духовного телевидения. Его организаторами выступают Московский Патриархат вместе с православным обществом «Радонеж», а также

представители Института повышения квалификации специалистов радио и телевидения. На экраны страны вышло большое количество занимательных передач и интересных документальных фильмов («Ортодокс», «Православный месяцеслов», известная воскресная передача «Слово пастыря» и т.д.) При поддержке РПЦ и фонда Серафима Саровского в августе 2015 г. вышел в прокат российский мультфильм «Необыкновенное путешествие Серафимы». В Новосибирской епархии также ведется кинопроизводство. Священник и режиссер Александр Новопашин

В Новосибирской епархии производятся две получасовые программы: «Путь к храму» и «Родное слово». К сентябрю 2015 г. выпущено в эфир более 510 передач «Путь к храму». В программе на данный момент 8 рубрик:

- «Спросите у батюшки» – открывает каждый выпуск программы, в ней священник отвечает на вопросы телезрителей, а также поясняет рядовое воскресное евангельское чтение;

- «Православный календарь» – рассказывает о православных праздниках;

- «Из жизни епархии» – отражает важные епархиальные события, праздники, деловое сотрудничество с областной и городской администрациями, с силовыми и социальными структурами города и Новосибирской области;

- «О духовном» – управляющий епархией отвечает на вопросы телезрителей;

- «Православная культура России» – руководитель епархиального отдела по религиозному образованию протоиерей Борис Пивоваров проводит для телезрителей лекции на данную тему;

- «Духовное наследие» – ведёт разговор об истории, традициях, предании Православной Церкви;

- «История Евангелия» – священник поясняет историю создания Священного Писания;

- «Наши святыни» – рассказывается о почитаемых иконах и других святынях Новосибирской епархии.

В съемках программ и сюжетов принимают участие руководители и сотрудники епархиальных отделов, их также приглашают для освещения православных событий и тем на региональные телеканалы. Содействие и помощь в этом оказываются сотрудниками епархиальной видеостудии.

Телепередача «Родное слово» призвана содействовать духовно-нравственному и гражданско-патриотическому воспитанию наших сограждан, желающих лучше знать родную историю, русскую словесность и хранить свою культуру. Передача знакомит зрителя с культурно-историческими событиями и памятными датами отечественной истории в форме рассказов о памятниках русской истории, словесности и культуры. Такой подход помогает представить зрителю культурно-исторический контекст духовно-нравственного воспитания личности.

Программа готовится в сотрудничестве с областным правительством. Для участия в ней приглашаются представители властных структур, депутаты, общественные деятели, ветераны Великой Отечественной войны. Выходят сюжеты с участием представителей духовенства, известных историков, деятелей культуры. Программа включает в себя познавательные и интеллектуальные сюжеты; сюжеты, посвященные решению острых социальных проблем. Кроме того, в настоящее время готовится к запуску сайт программы «Родное слово», который со временем может стать интерактивной площадкой для общения с телезрителями и обмена мнениями. Обратная связь с телезрителями осуществляется по выделенным телефонным линиям.

В настоящее время разрабатывается новая телевизионная программа, посвященная деятельности Новосибирского отделения Всемирного русского народного собора. Активное участие в ней примут члены правления и общественного совета Новосибирского отделения ВРНС.

Активно прорабатывается и осваивается Интернет-пространство. Данное средство массовой информации не требует больших затрат и при этом очень быстро распространяет информацию. На наш взгляд, необходимо более активно

использовать Интернет для миссионерской просветительской деятельности, поскольку количество пользователей всемирной паутиной постоянно растет. Вместе с этим не стоит забывать про радио и традиционные печатные издания: до сих пор в России остаются люди, которые не используют Интернет в качестве основного источника информации либо вообще не имеют к нему доступа.

Кроме того, у церковной деятельности в Интернете имеются и отрицательные стороны: некоторые издания прикрываясь православием несут людям ложные и разрушающие идеи. Среди них такие, как «Дух христианина», «Пасха Третьего Рима» и другие. Свобода в Интернете служит поводом создавать фальшивые сетевые ресурсы и от лица представителей церкви вести дискуссии, подрывающие основы веры и авторитет Русской православной церкви. Активисты сектантского движения выставляют свои мнения как истину в последней инстанции и вводят в заблуждение умы невоцерковленных, но интересующихся христиан. Вследствие деятельности подобных лиц возникают конфликты в церкви, подмена понятий и путаница в головах и душах людей. В связи с этим представители ортодоксальных церковных СМИ должны вести активное просвещение, доносить до людей истинное православное знание и предупреждать об опасности в лице псевдохристиан.

Часто, вместо того чтобы разрешать конфессиональные конфликты, СМИ наоборот вызывают столкновения своими необъективными суждениями. Если с теле-, радио- и печатными СМИ ситуация более менее контролируемая, то Интернет-издания растут очень быстро и не всегда несут людям слово Божие в том виде, в котором оно нам дано. Начинаящему пользователю православного Интернета сразу сложно отличить серьезный сайт от любительского. Впрочем, надо отметить, аудитория религиозных сайтов рунета (русскоязычного сектора мировой сети интернет) невелика.

По нашему мнению, особого внимания заслуживают региональные православные интернет-сайты. В настоящее время сайты епархий – наиболее востребованные православные ресурсы. Ежемесячно глобальная компьютерная

сеть увеличивается на 7–10 %. Наряду с развитием Интернета увеличивается и количество пользователей, растет спрос на сетевые сервисы разного плана. Епархиальные сайты не являются исключением. Надо отметить, что каждая епархия имеет свои сайты, которые день ото дня развиваются и наполняются информацией. Вместе с тем, большинство православных сайтов относятся к так называемым однодневкам, которые закрываются в первые пять месяцев. Намерения авторов таких ресурсов, как и предлагаемая на них информация, заставляет усомниться в своей достоверности. В связи с этим важно, чтобы официальный сайт епархии создавался и редактировался профессионалами.

На сегодняшний день одна из главных задач епархиального медиа-центра – сделать епархиальные СМИ известными и востребованными. В этой связи актуально, в первую очередь, продвижение сайта, поскольку на нем отражена не только вся деятельность епархии, но и всех СМИ. Грамотная оптимизация сайта и последующее продвижение обеспечат позиции во главе списка поисковой выдачи. Однако в дальнейшем прошедшего по ссылке необходимо заинтересовать.

В Новосибирской митрополии в ближайшее время планируется запуск приложений православных епархиальных СМИ на мобильных платформах ios, android. Московские СМИ уже имеют подобный опыт. Практика показывает: с каждым годом становится все больше людей старшего поколения, владеющих компьютером и Интернетом. Пожилыми становятся люди, владеющие современными средствами коммуникации. В связи с этим электронных православных аудитория практически не имеет границ.

В целях продвижения своих проектов епархиальные СМИ используют рекламу. Реклама СМИ, особенно новых, например, Интернет-радио «Логос», размещается в Новосибирске не только на епархиальном сайте, но и в храмах города. СМИ епархии создают свои страницы в социальных сетях. Наиболее популярна страница радио «Логос» в сети «Вконтакте» – она создана еще до запуска сайта радио и показала свою эффективность.

Церковные СМИ – это, прежде всего, СМИ миссионерские. Их миссия заключается в проповеди православной веры. Церковные СМИ, как и светские, прежде всего ориентированы на запросы аудитории, которая у православных медиа очень разная. Прежде всего, это люди воцерковленные, которых интересует богослужebная жизнь, новости приходской жизни, новинки книжной литературы и анонсы предстоящих событий. Вместе с этим есть люди нецерковные, т.е. те, которые делают первые шаги к храму благодаря, например, прочитанному материалу на церковную тему в светской периодике. Часто, обращаясь к православным СМИ, невоцерковленные люди делают это с недоверием, поэтому одна из задач православных СМИ – показать разные стороны жизни и деятельности церкви и епархии, вовлечь читателя или зрителя в обсуждение социально-значимых проблем, помочь ему найти свой храм, духовника и форму досуга (молодежные встречи, сестричества, социальная работа и др.) в церковной среде.

Каждое издание должно индивидуально подходить к вопросу о том, какими методами и средствами оно будет пользоваться для достижения единой цели. Например, часто на страницах православных СМИ, как общецерковных, так и епархиальных, можно увидеть известных широкой аудитории людей (актеры, спортсмены, политики, общественные деятели и др.) рассказывают о своем приходе в религию, воспитании детей, влиянии православия на их жизнь. Популярными являются материалы с включением фрагментов мнений, просьб или отзывов, которые поступают в редакции СМИ по почте. Несмотря на то, что православные СМИ стараются избегать плохих новостей, не делают акцент на криминалитете, пошлости, они рассказывают как с этим бороться.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что творческий потенциал епархиальной прессы зависит как от экономической, так и 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. Не все

СМИ епархий Западной Сибири одинаково творчески развиты. Многие еще находятся в поиске своего формата (газета «Глагол» Кемеровской епархии, видеопрограммы Барнаульской епархии), однако деятельность как отдельного издания СМИ, так и всей медиаструктуры епархии зависит от умения руководителя организовать творческий процесс.

2.3 Специфика деятельности православного журналиста в контексте диалоговых возможностей современной региональной прессы

Основной задачей религиозной журналистики является прежде всего проповедь, и затем удовлетворение информационных запросов верующего человека. Поэтому предметом конфессиональной журналистики является религиозно-нравственное просвещение, а также 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.

Учредители, журналисты и редакторы религиозных журналов и газет зачастую не стремятся к высшей миссионерской цели, а стараются решить насущные проблемы с помощью имеющихся финансовых и технических возможностей. Это приводит к отсутствию индивидуальности изданий, наличию однотипной периодики, наполненной однообразной церковной хроникой и текстами, перепечатанными из Интернета. В связи с этим трудно говорить об эффективности, а тем более катехизаторской пользе подобных проектов.

Церковные журналисты осознают проблему однотипности изданий и их содержания. Например, Сергей Чапнин, редактор Журнала Московской Патриархии, отмечает: «Если посмотреть на почтенные издания, которые существуют лет по 10–15, то боюсь, что один и тот же материал с небольшой редактурой может быть опубликован раз по пять точно. Да, с «технической» точки зрения качество текста растет. Версии житий уже так отшлифованы, что напоминают пресс-релизы транснациональных корпораций о новых товарах и услугах»¹⁷⁴.

¹⁷⁴ «Церковный вестник», 2008. №7 (380). URL: <http://www.tserkov.info/obraz/?ID=4551>.

Более ответственные и профессиональные журналисты создают статьи самостоятельно и делают грамотные пересказы житий святых. Однако идеально подготовленный текст не столь важен для церковной периодики. Главная цель для создателей проектов – донести до читателей, слушателей и зрителей слово Божие, евангельские заповеди; показать, как меняется жизнь, когда в нее приходит истинная вера. В связи с этим религиозному журналисту мало одного умения работы с текстом, необходимо умение размышлять на сложные богословские темы. Однако реальность такова, что у современных представителей православных СМИ зачастую не хватает подобных навыков и знаний. С.В. Чапнин также отмечает, что «если добавить к этому проблему религиозного мифотворчества которым занимаются некоторые квазиправославные СМИ, то окажется, что с задачей формирования православного мировоззрения наши православные СМИ не справляются»¹⁷⁵.

На наш взгляд, деятельность современной религиозной православной журналистики достаточно противоречива по причине дисбаланса категории качество-количество. О.В. Бакина отмечает, что в настоящее время у РПЦ имеется около 800 разнообразных изданий и проектов, тысячи сотрудников трудятся в сфере православной периодики, но при этом главные высокие цели зачастую не реализуются, а псевдорелигиозные, деструктивные проекты продолжают появляться. Качественные проекты, которые все-таки иногда создаются трудами талантливых людей, распространяются, к сожалению, медленнее, чем вредные и деструктивные¹⁷⁶.

Исследователи выделяют многочисленные печатные издания разного формата, телеканалы, теле- и радиопрограммы, ориентированные на различные типы аудитории, специальные и узконаправленные проекты. Все они имеют разный источник. Кроме официальных, встречаются частные церковные издания и программы. Следовательно, многие проекты несут в себе частный интерес,

¹⁷⁵ «Церковный вестник», 2008. №7 (380). URL: <http://www.tserkov.info/obraz/?ID=4551>.

¹⁷⁶ Бакина О. В. Современная православная журналистика : опыт региональный СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2001. 29 с.

личную выгоду конкретных людей и могут отражать не насущные проблемы Церкви, не истинно важные вопросы, а лишь индивидуальные интерпретации главных редакторов или владельцев определенных СМИ. Частная церковная журналистика, как отмечает М.И. Пискунова, сама по себе не несет вреда обществу. Но сам факт существования неверных интерпретаций и мнений, подрывающих церковные установки, а также наличие непрофессионального отношения к работе у некоторых религиозных журналистов наводит на мысль о том, что для развития и процветания церковных СМИ необходимы механизмы регулирования¹⁷⁷.

Издания антицерковные, преследующие корыстные цели, легко отличить от СМИ, которые стремятся к распространению истинных религиозных ценностей. Первые отличаются своим агрессивным настроем, способностью очернить и втоптать в грязь представителей любой оппозиции. Порой травля может основываться только на личной неприязни сотрудников или организаторов проекта. Главная опасность заключается в том, что любого попавшего в немилость подобные издания могут объявить врагами Церкви и предателями веры, не имея на это никаких разумных аргументов, оснований и полномочий. Следует отметить, что сотрудники подобных изданий проявляют жестокость по отношению к окружающим, а значит, транслируют читателям антигуманные, лжецерковные ценности.

Открытый диалог между богословами, представителями церковной власти, миссионерами и простыми прихожанами должен в итоге привести к созданию единой программы публикаций. Катехизация с помощью СМИ нуждается в строго определенной, утвержденной, прописанной системе, контроле и большей реакции, интересе и энтузиазме со стороны опытных практикующих миссионеров

Вместе с тем, некоторые издания лишь перепечатывают опубликованные статьи, и в таких условиях нет места творческому развитию и профессиональному

¹⁷⁷ Пискунова М. И. Православие в журналистике и православная журналистика (кон. 80-х - нач. 90-х гг. XX в.): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1993.

росту кадров. Мы считаем, что необходимо разработать систему качественной подготовки квалифицированных кадров для православной журналистики, организовать специальные курсы и др. При обучении православной журналистики целесообразно использовать богатый опыт светских СМИ.

Кроме того, необходимо позаботиться о должной подготовке священников. В их обучение в духовной семинарии и богословском институте мы предлагаем включать прохождение практики в религиозных или светских СМИ, поскольку проповедовать будущим священнослужителям придется не только в храме, но и с экранов телевизоров или на просторах Интернета. В связи с этим в Новосибирском Свято-Макарьевском православной богословском институте ведется факультативный курс по основам журналистики, на котором будущим священнослужителям и церковным работникам даются практические рекомендации по написанию текстов разных жанров, ведется обучение основам фотографирования и видеосъемки. Основное внимание уделяется работе над созданием сайта прихода или епархиального отдела: размещение текстовой информации, фотоальбомов, видеоархива.

Больше внимания следует уделять также профессиональной этике религиозных журналистов. Работа с информацией требует честности и ответственности, однако, как показывает практика, многие материалы перепечатываются под другим именем без уведомления авторов, информация плохо проверяется и порой не соответствует действительности.

В дискуссиях журналисты позволяют себе некорректные и недопустимые высказывания, неподкрепленные ничем обвинения. Подобное поведение не соответствует духу христианской любви и нарушает элементарные правила поведения в цивилизованном обществе.

Еще одной чертой религиозных СМИ различных конфессий является склонность называть проблемы без их решений и обозначений путей выхода. Религиозная проблематика представляется порой как сумма неразрешимых трудностей, а позитивные примеры встречаются достаточно редко. В основном

религиозная периодика больше информирует, чем освещает пути решения проблем.

На наш взгляд, проблемой является воцерковленность журналистов и работников православных СМИ. Вся деятельность конфессиональных журналистов базируется на их православном мировоззрении. Только при наличии определённых знаний духовно-нравственного характера можно заниматься освещением церковных проблем и вопросов, обращаться к религиозной тематике со всей её сложностью. На представителей религиозной журналистики возлагается большая ответственность, поскольку через слово они могут оказывать влияние на сознание читателей. Церковь считает православную журналистику проводником, передающим богословские знания, христианские наставления заинтересованной аудитории.

Вопрос о том, может ли православный журналист высказывать свое мнение на страницах церковной периодики, поднимает в своих трудах Н.А. Костикова. Материалы, посвященные религии, сложны для понимания, поскольку они касаются вопросов души и веры, вопросов взаимоотношения Божественного и человеческого в мире. И если светские журналисты в своих статьях могут свободно приводить несколько противоречивых точек зрения, в религиозных материалах превалирует единственная позиция – соборное суждение церкви. В качестве примеров, аргументов и доказательств обычно используются мнения и высказывания святых, ученых-богословов или представителей церковной иерархии. Православный журналист может высказать в материалах личное мнение, однако на деле свобода в суждениях на христианскую тематику теоретически не приветствуется. Освещение таких вопросов требует опоры на богословские, церковные знания и суждения. Именно по этой причине во главу угла ставится традиционная, ортодоксальная точка зрения, и только в некоторых случаях журналист может высказать собственное мнение.

В связи с этим следует различать статьи светских журналистов о православии и церковной жизни и публикации, подготовленные представителями

православной журналистики. Последние должны быть верующими людьми и вести духовную жизнь. Им следует обладать необходимым уровнем воцерковленности. В первую очередь материалы православной журналистики отражают взгляды верующего человека, участвующего в жизни церкви. От этого зависит качество и степень полезности написанных статей.

Мы полагаем, что публикации представителей светской журналистики, посвященные вере и религии, имеют право на существование. Однако они являются лишь заметками стороннего наблюдателя, а значит, в меньшей мере отражают ситуации и события религиозного процесса. Религиозная православная журналистика в отличие от светской журналистики о православии описывает и анализирует проблемы разных областей жизни: политики и экономики, социологии и философии с позиций православного мировосприятия. Следовательно, религиозные журналисты помогают формировать правильные взгляды на духовную жизнь, приобщают людей к церкви.

Еще одной отличительной особенностью религиозных публикаций является особый стиль их написания. Пафос материалов, связанных с вопросами веры и души, отличается особой чувственностью, поскольку говорить о Боге без воодушевления верующий журналист не может. Зачастую именно грамотно подобранный, искренний тон помогает поиску необходимых слов, способных повлиять на мировоззрение читателей.

Вместе с тем, следует отметить, что далеко не все представители современной православной журналистики стремятся к яркой выразительности, искренности и душевности материалов. Особенно это относится к периодическим изданиям епархий и приходов. Зачастую пресса такого формата не стремится быть проводником церковной мысли и только информирует о каких-либо событиях. Вместо интересных материалов и неравнодушных суждений некоторые епархиальные или приходские газеты заполняются сухими фактами, перемешанными статьями поучительного характера. Разумеется, подобные

издания не являются нормой, существует большое количество качественной и по-настоящему душевной периодики.

Отличительной чертой профессиональной журналистики можно считать также точное жанрово-тематическое соответствие. В большинстве случаев именно от типа периодического издания зависит его тематическое и жанровое наполнение. Тем не менее, в областных изданиях преимущественно печатаются статьи, посвященные общецерковным темам. В связи с этим жанровый набор не отличается большим разнообразием и ограничивается статьями и интервью. Темы местного значения раскрываются или в новостных подборках, или в виде развернутого комментария. С этим связано появление у читателей ощущения пассивности и косности церковной жизни, что на самом деле не соответствует действительности. Часто в журналах печатаются статьи постановочные и проблемные, содержащие большое количество актуальных вопросов, но, к сожалению, не имеющие ответов.

Вследствие отсутствия качественно разработанных критических статей православная пресса выглядит в глазах аудитории недостаточно привлекательной и интересной. Хотя на самом деле актуальных и значимых тем в церковной сфере много, нужно только уметь замечать и преподносить аудитории самое интересное и важное, искать нужные формы подачи материала. Освещение важных и актуальных тем – один из главных способов поддержания интереса у читателей и привлечения новой аудитории.

Важной особенностью религиозной журналистики является специфика информации. Православным журналистам приходится работать с информацией, обладающей определенными отличительными чертами. Например, вопросы, затрагивающие различные духовные и социальные моменты, следует объяснять с точки зрения религии, что подразумевает знание языка конфессии. В православных богослужениях используется церковно-славянский язык, он также применяется в литературе и журналистике. Религиозный язык часто не совсем понятен светской массовой аудитории, и на журналиста возлагается

ответственная миссия переводчика. Он должен адаптировать высказывания богословов и священнослужителей, богатые на специфические речевые обороты и термины к современной речи. Очень важно при таком «переводе» сохранить глубину мысли и особый дух суждений, передать красоту языка церкви.

В связи с этим на религиозного журналиста возлагается большая ответственность, он должен уметь не только передать, но и объяснить мысли представителей церкви. И если в светской новостной журналистике достаточно скомпилировать определенные факты, то в материалах на религиозную тематику важно донести до читателей суть события. Для выполнения миссии переводчика журналисту необходимо самому изучить и понять заявленную проблему, разобраться в языковых и стилевых особенностях.

Важной задачей журналистов является пояснение, адаптация специальных выражений и высказываний церковнослужителей. Для ее решения им необходимо активно контактировать с представителями церкви, понимать смысл специфики терминов, сложных оборотов речи и т.д. В свою очередь, ответная реакция должна быть и от церковнослужителей. Исторически сложилось так, что представители церкви с недоверием относятся к прессе, существует некоторая обособленность, закрытость по отношению к журналистам. Вместе с тем, если разрешение на беседу с журналистом получено, священнослужители предоставляют необходимую информацию, разъясняют сложную терминологию.

Пояснения и адаптация некоторых специальных терминов необходимы, тем более что зачастую избыток специфических выражений, на наш взгляд, не оправдан. Для спокойного, душевного чтения нужна ясность, вопросы веры должны быть изложены достаточно ёмко, понятно. Только при такой подаче представитель массовой аудитории сможет воспринять и проанализировать полученную информацию, насладиться вдумчивым и полезным для души чтением. Простое, понятное, живое слово понимается как непосредственно обращенное к реципиенту, как слово, сказанное в личной беседе.

Вопросы религии всегда очень эмоциональны, однако журналисту необходимо отходить от чрезмерной горячности и чувствительности. Таким же недопустимым считается использование популярных в светских СМИ сенсационных методов. Конфессиональный журналист не должен сгущать краски ради яркости материала. Для того, чтобы заинтересовать читателей, очень важно чётко определить связь с повседневной жизнью, а главное с человеком. Личный опыт, искренние эмоции помогают воспринимать информацию и развивать религиозное мышление. Например, собирая и подготавливая материал для статьи на тему религии, журналист должен связать рассматриваемую проблему с интересами читателя, показать, какое влияние данная проблема оказывает на человека, его мысли, жизнь. Данный метод убережет материал от сухости и добавит ему искренности и актуальности.

Еще одним свойством религиозной прессы является её 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 требуются способность к анализу и грамотной рефлексии, внимательность к развитию событий в реальном времени, наблюдательность, умение предвидеть вопросы, которые могут возникнуть впоследствии. В качестве помощников выступают более опытные в данных вопросах священнослужители. При обсуждении тем, которые могут иметь социальные последствия и влиять на ум и душу человека, следует прибегать к использованию такие жанры, как интервью или дискуссии, чтобы живое слово исходило непосредственно от священнослужителей, людей с большим духовным опытом

Важным для сотрудников православных СМИ является процесс взаимодействия с аудиторией. В жизни церкви задействовано огромное количество людей, групп и организаций, и журналисту нужно уметь согласовать точки зрения и мнения разных сторон. Для этого необходимо разобраться в духовной важности, пользе и убедительности аргументов различных сторон. Для выявления компетентности и правильности мнений журналисты должны

обращаться не только к собственному багажу знаний, но и опытных духовников. При этом даже если мнения расходятся, определяющей всегда должна быть точка зрения соборной церкви. Во избежание соблазнов и сомнений среди массовой аудитории журналисту недопустимо ставить собственное мнение выше канона.

Развитие медиаструктур епархий позволяет охватывать всё большие группы аудитории и освещать многие значимые вопросы. В данном исследовании представляется уместным привести небольшие фрагменты резонансных материалов, вызвавших как положительные, так и спорные отзывы. Мы считаем, непоказательно анализировать официальную хронику, служение правящего архиерея, хотя они имеют духовно-просветительский характер (зачастую в официальной хронике приводятся слова и проповеди архиерея или священников), социальную и миссионерскую направленность. Безусловно, такие материалы тоже вызывают отклик у аудитории. Однако, на наш взгляд, более близким для людей, а значит и более важным является спектр социальных проблем: жизнь на селе, реабилитация наркозависимых, работа с людьми без определенного места жительства и т.д.

Одно из главных направлений церкви – забота о сельских жителях и строительство храмов в селах. Эта проблема часто затрагивается на страницах епархиальной прессы и имеет большой отклик у читателей. Серия материалов на эту тему в 2012–2013 гг. вызвала не только общественный резонанс, но и повлияла на позицию областной и городской власти по этому вопросу. Так, в августе 2013 г. в присутствии Патриарха Московского и всея Руси Кирилла было подписано соглашение о сотрудничестве между Новосибирской епархией РПЦ и правительством Новосибирской области, в котором утверждено решение о строительстве на территории Новосибирской области 120 новых храмов – «Программа-120». Приведем фрагмент материала на эту тему, написанный в феврале 2013 года.

Митрополит Тихон: «Село требует внимания и заботы»

«Почти каждый день на имя управляющего Новосибирской епархией поступают письма от жителей сел со всей Новосибирской области. Просьба у селян одна – благословить открыть храм. В большинстве случаев у просящих нет средств на строительство церкви. Но сбор подписей и обращение к митрополиту за благословением и советом – первый шаг к открытию прихода.

Прошения об открытии храмов поступают в епархию не первый год. Но если в 1990-е гг., по словам митрополита Тихона, письма приходили раз в квартал, то в настоящее время поступает до пяти просьб в день. 20 лет назад к владыке Тихону обращались в основном жители районных центров. И на сегодняшний день храм есть в каждом райцентре, однако письма продолжают поступать, только идут они из отдаленных сел и деревень. «Эти письма нельзя читать без содрогания, – рассказывает митрополит Тихон. – Недавно пришло письмо: “Владыка, у нас нет денег, чтобы построить храм или часовню, помогите хотя бы поставить поклонный крест. Мы погибаем”».

«Там, где открывается храм, деградация населения останавливается, люди не уезжают и начинают работать, село постепенно расцветает», – считает митрополит Тихон. И его слова находят подтверждение на деле. Так, село Новошилово, где пять лет назад было открыто епархиальное подсобное хозяйство, возрождается «на глазах». Все началось с открытия храма в честь иконы Божией Матери «Спорительница хлебов», люди получили работу в подсобном хозяйстве, в прошлом году в Новошилово поселились 20 семей, да и коренные жители стали ухаживать за своими домами, ремонтируют изгороди и заборы. В 2012 г. открыты школа детского творчества и досуговый центр для молодежи. «Видно, что село требует внимания и заботы, особенно со стороны досуга, – говорит митрополит Тихон. – Сейчас главное в жизни людей – телевизор, магазин, а больше заняться нечем, работы нет. Поэтому возрождение села является нашей совместной задачей, не только государства. У кого есть

возможность, все должны приложить свои силы для того, чтобы село возрождалось». («Вестник Новосибирской митрополии», № 2 (108)).

Сейчас, когда образована Новосибирская митрополия и созданы новые епархии, Владыка Тихон направляет письма тому епископу, в епархии которого находится село или деревня. Чем ближе архиерей к народу, к его проблемам, тем быстрее они решаются.

Радует и то, что в последнее время многие молодые бизнесмены, которые выросли в селах, помогают возрождению своей малой Родины, многие из них спонсируют строительство храмов. Так, 27 января 2013 г., освящен храм во имя пророка Божия Илии в Каргате: один из местных бизнесменов – Владимир Конозаков, проживающий в Москве, построил храм, дом священника, воскресную школу, вложив в это 500 млн руб.

Для поддержания селян в Новосибирской епархии действует несколько благотворительных акций. Самые масштабные из них – поезд «За духовное возрождение России» и корабль-церковь «Святой апостол Андрей Первозванный». Проведение этих акций широко освещается как светскими, так и церковными СМИ.

Дорогою добра

«Благодаря объединению усилий Новосибирской митрополии, правительства Новосибирской области и Западно-Сибирской железной дороги состоялась очередная ежегодная духовно-просветительская и социально-благотворительная акция – путешествие по Новосибирской области – Поезд «За духовное возрождение России».

В день миссионеры посещали по две, а иногда и три деревни. Главным зданием в каждом селе является дом культуры, и именно в таких однотипных и неотопливаемых помещениях одновременно проходили концерты и совершались церковные таинства. Крещение и исповедь, молебны и панихиды проходили под аккомпанемент концерта, на фоне картин и панно советской эпохи.

Удивительно, насколько по-разному, и в то же время одинаково тепло встречают жители сел гостей из Новосибирска. Сначала кажется странным, что, проезжая по улицам села, почти не видишь прохожих. Порою думалось, что, наверное, и не ждет никто: может, не знают о приезде миссионеров, а может и не нужно это людям. Но стоит автобусу остановиться возле ДК, как народ начинает стекаться отовсюду. В основном идут на Крещение: священник (один на все деревни района) приезжает редко, в райцентр ехать дорого. Уже крещеные люди приходят за святой водой, кто-то идет на исповедь, многие покупают иконы, свечи, крестики, церковные календари, духовную литературу – то, чего пока не продают в деревенских магазинах, но без чего православному человеку бывает очень трудно. Детей из школы приводят на концерт – для деревни выступления лучших коллективов Новосибирской филармонии большая редкость. Зрительные залы сельских домов культуры на концертах приезжих артистов почти всегда заполнены, часто люди стоят в проходах или сидят на ступеньках». («Вестник Новосибирской митрополии», №14 (120)).

По завершении подобных акций в редакции епархиальных СМИ поступает много писем. В основном, в них выражается благодарность миссионерам и организаторам за проведение мероприятий в том или ином районе. Но не меньше писем с просьбами о проведении мероприятий в районах, которые не были охвачены миссионерскими благотворительными акциями. Зачастую на основании этих писем и обращений формируется маршрут следующих поездок.

Тема социального служения ближним также регулярно появляется в епархиальных СМИ. Благодаря этим публикациям многие нашли свое место в деле помощи нуждающимся.

Социальные проекты Церкви востребованы и заметны

Фрагмент интервью с руководителем Епархиального комплексного центра социального обслуживания граждан, оставшихся без жилья, Вениамином Деменко.

«— Для любого города важна специализированная социальная служба,

которая бы позволяла изымать человека из экстремальных жизненных обстоятельств до обретения им правового социального положения, позволяющего осуществлять комплекс социальных мероприятий. В городе Новосибирске такая служба создана на базе епархиального комплексного центра, поэтому наша работа обрела долгосрочный и целевой характер. Действительно, граждане, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации, не прошедшие необходимого документирования или находящиеся в стадии оформления документов, являются людьми крайне незащищенными, т.к. отсутствие документов, удостоверяющих личность, не позволяет гражданину получать гарантированную законодательством РФ помощь, а государственным социальным службам эту помощь оказывать. <...>

– Все социальные проекты требуют больших средств. В основном материальное обеспечение оказывает епархия, но часть денег удается получать с помощью грантов, субсидий. <...> Сегодня мы осваиваем новые формы привлечения финансовых ресурсов в церковную социальную сферу. Привлекаем государственные средства, ведь люди, которым мы помогаем, – граждане нашей страны, они находятся под защитой государства. Вовремя поставить акцент, напомнить чиновникам о существовании проблемы в социальной сфере – это задача всеобщая. Думаю, церковные социальные службы верно работают в этом направлении. <...>

Нужно учиться работать, помогая друг другу, усиливать симбиоз в данной деятельности. Очень важно, что у церкви и государства непременно должно быть взаимопонимание в деле помощи людям, особенно нуждающимся людям. Последние грантовые поступления мы направили на текущую деятельность епархиального комплексного центра и на восстановление антикризисного центра для бездомных женщин». («Вестник Новосибирской митрополии, № 1 (121)).

Материалы о социальной деятельности епархии публикуются в постоянной рубрике официальной газеты. Данные публикации позволяют обращать внимание общественности на проблемы помощи социально незащищенным категориям населения. Благодаря епархиальным СМИ, которые сообщают о необходимости

оказать содействие, социальные проекты получают спонсорскую поддержку, а также обращают на себя внимание властных структур.

Одна из наиболее обсуждаемых тем в настоящее время – *современная культура*. В 2014 г. и в начале 2015 г. Новосибирск стал центром крупных скандалов, связанных с неприятием православной общественностью некоторых явлений в культурной сфере. Протестные выступления начались с отмены концертов иностранных рок-групп, затем концерта Мерлина Мэнсона, а в 2015 г. скандал разгорелся из-за постановки оперы «Тангейзер» в Новосибирском государственном академическом театре оперы и балета. Эта тема сегодня не сходит и со страниц общероссийских медиа, ситуацией заинтересовались иностранные СМИ. В настоящее время конфликт далек от завершения и уже не сводится к запрету того или иного проекта.

Следует отметить, что освещение этой темы наиболее наглядно показало эффективность работы епархиального медиацентра. Единая информационная политика в период пика конфликта (в течение марта 2015 г.) позволила своевременно и разносторонне по разным каналам СМИ. Планерки проводились под председательством митрополита Тихона с руководителями редакций СМИ медиа-центра. За это время в эфир радио «Логос» и телевизионных программ «Путь к храму» и «Родное слово» вышло несколько репортажей и сюжетов, раскрывающих позицию Русской православной церкви в отношении сложившейся ситуации вокруг постановки оперы «Тангейзер» и культурной политики театра и региона. Помимо публикаций в очередных выпусках печатных СМИ, был издан спецвыпуск газеты «Вестник Новосибирской митрополии». Официальная позиция Новосибирской епархии своевременно публиковалась на сайте. Реакция на заявления епархии оперативно появлялась на таких популярных порталах, как сибкрай.ру, тайга.инфо, а также на сайтах других СМИ Новосибирска. В ходе этой информационной кампании были также проанализированы предшествующие скандалу с Оперным театром события, связанные с приездом сатанинских рок-

групп. В связи с этим мы приведем материалы, отражающие положение культурной жизни города и позицию православных граждан.

Здесь мы представляем ряд материалов на данные темы, особенно остро обсуждаемые как летом 2014 г., так и сегодня.

Общественность Новосибирска против насаждения чуждой России культуры

«Приезд в Новосибирск польской оккультной метал-группы Behemoth (чудище), проповедующей сатанизм, стал в городе резонансным. Возникла масса вопросов не относительно нарушения Закона РФ о свободе совести польскими музыкантами, а относительно поведения православных активистов, заблокировавших вход в рок-клуб и не допустивших выступления богохульников.

Митрополит Новосибирский и Бердский Тихон разъясняет позицию православных христиан. Дело не в том, что к нам приехала рок-группа, а в насаждении ими чуждой для нашего общества субкультуры. Все привыкли, что во времена советской власти в храмы ходили в основном пожилые люди, которые вышли на пенсию и не беспокоились о том, что у них могут быть неприятности на работе. В настоящее время со стороны государства такого идеологического прессинга уже не существует, хотя еще присутствуют доставшиеся в наследство от прежней власти атеистические стереотипы и неприязненное отношение к православным христианам. Но это не мешает молодежи – наиболее активной части населения – идти в церковь.

Молодые люди быстро подмечают все процессы в обществе. Они видят положительные изменения во взаимоотношениях церкви и государства. Но также обращают внимание и на то, что их стараются перековать в других людей. В том числе и с помощью вот таких агрессивных музыкальных групп, проповедующих деструктивную идеологию. <...>

Сегодня Президент страны говорит о духовных скрепах. Духовные скрепы – это взаимопонимание внутри общества, которое возможно через образование и воспитание. Через укрепление устоев. Нужно работать с людьми. Нам всем нужно

потрудиться, чтобы не было разделения, чтобы общество было объединено духовными скрепами нашей тысячелетней истории». («Вестник Новосибирской митрополии» № 7 (127)).

В поддержку епархии и в знак выражения личной позиции выступили многие общественные и политические деятели, представители культуры и образования. На наш взгляд, наиболее интересной является статья доктора культурологии, профессора Андрей Михайлович Лесовиченко

**Кошунство как результат творческого бессилия. О постановке
«Тангейзера» в Новосибирской опере.**

<...> Главную проблему спектакля представляет ее режиссура, осуществленная Тимофеем Кулябиным по собственной сюжетной версии (при сохранении вагнеровского текста либретто).

Сейчас модно видоизменять сюжеты классических опер. Редко можно видеть сценическое решение таким, как его задумали создатели – композитор и либреттист. Видимо, скоро особым удовольствием для слушателей будет отсутствие мучений от необходимости всё время соотносить происходящее на сцене с тем, что должно быть там в оригинале. В некоторых нечастых случаях режиссерам удается и при изменении сюжета быть убедительными, иногда даже сделать интересные смысловые акценты, не заложенные авторами опер, но вытекающие из их содержания.

<...> Глубокая и очень актуальная тема. Ничего не надо придумывать. Надо просто вникнуть и попытаться понять Вагнера, дорасти до него. Не зря же композитор работал над оперой около 20 лет, возвращаясь к уже завершеному произведению. Наверное, ему самому не всё было сразу ясно в этой сложной проблеме. <...>

Скандал не заставил себя ждать. Православные жители Новосибирска возмутились этим кошунством. Возмутились справедливо. Хотел ли Кулябин именно такого скандала? Вероятно. <...>

Что ж, печально. Печально вдвойне от того, что прекрасное произведение, хорошо исполненное музыкантами, оказалось подпорченным бездарной, творчески бессильной, но амбициозной и неумной режиссерской фантазией, оскорбляющей святыне чувства верующих людей». ¹⁷⁸ («Вестник Новосибирской митрополии», №3(136)).

Свое мнение по поводу «культурных скандалов» высказал также ректор Новосибирской государственной консерватории, доктор искусствоведения Константин Михайлович Курленя.

Споры о культурной ситуации в регионе не утихают до сих пор, но активная гражданская позиция православных жителей города, и, в том числе, информационной политике епархии достигнуты результаты: опера в постановке Т. Кулябина снята с репертуара, директор театра Б. Мездрич уволен.

Завершить обзор наиболее значимых материалов хотелось бы фрагментом интервью о деятельности церкви в спортивной сфере. Это относительно образовательных и социальных проектов достаточно новое направление деятельности всей церкви, и Новосибирской епархии в частности. В связи с этим в газете «Вестник Новосибирской митрополии» была создана рубрика «Православие и спорт», а в 2014 г. вышел первый номер спортивного журнала «Победоносец».

Миссия в спорте: возвещать Воскресшего Христа

«Сегодня уже никого не удивишь присутствием на спортивных мероприятиях православных священнослужителей самого разного уровня. Они благословляют проведение соревнований, обращаются к спортсменам с пастырским словом, а нередко и сами принимают участие в спортивных состязаниях. Наиболее яркие примеры тому в Новосибирске – член координационного совета по спорту мэрии Новосибирска, серебряный призер Кубка мира, четырехкратный чемпион Новосибирской области по жиму штанги лежа митрофорный протоиерей Александр Новопашин и бессменный капитан

¹⁷⁸ URL: http://ma123.ru/load/citiseh_2_2015g/09_00_00_filosofskie_nauki/lisovichenko_a_m_koshhunstvo_kak_rezultat_tvorcheskogo_bessilija/12-1-0-63

футбольной команды Епархиального реабилитационного центра наркозависимых клирик Александро-Невского собора иерей Андрей Тупиченко. Этот список можно продолжать. Немало и в других епархиях священников, которые в прошлом занимались спортом, имеют спортивные разряды, награды, и до сего времени не оставляют спорт, регулярно посещая спортивные залы, поддерживая хорошую физическую форму. При этом они еще и духовно окормляют некоторые спортивные клубы, проводят со спортсменами духовные беседы.

Однако Новосибирская епархия, наверное, единственная, которая в миссионерских целях сама участвует в организации и проведении крупных спортивных соревнований. Примером тому служит православный турнир на кубок имени святого благоверного князя Александра Невского, который, в настоящее время, проводится более чем по восьми спортивным дисциплинам: – пауэрлифтингу, футболу, практической стрельбе, греко-римской борьбе, кикбоксингу, спортивному и боевому самбо и т. д. Спортивный опыт Митрополии перенимается другими епархиями, «у нас действительно есть чему поучиться, и мы с радостью делимся нашими знаниями со всеми желающими», – говорят в Новосибирске.

О том, как строилась эта работа, о путях ее развития и перспективах мы составили разговор с руководителем спортивного направления миссионерского отдела Новосибирской Митрополии мастером спорта России Борисом Евгеньевичем Левитаном. <...>

– Как сами спортсмены, тренеры, председатели спортивных федераций реагируют на то, что к ним приходят представители Митрополии? Не было ли непонимания или даже противления вашей миссии? Или, может быть, они сами обращаются к вам с предложением о сотрудничестве?

– Отношение к нашей миссии разное. Но в большинстве случаев тренеры и спортсмены с радостью и интересом участвуют в наших турнирах, принимают участие и в жизни Церкви: помогают при храме, оказывают помощь монастырям. Стало уже доброй традицией, что спортсмены из разных федераций отдельной

колонной выходят на общеeparхиальные Крестные ходы. Информация об уровне проведения и духовной наполненности проводимых нами турниров быстро распространяется в спортивной среде и если еще год назад в основном мы шли к спортсменам, то уже в этом году несколько федераций сами предложили сотрудничество и обратились за духовным окормлением. <...>

– Сейчас многие говорят о том, что нужно больше заниматься детьми, потому что дети – наше будущее. Каким оно будет, зависит от их воспитания – духовного, интеллектуального, физического. А детьми-то вы и не занимаетесь?..

– А вот и ошибаетесь! На стадии регистрации находится детская православная спортивная школа. Пока занятия предполагается проводить по пяти дисциплинам: пауэрлифтинг, карате киокусинкай, бокс, греко-римская борьба и самбо. Чуть позже появятся новые направления.

– На интернет-форумах, в комментариях нередко можно наткнуться на активное неприятие христианской миссии в спорте. Порой доходит и до хулы на церковь Христову. Но это пишут люди, скрывающие свое имя под различными «никами», то есть прозвищами. А есть ли у вас явные недоброжелатели?

– Для того, чтобы открыто, адресно и обоснованно заявлять свою позицию, необходимо иметь известные личностные характеристики. Пока преобладают анонимные оппоненты. Если кто-то появится лично, мы всегда готовы к конструктивному диалогу». («Вестник Новосибирской Митрополии, № 3 (123)).

Конечно, это далеко не все актуальные и значимые темы, имеющие отклик у читателей. Мы представили и вызывающие критику материалы о культурных событиях, и примеры положительной деятельности церкви. Круг тем епархиальных СМИ довольно обширен и напрямую зависит от спроса и мнений православной аудитории.

Заключение

Теоретико-методологический и эмпирический анализ сущностных характеристик и особенностей функционирования медиаструктур православных епархий на примере Западной Сибири позволил получить теоретико-практические результаты и сформулировать ряд выводов:

Во-первых, системный анализ новой для российского медиарынка структуры медиахолдинга, проведенный на основании работ отечественных ученых, позволил уточнить определения таких понятий, как медиахолдинг, медиациентр епархии, а также выявить экономические и организационные особенности функционирования средств массовой информации в современной России в условиях формирования и развития новой экономической и управленческой культуры. Стремительное развитие отрасли СМИ и новых технологий в последние десятилетия привело к формированию единой глобальной медиасреды, что, в свою очередь, повлекло за собой радикальные структурные изменения во всей информационной сфере. На рубеже веков медиаотрасль в России стала самостоятельным элементом отечественной экономики, включающим в себя издательско-полиграфические организации, рекламные агентства, средства массовой информации и др.

Во-вторых, исследовательские результаты позволили подтвердить и определить новые тенденции развития массмедиа последних десятилетий. Повсеместное слияние, взаимодействие и взаимопроникновение средств массовой информации (в том числе и влияние на их деятельность социальных сетей) неизбежно вызывает востребованность новых способов структурирования информационной деятельности, выражающейся прежде всего в перманентном развитии интеграционных процессов на информационном рынке. Также одной из основных тенденций развития массмедиа последних десятилетий является, на наш взгляд, и информационная геополитизация, которая нашла проявление в том числе и на уровне создания медиаконцернов с международным участием.

В-третьих, изучение основных тенденций развития средств массовой информации доказывает, что наиболее оптимальной в настоящее время является такая форма концентрации СМИ, как медиахолдинг. Холдинговая структура показывает преимущества не только в организационных и творческих аспектах, но и является устойчивой в условиях неизбежных экономических рисков на рынке СМИ и проявления кризисных явлений, наблюдаемых в 2008 и 2015 гг.

Исследовательские результаты позволили выделить ряд преимуществ медиахолдинга как организационной формы в медиабизнесе:

1) Обеспечение целостности всей медиакорпорации, ее конкурентоспособность и высокую производительность.

2) Факторы дифференциации и интеграции, сочетающиеся в холдинговой структуре, влияют на маневренность компании.

3) Оптимизация функций для реализации финансовых, маркетинговых, сбытовых и др.

4) Холдинговая структура позволяет оптимально использовать капитал, производственные мощности и трудовые ресурсы.

5) Появляется возможность повышать конкурентоспособность медиапродукта за счет осуществления научно-технических разработок.

6) Благодаря эффективности корпоративного управления ликвидируются дублирующие управленческие функции.

Перечисленные преимущества холдинговой структуры оказались востребованы в медиаиндустрии, именно поэтому в настоящее время именно медиахолдинг является основной организационной формой отечественных медиакорпораций.

Холдинговая форма организации СМИ оказалась частично приемлемой и для Русской православной церкви, тем более, что на протяжении всей истории церковь в своей издательской деятельности опиралась на материально-техническую и организационную базу светских СМИ. Необходимо отметить, что церковь стояла у истоков издательского дела в России, монастырские скриптории

XI–XV вв. являются прообразами первых типографий, а древнерусские летописи – прообразами как печатных книг, так и периодических изданий. После реформ Петра I издательское дело оказалось практически полностью в руках государства, а Церковь лишилась большей части своей материально-технической базы. Такое положение дел привело к тому, что православные СМИ появились позже светских, издавались в значительно меньшем количестве и не очень высокого качества.

Тем не менее, церковь всегда успешно применяла в своей издательской деятельности технические и организационные достижения светских СМИ, пользовалась услугами государственных типографий и государственной системой распространения периодических изданий. На организационной составляющей церковных СМИ, безусловно, сказывалась специфика клерикальной деятельности, однако структура православных издательств и редакций в основном была такой же, как и государственные. Несколько иной является система финансирования церковных СМИ, которая основывается на спонсорской поддержке, однако и в финансовой деятельности православные редакции опираются на опыт светских издательских структур. В связи с этим, как мы доказываем в диссертационной работе, необходимо рассматривать формирование организационной и материально-технической базы, как православных, так и светских СМИ в их исторической взаимосвязи.

После революции 1917 года развитие системы церковных СМИ было прервано на целых семьдесят лет. За это время упущено много возможностей, в значительной степени потеряны многие ценные наработки предшествующих поколений профессиональных журналистов. Церковь лишилась всей материально-технической базы, благодаря которой осуществлялась ее издательская деятельность. В советские годы с большим трудом удавалось издавать единственный периодический орган РПЦ Журнал Московской Патриархии, который выходил с перерывами в связи с постоянными финансовыми и материальными проблемами. На конкретных примерах нами

показано, что в 1990–2000 гг. происходит возрождение не только периодической печати Русской православной церкви, но и освоение новых видов массмедиа – радио, телевидения и Интернет-СМИ. В диссертации доказывается, что всё это способствовало расширению диалоговых возможностей конфессиональной журналистики.

В исследовании на примере общецерковных медиапроектов последних лет, впервые описанных автором работы, также показана тенденция РПЦ в освоении новых технологий и стремление к централизации всех СМИ церкви. Об этом говорят такие проекты, как радио «Вера» и газета-вкладка «Духовное пространство». Оба учреждены Синодальным информационным отделом и развивают свои редакции по всей России. О возможности и перспективе создания общецерковного медицентра заявили в интервью ряд экспертов в области православной журналистики. Развитие данного направления происходит достаточно быстро, представляет научный интерес и может стать объектом для самостоятельного исследования.

На примере епархий Сибири – Новосибирской, Кемеровской, Барнаульской и Томской – была в связи с этим проанализирована актуальная проблематика организационно-структурной и творческой деятельности различных видов СМИ. Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что в ряде епархий не сформировались все виды СМИ, не везде четко налажены управление и организация работы. Качество СМИ во многом зависит от экономических составляющих, которые существенно отличаются в епархиях, поскольку не всегда глава епархии готов отдать предпочтение в финансировании медиапроектам. Особой проблемой для церковных СМИ является подбор кадров в связи с тем, что сотрудник должен объединять в себе профессионализм и воцерковленность.

Полученные теоретические и эмпирические результаты, а также опыт работы автора в сфере православной журналистики позволил изложить ряд рекомендаций по формированию медицентра в епархиях. Поскольку в территориальных единицах Русской православной церкви все структуры

подчиняются иерархии, у правящего архиерея, который выносит решение о создании медиацентра, должно быть понимание необходимости формирования данной единицы, а также цели и задач епархиальных средств массовой информации.

Исследование православной журналистики в исторической ретроспективе показывает, что одной из главных задач православных медиа была и остается проповедь, просвещение через слово. Современные условия общественной жизни диктуют также ряд второстепенных задач: информирование, донесение официальных решений по социально-значимым вопросам (экстремизм, культурная политика и др.), формирование положительного образа церкви. Помимо этого епархиальные СМИ должны также наладить взаимодействие с аудиторией, в том числе посредством диалога в сети Интернет, в виде творческих встреч и обучающих тренингов, вести мониторинг публикаций и упоминаний о РПЦ и епархии в светских СМИ региона, организовать сотрудничество с коллегами из областных и городских медиа и пресс-служб. Наиболее эффективное решение данных задач возможно, на наш взгляд, в структуре медиацентра.

Таким образом, выдвинутая нами в начале исследования гипотеза нашла свое подтверждение: в епархиях, где произошло объединение СМИ в общую структуру, такую как медиацентр (Новосибирская епархия), или создание конвергентной редакции всех видов СМИ (Кемеровская епархия), более эффективно решаются мировоззренческие задачи церкви, оптимизированы экономические и организационные ресурсы. Вместе с тем, епархии, не наладившие оптимальную форму работы и взаимодействия СМИ, показывают более низкий уровень всех медиа (Барнаульская и Томская епархии).

Исследование эмпирического материала также позволяет сделать вывод, что большой общественный резонанс вызывают материалы, 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, организацию их согласованности, ясности поставленных задач и контролю за выполнением заданий. Так, благодаря ряду публикаций в СМИ Новосибирской епархии правительством области были приняты важные решения, например, о строительстве 120 новых храмов, открытии новых учреждений для социально-незащищенных категорий граждан, расширении преподавания в школах предмета Основы религиозных культур и светской этики и др.

Безусловно, качество творческой работы в православных изданиях обусловлено и спецификой темы, и определенными правилами и нормами. В результате исследования были определены основные проблемы православной журналистики, среди которых нами выделены вопросы, касающиеся профессионализма и профессиональной этики, а также содержания материалов, которые зачастую являются однотипными и представляют собой перепечатки из других изданий. Помимо профессионализма важна степень воцерковленности сотрудников, их личная вовлеченность в жизнь епархии, готовность отстаивать интересы церкви.

Тем не менее, анализ различных СМИ епархий Западной Сибири за последние несколько лет свидетельствует о количественном росте публикуемых материалов и развитии их качественных характеристик, прежде всего с точки зрения развития диалогости. Этот процесс наиболее показателен на примере сайтов епархий. К примеру, по сравнению с 2014 г., в 2015 году возросла интенсивность наполнения их актуальной тематикой, о чем свидетельствовало количество откликов, увеличившихся в два раза. С 2015 года новости на сайтах центральных епархий митрополий обновляются практически ежедневно, новообразованные епархии добавляют три-четыре новости. В исследовании, проведенном нами, также показано, что в последние два года возрос профессионализм сотрудников медиаслужб, о чем свидетельствует, в частности,

оперативность освещения актуальных событий и доступность получения полной информации о них аудиторией епархиальных СМИ.

Результаты и выводы диссертационной работы позволяют сделать вывод, что исследование процессов развития православной журналистики, среди которых особое место занимает формирование медиацентров и конвергентных редакций в епархиях РПЦ, является в настоящее время новым и перспективным направлением филологического анализа. В дальнейшем исследование возможно продолжить на примере более развитых в сфере массмедиа епархий (Санкт-Петербургская, Екатеринбургская), но наиболее перспективным с научно-практической точки зрения, на наш взгляд, будет изучение процессов формирования редакций православных медиа в регионах, к примеру, в новообразованных, так называемых малых епархиях РПЦ. К их числу относятся районы, которые по итогам разукрупнения епархий, оказались отделены от областного центра и вынуждены с нуля организовывать все структуры, в том числе создавать свои массмедиа или информационные центры. Полученные эмпирические результаты исследования могут быть особенно полезны как сотрудникам СМИ данных епархий, так и гражданским журналистам, а также стать базой для формирования медиацентров.

Список литературы

1. Алексеева, А. Манифест Интернета. Как сегодня функционирует журналистика. 17 положений / А. Алексеева. – Режим доступа: http://www.chaskor.ru/article/manifest_interneta_10414.
2. Алтухов, П.Л. Холдинговые структуры: современные аспекты создания и управления / П.Л. Алтухов // Российское предпринимательство. 2006. № 5 (77). – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/7447/>
3. Андреев, Г.Л. Христианская периодика. Издательское и библиографическое дело Русского Зарубежья 1918-1998 гг. / Г.Л. Андреев. – СПб., 1999.
4. Андреев, Г.Л. Христианские периодические издания на русском языке // Христианство: Энцикл. словарь в 3т. / Г.Л. Андреев, А.Н. Троицкий. – М., 1995. – Т. 3.
5. Андреев, Н.С. Единое информационное пространство Российского государства: взаимодействие печатных и электронных СМИ : автореф. дис. ... канд. политич. наук. / Н. С. Андреев. – СПб., 2005.
6. Андрианова, Н.Г. Анализ хозяйственной деятельности издательства / Н.Г. Андрианова. – М., 1971.
7. Антипов, М. Православные СМИ - новый игрок на информационном рынке [Электронный ресурс] / М. Антипов, Л.С. Рачкова. – Режим доступа: <http://www.bogoslov.ru/text/286814.html>.
8. Бабкин, М.А. События первой российской революции и Святейший Синод Русской Православной Церкви (1905–1906 гг.) [Электронный ресурс] / М.А. Бабкин. – Режим доступа: <http://www.portal-credo.ru/site/?act=lib&id=2325>.
9. Байчик, А.В. Транснационализация СМИ Европы // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения / А.В. Байчик. – СПб., 2005.

10. Бакина, О.В. Современная православная журналистика России: опыт региональных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук /. – Киров, 2003.
11. Бакина, О.В. Трансформация типологической модели православных средств массовой информации: от информативности к публицистичности / О.В. Бакина // Известия Уральского федерального университета. – 2015. – №1 (135).
12. Балугев, Б.П. Политическая реакция 80-х гг. XIX в. и русская журналистика / Б.П. Балугев. – М., 1971.
13. Бессонов, С.И. Специализация и профилизация как компоненты эффективного менеджмента региональных печатных средств массовой информации : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.И. Бессонов. – Екатеринбург, 2013.
14. Богатов, В.Н. Православный телеканал. Как сделать его интересным? / В.Н. Богатов. – М., 2013.
15. Болотова, Л.Д. Отечественное радиовещание в начале XXI века: новые реалии и старые проблемы / Л.Д. Болотова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2004. – № 2.
16. Большакова, З.Г. Взаимодействие Русской православной церкви и СМИ на региональном и федеральном уровне / З.Г. Большакова // Медиаскоп: теория СМИ и массовых коммуникаций. – 2011. – № 4.
17. Борисова, С.Г. Некоторые вопросы государственного регулирования печати / С.Г. Борисова. – М., 2003.
18. Борисова, С.Г. Отношения собственности и перспективы приватизации (на примере полиграфических предприятий) : автореф. дис. канд. экон. наук. / С.Г. Борисова. – М. 1993.
19. Боханов, А.Н. Буржуазная пресса России и крупный капитал. Конец XIX в.–1914 г. / А.Н. Боханов. – М., 1984.
20. Валитов, Ш.М. Холдинг: особенности организации и механизм функционирования / Ш.М. Валитов. – М., 1996 г.

21. Вера и слово – Материалы 1-го международного фестиваля православных СМИ. 16-18 ноября 2004 г. / ред.-сост.: С.В. Чапнин. – М., 2005.
22. Вартанова, Е.Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя / Е.Л. Вартанова. – М.: МедиаМир, 2015.
23. Вартанова, Е.Л. О современном понимании СМИ и журналистики [Электронный ресурс] / Е.Л. Вартанова. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/521>.
24. Вартанова, Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. Серия «Академические монографии» / Е.Л. Вартанова. – М., 2013.
25. Вартанова, Е.Л. Факторы модернизации российских СМИ и проблема социальной ответственности [Электронный ресурс] / Е.Л. Вартанова. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/>
26. Верещагин, И.Ф. Церковно-епархиальная периодическая печать в общественной жизни российской провинции во второй половине XIX–начале XX веков (на материалах Европейского Севера России) : автореф. дис. ... канд. истор. наук / И.Ф. Верещагин. – Архангельск, 2013.
27. Верещагин, И.Ф. Визуальная привлекательность «Архангельских епархиальных ведомостей» [Электронный ресурс] / И.Ф. Верещагин. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-privlekatelnost-arhangeljskih-eparhialnyh-vedomostey>.
28. Васильева, О.Ю. Русская Православная Церковь в политике советского государства в 1943–1948 гг. / О.Ю. Васильева. – М., 2001.
29. Веригина, А.В. Управление конкурентоспособностью организаций медиаиндустрии : автореф. дис. ... канд. экон. наук / А.В. Веригина. – М., 2012.
30. Виноградова, С.М., Мельник, Г.С. Монополизация СМИ в современном информационном пространстве [Электронный ресурс] / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. – Режим доступа: www.politex.info/content/view/148/.
31. В Интернете появился «Царьград ТВ» [Электронный ресурс] // Фома – Режим доступа: <http://foma.ru/v-internete-poyavilsya-tsargrad-tv.html>.

32. В Новосибирской области создают медиахолдинг государственных СМИ [Электронный ресурс] // Regnum – Режим доступа: <http://www.regnum.ru/news/1702984.html>.
33. Волкова, Л.А. Издательско-полиграфическая техника и технология / Л.А. Волкова. – М., 1999.
34. Нечаев, П. Об издательской деятельности Русской Православной Церкви: Доклад на Поместном соборе РПЦ 6–9. 06. 1988 / Питирим Нечаев. – М., 1988.
35. Воронцов, А.И. Организационные и методологические проблемы управления процессами реализации продукции и услуг в издательско-полиграфических комплексах : автореф. дис. ... канд. экон. наук. / А.И. Воронцов. – М, 2002.
36. Ворошилов, В.В. Информационный рынок России: проблемы и перспективы / В.В. Ворошилов. – СПб., 2009.
37. Ворошилов, В.В. Журналистика и рынок / В.В. Ворошилов. – СПб, 1997.
38. Ворошилов, В.В. Техника и технологии СМИ / В.В. Ворошилов. – СПб., 2000.
39. Ворошилов, В.В. Менеджмент СМИ / В.В. Ворошилов. – СПб., 2000.
40. В правительстве НСО рассказали об объединении областных СМИ в медиахолдинг [Электронный ресурс] // Континент Сибирь – Режим доступа: <http://www.ksonline.ru/news/-/id/13759/>.
41. Встреча Святейшего Патриарха Кирилла с участниками V Международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово». Ответы на вопросы [Электронный ресурс] // Сайт Московской Патриархии – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2560710.html>.
42. Выступление Святейшего Патриарха Кирилла на закрытии V Международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово», 31.11.2012

[Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.patriarchia.ru/db/text/2560589.html>.

43. Гарабова, М.И. Особенности функционирования российских СМИ в условиях их монополизации и концентрации (1996–2001) : автореф. дис. ... канд. экон. наук / М.И. Гарабова. – М, 2004.

44. ГигOLEV, Г.М. Церковные издания // Литературный процесс и русская журналистика конца XIX–начала XX в. 1890–1904 / Г.М. ГигOLEV. – М., 1982.

45. Голоусова, Е.С. Журналистские традиции как фактор профессиональной культуры // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры: межвузовский сб. ст. / Е.С. Голоусова. – Екатеринбург: УрГУ, 2005.

46. Голубцов, Г. Поездка на Всероссийский Церковный Собор. Дневник (29 января–18 апреля 1918 г.) // Российская Церковь в годы революции (1917–1918) / Г. Голубцов. – Сб. М., 1995.

47. Гор, Э. Основные принципы создания информационного общества [Электронный ресурс] / Э. Гор // Державна бібліотека України для юнацтва – Режим доступа: www.4uth.gov.ua/usa/russian/information/foc1.htm

48. Грабельников, А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества / А.А. Грабельников. – М., 2001.

49. Гречаный, Е.В. Менеджмент издательства в современных условиях хозяйствования : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Е.В. Гречаный. – М, 2000.

50. Громов, Р.В. Телевидение как инструмент формирования информационного пространства современной России : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Р.В. Громов. – М, 2002.

51. Давтян, С.Л. Правовые основы функционирования редакции / С.Л. Давтян. – М., 2000.

52. Дементьев, В. Тенденции эволюции официальных финансово-промышленных групп в 2000–2001 годах / В. Дементьев, С. Авдашева // Российский экономический журнал. – 2002. – №3.

53. Дзялошинский, М.И. «Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов» / М.И. Дзялошинский. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013.
54. Доктор, К. Двенадцать трендов, которые изменяют новости / К. Доктор. – М., 2013.
55. Емельянов Т. Итоговый документ Конгресса православной прессы [Электронный ресурс] / Тихон Емельянов, архиепископ // Конгресс православной прессы. – М., 2000. – Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/sobytia/cpp/itog.htm>.
56. Емельянов Т. Средства массовой информации РПЦ на пороге третьего тысячелетия / Тихон Емельянов, архиепископ – доклад на конгрессе православной прессы. 6 марта 2000 г. // Журнал Московской Патриархии. – №4. – 2000.
57. Ершов Ю. М. Телевидение регионов в поиске моделей развития / Ю.М. Ершов. – М.: Изд-во Московского университета, 2012.
58. Ершов Ю. М. Информационный потенциал регионов / Ю.М. Ершов. Медиаскоп: теория СМИ и массовых коммуникаций. – 2008. – № 2.
59. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010.
60. Журнал Московской Патриархии в 1931–1935 годы – М., 2001.
61. Зацепина, И.А. Основные проблемы организации и специфики общественного регионального радиовещания в России : автореф. дис. ...канд. филол. наук / И.А. Зацепина. – Екатеринбург, 2006.
62. Засурский, И.И. Масс-медиа второй республики / И.И. Засурский. – М., 1999.
63. Зинин, Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: закономерности формирования и направления развития : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Е.Ю. Зинин. – СПб. 2011.

64. Зинин, Е.Ю. Медиахолдинги в «цифровом» мире: диверсификация в медиаиндустрии [Электронный ресурс] / Е.Ю. Зинин. – Режим доступа: <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/484.pdf>
65. Зинин, Е.Ю. Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: ответы на вызовы новой эпохи / Е.Ю. Зинин // Российский журнал менеджмента. – 2008. – № 3. – Т.6.
66. Зиновьев, И.В. Технологии мультимедиа и новые творческие возможности Интернет-журналиста // Средства массовой информации в современном мире / И.В. Зиновьев. – СПб. 2004.
67. Знаменский, П.В. История Русской Церкви [Электронный ресурс] / П.В. Знаменский. – Режим доступа: <http://gorenka.org/index.php/bibliotechka/5937-p-v-znamenskij-istoriya-russkoj-tserkvi?showall=1&limitstart>.
68. Иваницкий, В.Л. Модернизация журналистики / В.Л. Иваницкий. – М., 2010.
69. Иваницкий, В.Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ : автореф. дис. ... д-р. филол. наук / В.Л. Иваницкий. – М, 2011.
70. Иванова, Т.Н. Современная русская православная периодическая печать: типология, основные направления, жанровая структура : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т.Н. Иванова. – М, 2003.
71. Журналистика 30-х годов: особенности ее деятельности в условиях тоталитарного государства // Неизвестные страницы отечественной журналистики / Р.А. Иванова. – М., 2006.
72. Ильин, М. Финансово-промышленная интеграция и корпоративные структуры: мировой опыт и реалии России / М.Ильин, А. Тихонов. – М., 2002.
73. Ильиных, Д.Г. Информационный потенциал и диалоговые возможности региональных печатных средств массовой информации и сетевых версий изданий (на примере СМИ Уральского федерального округа) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Д.Г. Ильиных. – Екатеринбург, 2014.

74. Исаева, Л.Г. Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Л.Г. Исаева. – Уфа, 2005.

75. Исаченко, И.И. Управление организационным развитием экономических субъектов в медиаиндустрии / И.И. Исаченко, И.С. Машинская. – М., 2013.

76. История Издательского Совета Русской Православной Церкви. [Электронный ресурс] // Сайт Издательского Совета РПЦ – Режим доступа: http://izdatsovet.ru/council/naprav_rabot.php

77. История: Поместный Собор 1945 года. Создание издательского отдела Московской Патриархии [Электронный ресурс] // Сайт Издательского Совета РПЦ – Режим доступа: <http://www.izdatsovet.ru/proc/detail.php?ID=27470>.

78. История «Радонежа» [Электронный ресурс] // Радонеж – Режим доступа: <http://radonezh.ru/society/history/>.

79. Казарян, М.А. Маркетинговое обеспечение интеграционных процессов в медиаиндустрии на основе технологии ко-брендинга / М.А. Казарян // Директор по маркетингу и сбыту. – 2015.–№ 1–2.

80. . Лаврской типографии 115 лет. [Электронный ресурс] / Кастальский-Бороздин (Архимандрит Алипий) // Русиздат–ORTOX – Режим доступа: http://rusizdat.ortox.ru/news.html&action=news_detail&id=618.

81. Каталог православных ресурсов сети Интернет. [Электронный ресурс] // Православное Христианство.ru – Режим доступа: <http://www.hristianstvo.ru/massmedia>.

82. Кашеваров, А.Н. Государство и церковь: из истории взаимоотношений Советской власти и Русской Православной Церкви 1917–1945 гг. / А.Н. Кашеваров. – СПб., 1995.

83. Кашеваров, А.Н. Печать РПЦ в XX в.: Очерки истории / А.Н. Кашеваров. – СПб., 2004.

84. Кашеваров, А.Н. Печать и издательская деятельность Московской Патриархии 1930–1940-х годов в контексте государственно-церковных отношений [Электронный ресурс] / А.Н. Кашеваров. – Режим доступа: <http://krotov.info/history/20/1940/kashevarov1.html>.
85. Кашеваров, А.Н. Православная российская Церковь и Советское государство (1917–1922) / А.Н. Кашеваров. – М., 2005.
86. Кашинская, Л.В. Печать Русской Православной Церкви / Л.В. Кашинская. – М., 1996.
87. Кашинская, Л.В. Системы религиозной печати России / Л.В. Кашинская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 1995. – № 3.
88. Кашинская, Л.В. Христианская печать России: структура, типология / Л.В. Кашинская // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2003. – №2.
89. Кемарская, И.Н. Функции телевизионного редактора в современных условиях: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И.Н. Кемарская. – М., 2006.
90. Экономика редакции газеты / В.И. Киверин. – М., 2002.
91. Кныш, М. Стратегическое управление корпорациями / М. Кныш, В. Пучков, Ю. Тютиков. – СПб., 2003.
92. Ковалёва, М.М. Отечественная журналистика: вопросы теории и истории : сборник статей / М.М. Ковалёва. – Екатеринбург: УргУ, 2000.
93. Коновченко, С.В. Информационная политика в России / С.В. Коновченко, А.Г. Киселев. – М., 2004.
94. Картунов И.М. Функционирование и развитие холдингов в региональной социально-экономической системе / И.М. Картунов. – М., 2003.
95. Костикова, Е. Построение и система управления холдинговой структурой. ВКГ [Электронный ресурс] / Е. Костикова. – Режим доступа: <http://mainjob.ru/publications/?view=252>

96. Костикова, Н.А. Православная журналистика: методологические особенности изучения эффективности деятельности [Электронный ресурс] / Н.А. Костикова // Клуб православных журналистов. – М., 2006. – Режим доступа: <http://radonezh.ru/analytic/9097.html>.

97. Костикова, Н.А. Типологические характеристики православной печати / Н.А. Костикова. – М., 1996.

98. Куприянова, Т.Г. Печатный двор при Петре I / Т.Г. Куприянова. – М., 1999.

99. Ласточкин, Ю. Проблемы промышленной политики многопрофильного машиностроительного предприятия / Ю. Ласточкин, И. Ицкевич // Экономист. – 2001. – № 9.

100. Лепилкина, О.И. Система русской провинциальной периодической печати (XVIII-начало XX вв.) / О.И. Лепилкина. – М.: Илекса, 2010.

101. Лепилкина О.И. Социальное самочувствие населения в условиях реформ: региональный аспект / под. ред. М.К. Горшкова. – М., СПб.: Нестор-История, 2011.

102. Летенков, Э.В. Губернские, областные, войсковые, епархиальные ведомости 1838–1917 / Э.В. Летенков. – СПб., 2005.

103. Ливанова, М.В. Районная газета в локальном медийном пространстве / М.В. Ливанова // Медиаскоп: печатные СМИ. – №1. – 2008.

104. Лигачёва, Н. Украинские медиа-холдинги и их будущее [Электронный ресурс] / Н. Лигачёва. – Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2002-11-08/2405>

105. Липчинская, М.Ф. Управление финансами малых издательских организаций : автореф. дис. ... канд. экон. наук. М.Ф. Липчинская. – СПб, 2004.

106. Лисовский, Н.М. Библиография русской периодической печати 1703–1900 гг. // Материалы для истории русской журналистики: репринт / Н.М. Лисовский. – М., 1995. – в 2т.

107. Логвинова, Т.Г. История прессы – это история времени. / 300 лет российской журналистике: история, проблемы, перспективы / Т.Г. Логвинова. – М., 2004.
108. Лозовский, Б.Н. Журналистика: профессиональные стандарты / Б.Н. Лозовский. – Екатеринбург, Ур ГУ, 2007.
109. Лукина, М.М. СМИ в пространстве Интернета. [Электронный ресурс] / М.М. Лукина, И.Д. Фомичева // Интернет-журналистика. – 2005. – Режим доступа: http://www.journ.msu.ru/study/handouts/texts/smi_internet.pdf.
110. Лученко, К.В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России : автореф. дис. ... канд. филол. наук / К.В. Лученко. – М., 2009.
111. Лученко, К.В. Интернет и религиозные коммуникации в России. [Электронный ресурс] / К.В. Лученко // «Медиаскоп», № 1. – 2008. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/32>.
112. Лученко, К. В. Что такое православные СМИ? [Электронный ресурс] / К.В. Лученко // Православие и мир. – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/chto-takoe-pravoslavnyue-smi>.
113. Мандзюк-Ильницкий, В.Н. Богословский вестник «Труды Киевской Духовной Академии» в системе церковной печати XIX века [Электронный ресурс] / В.Н. Мандзюк-Ильницкий. – Режим доступа: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1216/31256_0ec7.pdf
114. Мансурова, В.Д. Журналистская картина мира как тип социокультурной реальности : автореф. дис. ... д-р филос. наук / В.Д. Мансурова. – Барнаул, 2003.
115. Маркус, В.А. Организация и экономика издательского дела / В.А. Маркус. – М., 1983.
116. Медиакорпорации США [Электронный ресурс] // Блог о дизайне, коммуникациях и минимализме. – Режим доступа: <http://trickit.livejournal.com/17948.html>.

117. Минаева, О.Д. Февральская революция 1917 года и свобода русской печати // Неизвестные страницы отечественной журналистики / О.Д. Минаева. – М., 2006.

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

119. Минин, Д.А. Управление корпоративной культурой как социальным процессом российского медиа-холдинга: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук / Д.А. Минин. – М., 2006.

120. Мисонжников, Б.Я. Медиахолдинг: генезис, состояние и перспективы развития / Б.Я. Мисонжников // Журналистский ежегодник. Массовые коммуникации. Журналистика. Средства массовой информации. – М., 2012. – №1.

121. Михайлов, С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. [Электронный ресурс] / С.А. Михайлов. – СПб., 2002. – Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text3/94.htm>.

122. Михальченко, В.Л. Особенности связей с общественностью в конфессиональной среде (на материале деятельности Русской Православной Церкви) [Электронный ресурс] / В.Л. Михальченко // Медиаскоп: реклама и PR. № 1, 2011. – Режим доступа: www.mediascope.ru/node/723.

123. Молчанов, Л.А. Газеты России в годы революции и гражданской войны (октябрь 1917–1920 гг.): опыт комплексного исследования : автореф. дис. ... канд. истор. наук / Л.А. Молчанов. – М., 1998.

124. Московский печатный двор [Электронный ресурс] // Российское образование. – Режим доступа: http://www.edu.ru/db/portal/e-library/00000050/Knigopечат/Pечат_dvor/Pечат.htm.

125. Мунтян, М.А. Глобализация: что это такое? [Электронный ресурс] // Фонд исторической перспективы / М.А. Мунтян. – М., 2007г. – Режим доступа: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=43411>.

126. Мухарев, Ф.А. Управление финансами в журнальном бизнесе : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Ф.А. Мухарев. – СПб., 2003.
127. Мясникова, М.А. О функционально-деятельностном анализе телевидения / М.А. Мясникова // Известия Уральского государственного университета. Серия 1 «Проблемы образования, науки и культуры». – 2009. – № 4.
128. Накорякова, К.М. Редакторское мастерство в России XVI–XIX вв. К.М. Накорякова. – М., 1973.
129. Нетужилов, К.Е. Архимандрит Никон (Рождественский) и формирование «народной» церковно-консервативной журналистики в XIX в. [Электронный ресурс] / К.Е. Нетужилов. – Режим доступа: <http://jf.spbu.ru/about/428/609.html>.
130. Нетужилов, К.Е. А.Ф. Лабзин и возникновение духовной журналистики в России [Электронный ресурс] / К.Е. Нетужилов. – Режим доступа: <http://jf.spbu.ru/about/428/609.html>.
131. Нетужилов, К.Е. Формирование системы церковной периодической печати в России XIX–начала XX веков : автореф. дис. ... д-р филол. наук / К.Е. Нетужилов. – СПб., 2010.
132. Нетужилов, К.Е. Церковный официоз. Периодические издания Св. Синода в XIX–нач. XX вв. [Электронный ресурс] / К.Е. Нетужилов. – Режим доступа: <http://jf.spbu.ru/about/428/609.html>.
133. Нетужилов, К.Е. Церковная журналистика в царствование Александра-I [Электронный ресурс] / К.Е. Нетужилов. – Режим доступа: <http://jf.spbu.ru/about/428/609.html>.
134. Нетужилов, К.Е. Церковная периодическая печать в России XIX столетия / К.Е. Нетужилов. – СПб., 2008.
135. Нечаев, Г. История христианства на Северном Кавказе до и после присоединения его к России / Гедеон Нечаев. – Пятигорск, 1992.
136. Нечаева, М.Ю., Христианская периодика России кон. XVIII–XX вв. / М.Ю. Нечаева. – Екатеринбург, 2000.

137. Новиков, В.И. 300 лет российской журналистике: история, проблемы, перспективы / В.И. Новиков. – М., 2004.

138. Новожилова, И.В. Политика царского правительства в области законодательства о печати 1905–1914 гг. : автореф. дис. ... канд. истор. наук / И.В. Новожилова. – Ленинград, 1971.

139. Овчинников, В.А. Принципы организации и функционирования системы управления качеством творческих процессов в региональной мультимедийной редакции : дис. ... канд. филол. наук / В.А. Овчинников. – Барнаул, 2011.

140. Одинцов, М. Реструктуризация – путь повышения конкурентоспособности производства / М. Одинцов, Л. Ежкин // Экономист. – 2000. – № 10.

141. Олешко, В.Ф. Журналистика как творчество / В.Ф. Олешко – Екатеринбург, 2002.

142. Олешко, В.Ф. Профессиональная культура журналистов (к методологии преподавания цикла интерактивных дисциплин) / В.Ф. Олешко // Журналистское образование в XXI веке. Кого, кому и как учить журналистике? : сборник материалов учебно-методической конференции. – Екатеринбург, УрГУ, 2000.

143. Олешко, В.Ф. Психология журналистики / В.Ф. Олешко – Москва: Юрайт, 2016.

144. О проекте «Интернет-вещание радиостанции «Благовещение». [Электронный ресурс] // Радиостанция «Благовещение». – Режим доступа: <http://radio-blagoveshchenie.ru/proekt>.

145. Паленая, Е. М. Православная печать в информационном пространстве современной России: типологические особенности и направления деятельности // Православие в исторических судьбах юга России / Е. М. Паленая; под ред. В.В. Черноус. – Ростов-на-Дону: центр системных региональных исследований и прогнозирования ИППК при РГУ и ИСПИ РАН, 2003.

146. Первая русская печатная газета [Электронный ресурс] // Русский портал. – Режим доступа: <http://orossi.u.com/161211.htm>.

147. Пискунова, М.И. Православие в журналистике и православная журналистика (кон. 80-х - нач. 90-х гг. XX в.): дис. ... канд. филол. наук / М.И. Пискунова. – М., 1993.

148. Позднякова, Е.Г. Церковная журналистика: история и современность. Е.Г. Позднякова. – Курган, 2010.

149. Понятие холдинга и его особенности. [Электронный ресурс]. – www.grandars.ru. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/holding.html>.

150. Попов, А.В. Церковные периодические издания [Электронный ресурс] / А.В. Попов // Новый журнал. Нью-Йорк, – 2004. – № 236. – Режим доступа: <http://www.pravenc.ru/text/182371.html>.

151. Православная журналистика: явление или недоразумение? [Электронный ресурс] // Православие и мир. – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/pravoslavnaya-zhurnalistika-yavlenie-ili-nedorazumenie/>

152. Предприятие «Софрино» [Электронный ресурс] // Софрино. – Режим доступа: <http://sofrino.ru/company>.

153. Прутцкова, А.С. Современная религиозная печать России: (1990–2006) : каталог / А.С. Прутцкова; под ред. канд. филол. наук, доц. Л. В. Кашинской. – М., 2007.

154. Пургин, Ю.П. Функционирование медиа-холдинга в условиях трансформации регионального информационного рынка (на примере Издательского дома «Алтапресс») : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю.П. Пургин. – Екатеринбург, 2011.

155. Пыпин, А.Н. Религиозные движения при Александре I / А.Н. Пыпин. – СПб., 2000.

156. Радыгин, А.Д. Слияния и поглощения в корпоративном секторе (основные подходы и задачи регулирования) / А.Д. Радыгин // Вопросы экономики. – 2002. – № 12.

157. Раздорский, А.И. Историко-статистические описания епархий Русской Православной Церкви (1848–1916) : сводный каталог и указатель содержания / А.И. Раздорский. – М., 2007.

158. Распопова, С.С. Журналистское творчество: теория и практика освоения. автореф. дисс. ... д-р филол. наук / С.С. Распопова. – М, 2007.

159. Региональная журналистика в условиях социально-экономических трансформаций XIX–XXI веков : материалы международной научно-практической конференции. Ставрополь, 18–19 ноября 2009 г. – Ставрополь : Ставропольский государственный краевой университет, 2009.

160. Религия в информационном поле российских СМИ / Л.В. Кашинская, М.М. Лукина, Л.Л. Реснянская и др.; предисл. Я. Н. Засурский. – М., 2003.

161. Родченко, В.А. Генезис и типология современной отечественной церковной периодики: автореф. дис. ... канд. богословия / В.А. Родченко. – Сергиев Посад, 2008.

162. Родченко, В.А. Епархиальные ведомости как тип издания в системе современной церковной периодики. [Электронный ресурс] / В.А. Родченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 3. – Режим доступа: www.gramota.net/materials/2/2011/3/.

163. Саат, О.А. Формирование и развитие издательско-полиграфических комплексов: автореф. дис. ...канд. экон. наук / О.А. Саат. – СПб., 2002.

164. Савинова, О.Н. К вопросу о трансформации функций журналистики / О.Н. Савинова // Медиаскоп: теория СМИ и массовых коммуникаций. – 2010. – № 4.

165. Савинова, О.Н. Социальный и корпоративный векторы развития современной прессы [Электронный ресурс] / О.Н. Савинова // Медиаскоп: теория

СМИ и массовой коммуникации. – 2011. – № 4. – Режим доступа: www.mediascope.ru/node/910.

166. Сайт Валаамского монастыря и сайт «Православие и мир» стали лауреатами «Премии Рунета». [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/60584.html>.

167. Самарцев, О.Р. Актуальные проблемы телевизионной журналистики в условиях современного этапа информационно-компьютерной революции : автореф. дис. ... д-р филол. наук / О.Р. Самарцев. – М., 1999.

168. Самодержавие и печать в России / под ред. С.А. Венгерова. – СПб., 1906.

169. Самойленко, И.С. Управление организацией медиаиндустрии в условиях информационной экономики : автореф. дис. ... канд. экон. наук / И.С. Самойленко. – М., 2012.

170. Самсонов, Н.Ю. Экономическое пространство Сибири / Н.Ю. Самсонов // Идеи и идеалы. - 2013. - № 4 (18), т. 1.

171. Святейший Патриарх Кирилл встретился с руководителями и главными редакторами российских СМИ [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1370601.html>.

172. Святейший Патриарх Кирилл: Одна из задач епархиальных СМИ – находить интересное в современной жизни Церкви, а не только в ее прошлом [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/3977947.html>.

173. Силовьев, В. Концепция развития церковных СМИ : доклад на X Международных Рождественских образовательных чтениях 28.01.2002 г. [Электронный ресурс] / В. Силовьев // Нравственность в образовании. – Режим доступа: http://www.nravstvennost.info/library/news_detail.php?ID=2259.

174. Синяков, А. РПЦ просит передать ей в собственность еще больше зданий [Электронный ресурс] / А. Синяков // РБК. – Режим доступа: <http://rbcdaily.ru/market/562949990013145>.

175. Смирнов, С.В. Легальная печать в годы первой русской революции / С.В. Смирнов. – Л., 1981.

176. Смолич, И.К. История русской церкви. 1700–1917 [Электронный ресурс] / И.К. Смолич. – М., 1996. – Режим доступа: <http://www.sedmitza.ru/lib/text/439961/>

177. Сретенский, С. Газетно-издательское дело / С. Сретенский. – М., 1924.

178. Станько, А.И. Русская периодическая печать XVIII в. [Электронный ресурс] / А.И. Станько // Сайт МГУ им. Ломоносова. Режим доступа: http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2011/1216/31256_0ec7.pdf.

179. Степанов (Русак), В. Свидетельство обвинения: в 2т. / В. Степанов (Русак). – М., 1993.

180. Степанян, С.И. Формат печатного СМИ в современной российской медиа-индустрии : автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.И. Степанян. – М, 2013.

181. Стровский, Д.Л. Глобализация информационного пространства и ее влияние на журналистику [Электронный ресурс] / Д.Л. Стровский. – Воронеж, 2004. – Режим доступа: <http://www.academia.edu/222639>.

182. Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Д.Л. Стровский. – М.: ЮНИТИ, 2011.

183. Стровский, Д.Л. Социальная значимость информации как фактор доверия к журналистике/ Д.Л. Стровский // Известия УрГУ. – 2006.

184. Сухарева, В.А. Система отечественного радиовещания в процессе социально-экономической трансформации (1990–2005): автореф. дис. ... канд. филол. наук / В.А. Сухарева. – М., 2006.

185. Теле-радио эфир. История и современность / под ред. Проф. Я.Н. Засурского. – М., 2005.
186. Тимофеева, Е.С. «Церковные ведомости» (1888–1918). История издания : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.С. Тимофеева. – М., 2007.
187. Тобольцева, Н.М. Журналистика первого десятилетия советской власти как инструмент тоталитарной индоктринации / Н.М. Тобольцева // Неизвестные страницы отечественной журналистики. – М., 2008.
188. Троицкий, А.Н. Журналы духовные [Электронный ресурс] / А.Н. Троицкий. – Режим доступа: <http://www.pravenc.ru/text/182371.html>.
189. Тулупов, В.В. Массовая социальная коммуникация и журналистика / В.В. Тулупов // Вестник Воронежского государственного университета. Филология. Журналистика. Воронеж, 2010. – № 2.
190. Тутунов, С. Собор идей [Электронный ресурс] / С. Тутунов // Православие и мир, 2012. – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/sobor-idej-archimandrit-savva-tutunov-analiziruet-deyatelnost-vsecerkovnogo-sobora-1917-1918-godov-i-plody-ego-reshenij>.
191. Уланова, М.А. Интернет-журнал. Типология, принципы создания, методика редактирования : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М.А. Уланова. – М., 2005.
192. Цвик, В.Л. Телевидение переходного периода : автореф. дис. ... фил. наук / В.Л. Цвик. – М., 1997.
193. Церпинская, О. Формирование «православной цивилизации». [Электронный ресурс] / О. Церпинская // Обозреватель, 2011г. – Режим доступа: http://www.observer.materik.ru/observer/N5_2011/073_078.pdf.
194. Чапнин, С.В. Церковь и масс-медиа: Особенности коммуникации в современном мире [Электронный ресурс] / С.В. Чапнин. – М., 2008. – Режим доступа: http://chapnin.ru/articles/pravoslavie_i_mass-media_xxi_76.
195. Чистяков, Г.П. Размышления с Евангелием в руках / Г.П. Чистяков. – М., 1997.

196. Шаронин, П.Н. Управление интеграционными процессами в медиа-индустрии как фактор повышения конкурентоспособности современных организаций / П.Н. Шаронин. – М., 2013.

197. Шестаков, М. Религиозная печать на службе самодержавия // Под знаменем марксизма. – 1941. – № 3.

198. Шилина, М.Г. Медиакоммуникация: тенденции трансформации. Новые парадигмы исследований массовых коммуникаций / М.Г. Шилина // Меди@льманах. – 2008. – № 1.

199. Шлемов, Д. Богословский вестник (1892–2006): история и современность [Электронный ресурс] / Дионисий Шлемов, игумен. – Режим доступа: <http://www.mpda.ru/bv>.

200. Щипков, А.В. Религиозная журналистика – журналистика экспертная. [Электронный ресурс] / А.В. Щипков // Государство, СМИ и Церковь : материалы и рекомендации научно-практической конференции. – М., 2001г. – Режим доступа: http://www.religare.ru/2_26724.html.

201. Щипков, А.В. Территория Церкви. Информационная атака на Русскую Православную Церковь Московского Патриархата в 2011–2012 годах / А.В. Щипков. – М., 2012.

202. Халтурина, М.И. Отражение культурно-исторических традиций в прессе малых городов России (на примере газет Челябинской, Свердловской областей и Пермского края) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / М.И. Халтурина. – Екатеринбург, 2010.

203. Хант, Дж. Управление людьми в компаниях : руководство для менеджера / Хант, Дж. – М., 1999.

204. Хруль, В.М. Религия, масс-медиа и представления о Боге в современной России. Опыт междисциплинарного исследования. В.М. Хруль. – М., 2012.

205. Религия и СМИ в социальном пространстве: конкуренты или партнеры? / В.М. Хруль // Теория и социология СМИ : ежегодник. – 2011.

206. Ярыгина, Н.С. К вопросу о некоторых тенденциях развития зарубежных СМИ в современный период [Электронный ресурс] / Н.С. Ярыгина // RELGA. – 2007. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2041&level1=main&level2=articles>.

Документы:

1. Петроградский военно-революционный комитет: документы и материалы : в 2т. М., 1967. – Т.2.

2. Отчет VIII Всероссийскому съезду Советов. – М., 1920.

3. Декрет Совета Народных Комиссаров «Об отделении церкви от государства и школы от церкви». – Режим доступа: <http://constitution.garant.ru/history/act1600-1918/5325/>.

4. Священный Собор Православной Российской Церкви. Деяния : в 11кн. М., 1918. – Кн. VI, вып. 1.

5. ФЗ о государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания российской федерации. Гл. 3. Ст. 8 [Электронный ресурс] // Библиотека Copyright.ru. – Режим доступа: http://www.copyright.ru/ru/library/zakonodatelstvo/inve_vidy_intellektualnoi_sobstvennosti/sredstva_massovoi_informatsii_i_knigoizdanie.

6. Поместный Собор Русской Православной Церкви 1990 года [Электронный ресурс] // Интерфакс религия. – 2009. – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=reference&div=41>.