

Социально-профессиональная специфика дискурса конфессиональных медиа

Научный руководитель – Мисонжников Борис Яковлевич

Филатова Анна Валерьевна

Выпускник (специалист)

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, Факультет культуры,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: filochka@gmail.com

В погоне за рейтингом современные медиа делают ставку на ангажированность и скандальность. Это, в свою очередь, несет существенные изменения в мировоззрении читателей, их вкусов и предпочтений. Уже давно твердят о «падении нравов», «нравственной катастрофе». Современная ситуация в обществе напоминает маятник, раскачивающийся с все большей амплитудой. В какую сторону нас качнет - неизвестно. Но то, что назвали причины для существенных изменений, очевидно многим.

В этих условиях, когда грань между нормой и распущенностью постепенно стирается, все более важную роль начинают играть конфессиональные СМИ, которые как раз отвечают за выработку духовно-религиозных и даже мировоззренческих ценностей. Термин «конфессиональная журналистика» в российском информационном пространстве появляется в начале 90-х годов XX века. В этот исторический период Россия переживает «бурные времена вероисповедных реформ»: перемены в правовой основе государства и религиозных организаций, реализация двух федеральных законов о свободе совести и вероисповеданий [1, с.23].

Развитию современной конфессиональной печати в России способствовала и русская духовная журналистика 60-х годов XIX века. В Петербургской Духовной Академии издаются журналы «Христианское чтение», «Духовная Беседа», «Странник», еженедельник «Церковный вестник», выходит православный журнал «Дух христианина»; в Харькове популярен журнал «Духовный Вестник»; в Москве под редакцией священника Н.А. Сергиевского и сотрудничестве священников Г.П. Смирнова-Платонова, П.А. Преображенского и А.М. Иванцова-Платонова издается знаменитый журнал «Православное обозрение». Содержательным в духовном плане был и период 1906-1917 гг., когда творческая интеллигенция испытала колоссальный религиозно-философский подъем, представляя разные уровни и направления религиозной мысли и аналитики (Н.А. Бердяев, Г.В. Флоровский, С.Н. Булгаков, Д.С. Мережковский, Е.Н. Трубецкой, В.В. Розанов, В.А. Тернавцев и др.). Да и в советское время распространялась религиозная печать, хоть и подпольно, нелегально.

Все эти процессы повлияли на развитие и формирование современной религиозной журналистики, у которой, как мы видим, есть свои исторические и культурологические корни. Сегодня к конфессиональным (от лат. «*confessio*» - вероисповедание) медиа относят направление журналистики, занимающейся описанием религиозного процесса в информационном поле России и за его пределами. Существует мнение, что в настоящее время произошло четкое разделение конфессиональных СМИ и светской религиозной журналистики, в результате чего сформировались два новых, самостоятельных направления: конфессиональная журналистика и религиозная публицистика [2]. В основе размежевания лежат принципы, на которых строят свою работу журналисты религиозных и светских СМИ. Если религиозная журналистика в первую очередь занимается **описанием религиозного процесса**, то приоритетом конфессиональной журналистики является **миссионерство и проповедь**.

Некоторые исследователи в свою очередь делят религиозную журналистику на две части: конфессиональную и светскую.

Условно конфессиональные, в частности христианские СМИ, можно разделить на три группы:

- церковные (или профилированные) СМИ;
- общеконфессиональные СМИ;
- светские СМИ, ориентированные на освещение религиозных вопросов.

Сегодня в российском медиа-пространстве ведущее место занимают издания Русской православной церкви (всего более 500 наименований на территории России и СНГ). За последние годы качество православной журналистики заметно растет. Самые известные и популярные православные издания: официальные - «Журнал Московской Патриархии», «Информационный бюллетень (Отдела внешних церковных связей)», журналы «Православие и жизнь» и «Православная беседа»; церковно-теоретические - журнал «Христианское чтение», студенческий православный журнал «Встреча»; специальные издания для детей и подростков - журналы «Божья коровка», «Свечечка», «Ступени», «Божий мир», газеты «Светлячок» и «Чадушки»; просветительские - журналы «Фома», «Вода живая», «Нескучный сад», «Славянка» (для женщин), «Наследник» (для молодежи). Развивается епархиальная печать, а далее, следуя иерархическому принципу, приходская и монастырская.

С начала 2000-х годов Русская православная церковь активно занимает свои позиции в радиовещании и телеэфире, появляются такие известные радиостанции, как «Град Петров», «Благо», «Православное радио Санкт-Петербурга» (с 1997 года), «Радио Образ» (вещает с 2007 года при поддержке Нижегородской епархии); 28 июля 2005 года начал своё вещание в России первый общественный православный телеканал «Спас» (основной собственник телеканала - Московская патриархия, аудитория телеканала на 2019 год 2%), в этом же году создается и всем известный православный телеканал «Союз» (на сегодня количество зрителей - более 1 миллиона 300 тысяч); в 2008 году образовывается детский семейный образовательный православный канал «Радость моя», основная задача которого — «способствовать формированию у зрителей системы нравственных ориентиров на основе семейных и культурно-исторических ценностей» (телеканал обеспечивает 24-часовое вещание, в сетке отсутствует реклама). В 2009 году на крупнейшем видеохостинге Youtube.com появляется официальный канал Русской православной церкви (на сегодня 42,5 тысячи подписчиков и более 23 миллиона просмотров). Для сравнения канал VaticanNews, созданный в 2005 году на Youtube.com, имеет 262 тысячи подписчиков и более 41 миллиона просмотров.

Безусловно, религиозную журналистику типологически можно отнести к тематическим нишевым СМИ. Существует мнение, что конфессиональная журналистика - это журналистика корпоративная. Как и у корпоративных СМИ, целевая аудитория православных изданий делится на внутреннюю (члены корпорации) и внешнюю. По мнению журналиста Ксении Лученко, «все православные медиа (будь то официальные сайты, телеканалы, приходские листки или независимые порталы) страдают от этой двойственности, ищут баланс между двумя целевыми аудиториями. . . и чаще всего его не находят» [3].

Особенность конфессиональных СМИ в том, что они созданы самими религиозными институтами и, соответственно, призваны служить их определенным целям и нуждам. Поэтому конфессиональные СМИ априори более внимательно и ответственно подходят к освещению религиозных событий. Закономерно признать: возникло новое направление в отечественной журналистике, которое требует осмысления.

Источники и литература

- 1) Одинцов М.И. Вероисповедные реформы в Советском Союзе и в России. 1985-1997 гг. Москва, 2010.
- 2) Щипков А.В. Конфессии и СМИ // Новая газета. 2001. Май, 31.
- 3) Лученко Ксения. Что такое православные СМИ? [Электронный ресурс]. Правмир, от 14 июня, 2012. URL: <https://www.pravmir.ru/что-такое-pravoslavnye-smi/>. (Дата обращения: 02.03.2020).