

стандартов медиа. Поддерживаются проекты, направленные на редакционную независимость, этическое управление, прозрачность и построение заслуживающей доверия системы саморегулирования. Представители профессиональной журналистики недовольны политикой двойных стандартов. В настоящее время деятельность журналистов подлежит куда более тщательному контролю, чем работа авторов-аматоров, не имеющих надлежащих знаний об этических процедурах сбора информации, проверки источников, требующая потому более пристального внимания со стороны контролирующих органов.

По утверждению известного американского журналиста Дэвида Рэндалла, кодекс чести для журналиста — это «свод правил, которых должен придерживаться (либо стыдиться того, что не придерживается) каждый уважающий себя журналист» [5. С. 47]. Как заставить представителей гражданской журналистики «стыдиться», а еще лучше — придерживаться этических норм — важный вопрос, особую роль в решении которого играет культура. Промоция сетевого этикета, создание своего рода «дорожной карты» поведения для участников коммуникационного процесса — эти задания до сих пор не являются первоочередными для государственной политики в отношении Интернета. Очевидно, что эра социально ответственной журна-

листики еще не наступила. Но традиционные СМИ и новые медиа должны начать диалог для выработки единых механизмов этического регулирования, для определения баланса интересов общества и медиа. Последние, обладая огромным общественным влиянием, являются формирующим фактором в развитии глобального информационного пространства. И то, каким уровнем демократизма и объективности оно будет наделено, во многом зависит именно от этической составляющей самоорганизации медиасферы.

Литература:

1. Путеводитель по регулированию сетевых СМИ / под ред. А. Улен и М. Стоун. Вена : Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. 130 с.
2. Луман Н. Честность политиков и высшая аморальность политики // Вопросы социологии. 1992. Т. 1. №1.
3. Damian Tambini, Danilo Leonardi and Chris Marsden. The privatisation of censorship: self regulation and freedom of expression. UCL Press, 2008. P. 269–289.
4. Лазутина Г. Профессиональная этика журналиста. М. : Аспект-пресс, 2011. 224 с.
5. Дэвид Рэндалл. Универсальный журналист. СПб. : ПроМедиа, 2000. 120 с.

УДК 070.1/115.4

В. С. Байдина

Томский государственный университет

ФАКТОРЫ ОТРАЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье исследуются факторы, влияющие на отражение социального времени в пространстве массмедиа и преимущественно в телевизионном пространстве. Автор приходит к выводу, что из совокупности факторов, определяющих характер создания этого образа, первостепенными являются авторская позиция журналиста, политический дискурс и типичное представление социума о собственном историческом периоде.

Ключевые слова: социальное время, массмедиа, факторы отражения социального времени, телевидение, аналитическая журналистика.

This article examines the factors influencing the reflection of social time in the space of media, mainly television. The author comes to the conclusion that a combination of factors that determine the nature of the creation of this image, are the copyright of civic position of a journalist, political discourse and typical society representation of the social time on its own historical period.

Keywords: social, media, factors reflect social time, TV, analytical journalism.

В СФЕРЕ МАССМЕДИА устанавливается текущая повестка дня, недели, месяца; актуализируется исторический опыт нации, обсуждаются возможные варианты развития общества и государства. Значимость отражения темпоральных процессов в СМК определяется функциональным потенциалом образа социального времени в медиапространстве. Формируя образ времени, медиаторы расширяют свой воздействующий и творческий потенциал, актуализируют и активизируют социально-ориентирующую, миромоделирующую, познавательную, аксиологическую, идеологическую и интегративную функции журналистики.

Социальное время в массмедиа — это оценка факта, события, эпохи, соединяющая в емкой эмоционально-логической форме прошлое-настоящее-будущее социума и определяющая отношения между модусами времени в динамическом и аксиологическом аспектах.

Интерпретация фактов действительности и метафоризация реальности в процессе создания образа социального времени зависят в первую очередь от познавательных и творческих усилий журналиста. Заметным «медиасобытием» может стать реальное событие, в которое погружается медиатор, умеющий чувствовать свое время. Его креативный потенциал не просто фиксирует событие в социальном времени-пространстве, а создает такую модель действительности, которая позволяет обществу более четко осознавать грань между «прошлым» и «настоящим», обозначать пределы современности и видеть горизонты «будущего».

Однако на творческую энергию и общественную активность журналиста влияет целый ряд факторов. Гражданская позиция журналиста может вступать в конфликт с идеалами, которые функционируют в обществе и формируются властной элитой. К числу значимых факторов отражения социального времени в медиапространстве относятся: политическая, экономическая, социальная ситуация в конкретном обществе и интенсивность процессов в этих сферах социального пространства; уровень самосознания социума, степень развитости общественной рефлексии, профессионализм журналистского сообщества и аксиологические доминанты исторического периода. В совокупности они влияют на то, какой образ времени будет репрезентован в медиапространстве, а следовательно — воспринят массовым сознанием.

На практическом и теоретическом материале мы проанализировали наиболее существенные факторы, влияющие на медийный образ социального времени. В основу исследования легла идея В.А. Сидорова о трех основных каузальных факторах отражения времени в массмедиа. К ним, по мнению исследователя, относятся: авторская позиция, выраженная в понимании журналистом духовной ситуации времени; представление о политическом времени и восприятие образа времени аудиторией СМИ и обществом в целом [1. С. 136].

Первый из обозначенных факторов — авторская позиция, выраженная в личностном понимании духовной ситуации времени. Духовную ситуацию времени В.А. Сидоров приравнивает к времени бытия журналиста и обозначает этим понятием «социальную реальность как интегральную совокупность проявлений экономических и политических отношений между людьми в их идеологическом и ценностном оформлении» [Там же]. Эта реальность влияет на статус журналистики в социуме и возможности реализации журналиста.

В отношении современного статуса профессии журналиста и спектра возможностей самореализации медиаторов можно наблюдать двойственную ситуацию. С одной стороны, в информационном обществе все социальные институты зависимы от СМИ, поскольку высокая технологичность последних обеспечивает большую свободу информации. Однако журналисты сами становятся заложниками быстрого потока информации, так как гипермобильный стиль работы не

позволяет анализировать сложные социальные процессы.

Осмысление времени журналистикой, стремление выразить время бытия социума требует дистанции, выключенности из конвейера новостей. «Качественные» характеристики времени проявляются в некоей «остановке» момента «сейчас», его консервации и последующей интерпретации (так в медиапространстве дробится время — событие вычленяется из пространственно-временного континуума); но одновременно и в усилиях журналистики разрушить дискретность времени, восстановить причинно-следственные связи; наконец, в образном видении настоящего, прошлого и будущего. Поэтому объемный образ социального времени, как правило, создается в авторской, а не новостной журналистике.

Исследователи СМИ, медиакритики и практикующие журналисты говорят об отсутствии в настоящее время абсолютных лидеров мнения в профессии, кризисе «серьезной» журналистики, ненужности ее политической элите в стране и регионах. Особенно ярко негативные тенденции проявляются в телевизионном эфире.

Аналитическая телепублицистика с конца 2000-х годов переживает системный кризис.

Признаки кризисной ситуации:

- Высокая степень зависимости от власти приводит к засилью официоза на телекомпаниях. Эксперты и телезрители обвиняют «телевизионщиков» в пассивности.
- Уменьшается число телекомпаний, производящих собственный оригинальный телевизионный продукт.
- Уменьшается количество аналитических и информационно-аналитических программ.
- Сокращается доля критических сюжетов в верстке аналитических программ.
- Ухудшается качество аналитического продукта: сокращается количество источников информации, задействованных в материале, сюжеты выглядят несбалансированными.
- Снижается качество публицистических текстов, степень их воздействия на аудиторию. В материалах журналистов наблюдается отсутствие авторской оценки события или явления.

В августе 2014 телеканал РЕН ТВ объявил о закрытии программы «Неделя» с Марианной Максимовской», объяснив это «совместным решением» ведущей и руководства телеканала. По мнению медиакритиков, событие стало очередным потерянным рубежом в вопросах свободы слова в телеэфире: «У «Недели» всегда были стабильно высокие рейтинги, следовательно, убыточной ее никак не назовешь, — с коммерческой точки зрения такую бы открывать, а не закрывать. А вот с идеологической... Даже странно, что «Неделю» давно не закрыли по соображениям, скажем так, единомыслия. Работать честно и профессионально в журналистике сейчас не принято, сейчас принято пропагандировать и быть рупором сами знаете чего, и в «ящике» —

особенно. Вопросы, сомнения, альтернативные точки зрения, просто не окрашенная идеологией информация сейчас не то, что не востребована — гонима» [2]. Ряд комментариев медиасообщества о закрытии «последней независимой общественно-политической программы на российском телевидении» приводит «Коммерсантъ»: «Последние годы журналистское сообщество удивлялось, как Максимовской удастся вести передачу при условии, что все остальное телевидение давно стерильно», — отметила глава комиссии по свободе информации СПЧ Елена Масюк. За последние месяцы российское ТВ окончательно пришло к «контентной однозначности и определенности», говорит господин Дондурей, и «в этой ситуации Марианна Максимовская была как белая ворона, у нее не было шансов выжить...» [3].

Между тем все достижения российской публицистики связаны с проявлением в материале авторской позиции. И чем сильнее обстоятельства, препятствующие выражению журналистом собственного «я», тем выше оценка зрителей и коллег. Тем четче обозначены социальные артефакты, границы прошлого, настоящего и будущего в материалах журналистов.

Второй фактор, влияющий на отражение социального времени в массмедиа, — **политическое время или политический дискурс** — в формулировке В.А. Сидорова — «представление о политическом времени, свойственное тем, кто волен допустить или не допустить журналистский текст в каналы коммуникации» [1. С. 136].

Этот аспект нам представляется целесообразным рассмотреть на примере функционирования аналитических передач в России в 1990-е, 2000-е и 2010-е годы. Обозначим факторы, влияющие на развитие аналитической публицистики в каждом периоде.

Факторы развития аналитической публицистики в 1990-е годы:

Нестабильная социальная, политическая и экономическая ситуация в новом государстве.

Информационная свобода.

Коммерциализация телевидения.

Персонификация информации.

Факторы развития аналитической публицистики в 2000-е годы:

Нестабильная социальная и политическая ситуация в стране.

Серьезная конкуренция между телеканалами.

Формирование государственного холдинга ВГТРК.

Интерес аудитории к аналитическим программам.

Высокий кадровый потенциал журналистов поколения перестройки.

Факторы развития аналитической тележурналистики к концу 2000-х годов:

Стабилизация политической системы.

Возвращение государственного контроля за СМК.

Падение интереса к общественно-политической тематике.

Снижение доверия аудитории к телевидению.

Закрытие ряда рейтинговых и авторитетных аналитических программ в эпоху 2000-х.

Факторы развития аналитической тележурналистики в 2010-х годах:

Несменяемость политической элиты в настоящем и обозримом будущем.

Стагнация экономики.

Монополизация телевизионного дискурса.

Дестабилизация геополитической ситуации.

Конфронтация Россия — Запад

Динамика развития аналитической телепублицистики в постсоветскую эпоху отражает и всю историю российского ТВ: от становления аналитических еженедельных телеобзоров и эры «независимого ТВ» — к информационным войнам в телеэфире; от распада НТВ в 2000-х — к трансформации медиасреды в середине 2000-х; от усиления роли государства на медиарынке до вопроса о драматическом разрыве информационной повестки дня ТВ и Интернета в 2010-м; от предложения вернуться к идее общественного ТВ в 2011-м — к эпохе «контентной однозначности и определенности» и «стерильности» телеэфира в 2014-м.

Таким образом, опасны как политические манипуляции в телевизионном пространстве — журналисты становятся орудием в информационных войнах, так и подавление авторского, исследовательского начала в еженедельных обзорах, когда они превращаются в продолжительную кальку новостей, а далее эволюционируют в пропагандистский рупор власти.

Третий фактор — восприятие образа времени аудиторией СМК и обществом в целом — можно обозначить как совокупность определенных установок в восприятии и переживании социального времени аудиторией СМК, задающих ей определенный характер «чтения» медиаобраза социального времени. Эти установки формируются так называемым «доминирующим» социальным временем, или типичным представлением о времени в конкретном обществе.

А.И. Гуревич утверждает, что такое представление о времени необходимо для координации различных темпоральностей социальных групп, консолидации общества, типичный образ времени может быть управляемым: «регулирование восприятия социального времени является важной идеологической силой» [4. С. 159].

И.М. Попова акцентирует внимание на том, что взаимосвязь темпорализации и идеологии — это вопрос о соотношении настоящего и будущего, настоящего и прошлого: «При выяснении связи проблем восприятия времени и функционирования идеологии обнаруживается некий парадокс: основанием идеологии являются насущные интересы и стремления, определяемые практикой настоящего, тогда как содержание любой идеологии составляют представления о прошлом и будущем» [5. С. 143]. Итак, «доминирующий» образ социального времени складывается из господствующих идеологических установок, социокультурных факторов и определяется теми практическими задачами и проблемами,

которые существуют у данного общества в настоящем и воспринимаются как первоочередные. Они формируют отношение к прошлому и ожидание будущего.

В изучении выше обозначенного фактора нас интересует, как «доминирующий» образ социального времени влияет на характер восприятия темпоральных процессов журналистами, насколько он детерминирует медийные образы социального времени?

Проанализируем идеологический фон и темпорализацию в советскую эпоху, период реформ 1990-х годов и на историческом отрезке «нулевых» годов. Отметим, что доминирующий образ социального времени в советскую эпоху и эпоху 1990-х проанализирован нами опосредованно — через выводы, к которым пришли исследователи феномена социального времени, и историю развития аналитических передач. Период 2000-х проанализирован через спектр оценок социального времени, представленных в информационно-аналитических программах эпохи. Вариативность методов исследования объясняется затрудненным доступом к архивным передачам 1990-х годов и советского периода.

Т.П. Фокина обозначает взаимоотношения между модусами социального времени в советскую эпоху¹ как атемпоральные. Прошлое легитимировало Советское государство. Но при этом вся система была направлена на процветание страны в будущем: «“Время, вперед!” — этот лозунг, рожденный колоссальным ускорением социально-экономического ускорения страны, — яркий пример отношения народных масс ко времени и к ценности настоящего. Этим объясняется и беспримерная жертвенность народа ради всеобщего счастья в будущем» [6. С. 15–17].

Для партийного руководства СССР ТВ было мощнейшим средством воздействия на аудиторию. Первый общесоюзный информационно-политический журнал «Эстафета новостей» просуществовал в прямом эфире с 1961 по 1965 год.

Начиная с 1966 года — общественности внушалось, что правильная точка зрения может быть только одна, сократилось количество прямых передач, рос список фамилий лиц, запрещенных к эфиру на радио и ТВ: «... задачи малого экрана понимались четко и однозначно, и нам, журналистам, не раз выговаривали: “Что это за “проблемная журналистика”?”. Проблемы ставят и решают Центральный Комитет партии и правительство. А ваше дело их пропагандировать» [7. С. 7].

Публицистические программы эпохи перестройки стали признаком демократизации телевидения, особой формой донесения позиций, знаний, взглядов. Они задали высокую планку профессии тележурналиста. Однако государственная монополия на вещание не способствовала действительному воплощению на практике принципов гласности. Журналисты, имеющие достоверную и злободневную информацию, были

лишены возможности ее сообщать. Многие публицистические программы были закрыты.

Восприятие времени в постсоветскую эпоху исследователи обозначают как «плюрализм времени», т.е. — «полифония объективных форм времени и его оценок при одинаковой самоценности прошлого, настоящего и будущего» [8. С. 33]. Разнообразие мнений и оценок, сосуществование различных точек зрения, возможность альтернативы развития. Но переходное общество — испытывает презентизм.

По мнению И.М. Поповой, для такого общества особенно характерно доминирование настоящего: «Трансформационные процессы порождают так называемый презентизм. Люди живут сегодняшним днем, не принимая в расчет будущее и не ставя перед собой сколько-нибудь значимые цели. С явлением презентизма связано такое состояние социума, как “ожидающее общество”, что означает крайнюю общественную пассивность, неверие в собственные силы и возможности» [5. С. 135–144].

Катастрофичный образ времени демонстрировали телевизионные программы, особенно явно негативные сценарии будущего страны обозначились в преддверии выборов и эпоху «информационных войн»: «... почти все телеканалы на протяжении двух месяцев 1998 года, между 20 мая и 15 июля, представляли исключительно одних шахтеров, оборонщиков, медработников из нескольких депрессивных регионов. Сюжеты главных выпусков новостей подбирались таким образом, чтобы у зрителя создалось впечатление, что земля буквально разверзается под ногами: “налоги не соберут”, “забастовки не останавливают”, “деньги МВФ не даст”, “правительство потеряло контроль над ситуацией”» [9. С. 4]. При этом самые плачевные сюжеты давались исключительно в подробных репортажах, а на социальную информацию другого рода был введен запрет. Если нельзя было не упомянуть о редком позитивном явлении, то «оно помещалось в такой “кислотный” контекст, который его полностью обесмысливал» [Там же].

Для выявления образа социального времени в десятилетие 2000–2010 был проведен комплексный анализ содержания наиболее рейтинговых еженедельных аналитических программ (итоговых обзоров) общенациональных телеканалов на основе оригинальной методики². Через совокупность частных оценок социального времени в медиатекстах выявлены топологические картины социального времени в 2000 и 2010 годы.

В 2000 году прошлое ассоциируется с эпохой 1990-х, которая репрезентируется как время «слабости власти» и «слабости государства». В модусе настоящего фиксируется начало «новой эпохи», превалирует мотив неустроенности, бедности и неблагоприятного социального самочувствия. Образ главного политического лидера

¹ Исследователем обозначен период с 1929 по 1985 год.

² Подробно методика анализа и его результаты описана в статье: Байдина В.С. «Прошлое», «настоящее» и «будущее» россиян в структуре телевизионного образа социального времени // Медиаскоп. Вып. 4. 2012. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1236>

страны оценивается неоднозначно, задает вектор будущего (мотивы неизвестности, альтернативы, ожидания), вызывая эффект ожидающего общества.

Пессимистичный образ будущего обозначен сценариями «кавказской угрозы» (невозможность сохранить целостность государства) и «авторитаризма» (возвращение в прошлое). Положительные прогнозы репрезентируются через целеполагание: «Россия должна быть сильным государством», «Путин должен осуществить прорыв».

В 2010 году в модусе прошлого «доперестроечное» время приобретает положительное толкование, это говорит о ностальгии общества по эпохе «понятной идеологии», обнаруживая идеологический вакуум в настоящем. В доминанте «1990-е» положительно оценивается мотив «свободы» и отрицательно мотив «нестабильности». Ностальгирующий мотив свободы говорит об ее отсутствии в настоящем, а «нестабильность» легитимирует существующий политический строй, главное достижение которого — «стабильность» в стране.

В модусе настоящего несменяемость лидера ассоциативно возвращает к долгоиграющим политическим режимам прошлого, свидетельствует об ограниченности альтернатив развития российского общества в будущем. Мотив усиления национальной розни между русскими и выходцами с Кавказа обнаруживает новую волну нетерпимости, противостояния наций.

Будущее представлено через категорию должностования. Национальный приоритет: «великая единая Россия, мощная, эффективная страна, которая обеспечивает хорошие условия для жизни своих граждан и пользуется уважением в мире». Категория будущего выражается и через демонстрацию катастрофических сценариев развития страны в случае несоблюдения определенных алгоритмов обществом и государством.

Примечательно, что в 2000 году частные оценки времени, транслируемые разными телеканалами, демонстрируют полярность, а в 2010 году — превалируют схожие оценки времени. Это свидетельствует о том, что идеологические тренды власти все больше влияют на формирование телевизионного образа социального времени.

Итак, в обозначенные нами исторические периоды по-разному складывалось взаимодействие доминирующего в обществе образа социального времени и телевизионного образа социального времени: в советскую эпоху и период с середины «нулевых» годов и далее в 2010-х — телевизионное пространство транслирует доминирующий образ социального времени, создаваемый идеологическими установками власти. В эпоху «перестройки», 1990-е годы и первую половину «нулевых» — журналисты расшатывают доминирующий образ социального времени и постепенно задают обществу новый образ времени, новые идеологические доминанты.

Мы проанализировали, какие факторы влияют на тот образ социального времени, который репрезентируется в СМК, преимущественно на телевидении как самом массовом канале распространения информации. К факторам, оказывающим влияние на «доми-

нирующий» образ социального времени, относятся: авторская позиция, выраженная в понимании журналистом духовной ситуации времени; представление о политическом времени и восприятие социального времени аудиторией СМК и обществом в целом на данном отрезке исторического времени.

Авторская позиция журналиста сегодня подвергается серьезному влиянию со стороны политических, экономических и технологических факторов. Гипермобильный стиль современной журналистики, высокая степень участия властных структур в информационной политике телекомпаний существенно сокращают возможности журналиста для самореализации, в том числе не всегда позволяют выразить в своем материале всю сложность темпоральных процессов и сущность социальных трансформаций. Медиакритики свидетельствуют о кризисе авторской журналистики, отсутствии ярких публицистов, безусловных лидеров в профессии.

Второй фактор — политическое время или политический дискурс. Аналитические программы, на примере которых мы исследовали телевизионный образ социального времени, традиционно наиболее чутко реагируют на политические процессы в стране и находятся в жесткой зависимости от уровня политических свобод.

Третий фактор — восприятие образа времени аудиторией СМК и обществом в целом. Идеологические доминанты периода сегодня формируются властью и транслируются через монополизированный телевизионный дискурс, поэтому телевизионный образ социального времени становится доминирующим образом социального времени в российском обществе.

Может ли журналист освободиться от доминирующего образа социального времени и «увидеть» время по-новому? Нам представляется это возможным, вопрос лишь в том, в какой степени? Перевернуть общественное сознание свойственно не каждому медиатору. А тому, кто «уже сейчас сознает последствия своих действий и нового знания» — человеку с «интегральным сознанием» [10. С. 77–78]. Помимо социальной зоркости, журналисту необходимо обладать и определенным мужеством, чтобы обнародовать новый взгляд на свое время, а не прибегнуть к самоцензуре.

В вопросе о взаимосоотношении «доминирующего» образа социального времени в обществе и медийного образа правомерно говорить о сложном многоступенчатом характере взаимовлияний. Журналисты могут транслировать «доминирующий» образ социального времени аудитории и поддерживать его в обществе. Могут расшатывать представления аудитории о времени и постепенно обозначать переход к новому мировосприятию.

Литература:

1. Сидоров В.А., Ильченко С.С., Нигматуллина К.Р. Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины / под общ. ред. В.А. Сидорова. СПб, 2009.

2. *Вера Цветкова*. КАРТ-БЛАНШ. Вперед — к единомыслию // Независимая газета. URL: http://www.ng.ru/politics/2014-08-04/3_kartblansh.html
3. «Неделя» закончилась // Коммерсантъ. URL: <http://www.president-sovet.ru/events/6740/>
4. *Гуревич А.Я.* Категории средневековой культуры. М.: Искусство, 1984.
5. *Попова И.М.* Представления о настоящем, прошедшем и будущем как переживание социального времени // Социологические исследования. 1999. №10.
6. *Фокина Т.П.* Время в командно-административной системе как типе культуры // Время и преемственность в развитии культуры: сб. статей. Изд-во Саратов. ун-та, 1991.
7. *Борецкий Р.* «Лицо» телевизионной программы, или хорошо забытое старое // Телевидение на перепутье. Статьи 1989–1998. М.: НИАНО, 1998.
8. *Ежов О.Н.* На пути к плюрализму времени // Время и преемственность в развитии культуры. : сб. статей. Изд-во Саратов. ун-та, 1991.
9. *Дондурей Д.* Народ уговорили не вставать с колен: информационная война — преддверие гражданской // Известия. 1998. 5 августа. С. 4.
10. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2007.

УДК 070.1; 654.197

Е.В. Халина

Томский государственный университет

ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЕ ПРАВОСЛАВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ТОМСКЕ

Статья посвящена анализу деятельности религиозного радио Томской области. На примере программ радиостанции «Томский благовест» автор рассматривает особенности работы журналистов в эфире религиозного радио, структуру и музыкальное оформление передач. В статье предпринята попытка определить специфику СМИ, в котором объединены черты светской, религиозной и интернет-журналистики.

Ключевые слова: конфессиональное СМИ, онлайн-журналистика, разговорное радио, светско-религиозные программы.

The article analyzes the activity of religious radio in Tomsk region. By the example of the programs on the radio station "Tomskiy Blagovest" the author examines the characteristics of journalists' work in religious radio's broadcast, the structure and musical design of the programs. The article attempts to identify the specificity of the mass media, which combines the features of a secular, religious, and online journalism.

Keywords: confessional mass media, online journalism, talk radio, secular-religious programs.

СЕГОДНЯ, КОГДА МИР СТАНОВИТСЯ все более полярным и нестабильным, возрастает значение христианской культуры, которая может служить основой для развития нравственно-этических ценностей общества. Для многоконфессиональной и многонациональной России это особенно актуально.

В январе 2013 года в Томской области начал вещание христианский церковно-общественный канал «Томский благовест». Сначала в Мельниково и Стрежевом, потом еще в двенадцати населенных пунктах Томской области. А в августе 2014 года проект получил частоту в Томске. Правда, эфирное вещание в Томске пока официально так и не начато, сотрудники готовят-

ся к торжественному открытию. Но в сети Интернет томские программы можно слушать круглосуточно.

Развитие религиозного радио особенно активизировалось в последнее время. К давно вещающим станциям (таким как «Мария», «Радонеж», «Тэос», «Град Петров») присоединяются новые. Например, радио «Вера» с 14 сентября 2014 года стало выходить в Москве на частоте 100,9 FM (кстати, «Томский благовест» получил в городе такую же частоту).

На первый взгляд, «Томский благовест» выглядит как типичная современная религиозная радиостанция. Функционально это два направления — конфессиональная журналистика, реализуемая в виде миссии, проповеди, апологетики, и собственно светская журналистика с анализом общественных, политических, экономических проблем, информированием и развлечением. Плюс, это радио, которое пока существует в Томске только в сети Интернет. Соответственно, выглядит оно как обыкновенное онлайн-СМИ. Попадая на сайт «Томского благовеста», оказываешься в информационном пространстве, которое даже графически разделено на две основных части: слева новости Томска (ссылки на сообщения основных томских информационных интернет-порталов), а справа новости Томской Епархии (сообщения на официальном сайте Томской Епархии «Православие в Томске»). В центре располагаются анонсы подкастов основных радиопередач. Вверху есть «кнопка» для прослушивания непосредственно эфира. По словам редактора отдела образовательных программ «Томского благовеста» Любови Клоковой, все программы пока звучат в записи.