

УДК 070.1(495) + 070.1:27-75 + 004.032.1

**О. А. Богданова**

## **ЦЕРКОВНАЯ ПЕЧАТЬ И РАДИО ГРЕЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ МИССИИ И ПРОПОВЕДИ (2001–2017 гг.)**

Статья посвящена анализу печати Православной церкви в Греции на современном этапе (2001–2017 гг.). В работе определяется место церковных СМИ (радио и печати) в миссионерской деятельности Православной церкви и дается всесторонний анализ церковной медиасистемы Греции. Актуальность и научная значимость работы определяется тем, что современные церковные СМИ Греции не исследованы в научной литературе. Работа может стать базой для дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** Греция; церковные СМИ; Элладская православная церковь; Вселенский патриархат; религиозная журналистика; медиастратегии; медиасистема; журналы; газеты; радио.

Настоящая статья посвящена исследованию церковной печати и радио в Греции на современном этапе (2001–2017 гг.). Цель – проанализировать, как сегодня Православная церковь в Греции использует СМИ для более широкого воздействия проповеди, т. е. выяснить, является ли печать инструментом проповеди и миссии. Задача — провести исследование современной системы греческой церковной печати, выявить основные тенденции и факторы ее формирования с использованием методологии комплексного анализа (совмещение типологического и экологического подходов).

В рамках экологического подхода были выявлены факторы, которые влияют на функционирование и формирование медиасистемы [4, 155]. Опираясь же на типологический подход, мы проанализировали структуру церковной медиасистемы Греции с точки зрения характеристик первого (аудитория, ареал распространения, тематика), второго (периодичность) и третьего (функции СМИ) порядков [Там же, 155].

Термином «медиасистема» мы обозначаем всю совокупность печатных изданий и радиостанций, которые создает церковное сообщество Греции.

Хронологические рамки исследования — с 2001 по 2017 г. — определяются двумя факторами. Во-первых, 16 лет — достаточный период для того, чтобы составить представление о современном состоянии медиасистемы. Кроме того, ряд современных церковных изданий появились после 2001 г. Во-вторых, на данный момент нет ни одного греко- или русскоязычного научного исследования на эту тему. Этим же определяются научная новизна и актуальность исследования.

Типологический подход мы применяем только по отношению к печати как основному предмету нашего анализа.

Эмпирическую базу исследования составили церковные издания Греции:

1. 46 изданий Элладской православной церкви, такие как: «Амвон Пангеу» («Αμβων Παγγαίου»), «О Агиос Виссарион» («Ο Αγ. Βυσσαρίων»), «Орфодокси зои» («Ορθόδοξη ζωή»), «О Осииос Никон о Метаноите» («Ο Όσιος Νίκων ο Μετανοείτε»), «Панагия Миртидиотисса» («Παναγία Μυρτιδιώτισσα»), «Пневматики Кивотос» («Πνευματική Κιβωτός»), «Теология» («Θεολογία»), «Экклисиа» («Εκκλησία»), «Эфимериос» («Εφημέριος») и др.

2. Пять (+2) изданий митрополий Константинопольского патриархата на территории Греции: журналы «Додеканисос» («ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΣ»), «Олкас» («Ολκας»), «Апостолос Титос» («Απόστολος Τίτος»), «Мартириа» («Μαρτυρία»), «Анкира эллидос» («Αγκύραελπίδος») с приложениями «Неаника Анкироволимата» («Νεανικά ακυροβολήματα») и «Конта сто Христо» («Κοντάστο Χριστό»),

Также рассматривались издания братств и приходские издания различного формата, в том числе листки, вышедшие в период с января 2001 по октябрь 2017 г.

Значительная часть информации была получена из 25 интервью, взятых автором статьи в октябре 2014 г. и в сентябре — октябре 2016 г. непосредственно (и с помощью телефона и Интернета) у главных редакторов и постоянных авторов церковных печатных изданий Греции, а также глав и секретарей митрополий.

В данной статье мы рассматриваем только средства массовой информации, которые имеют отношение к официальному институту Церкви, и оставляем за рамками СМИ независимых от него церковных сообществ (например, православных братств).

\*\*\*

Традиционно термин «медиастратегия» применяется в области рекламы и обозначает использование СМИ для продвижения определенной продукции [2]. Для Православной церкви с самых первых десятилетий ее существования важнейшими задачами были проповедь христианского учения (комплекса знаний о Боге, мире и человеке, который составляет содержание догматов) и трансляция жизненного и духовного опыта, накапливаемого и хранимого в личных практиках членов церковного сообщества: «Идите по всему миру и проповедуйте Евангелие всей твари» (Мк. 16:15).

Используя принятую в журналистской науке терминологию, можно сказать, что совокупность церковного Предания — это продукция Церкви. Цель Церкви — миссионерскую деятельность — можно обозначить термином «продвижение продукции». Методы использования СМИ для реализации этой цели — медиастратегии.

Потенциальная аудитория церковных СМИ в Греции — 95,1 % населения страны. Именно столько граждан регулярно участвуют в церковных службах, по данным Европейской социологической службы (The European Social Survey). Согласно данным общегреческого опроса 2008 г. [6], для 78 % греков роль веры в жизни важна или очень важна, но регулярно соблюдают посты лишь 19 %, Священное Писание читают 39 % и верят во Второе пришествие 53 % (при том, что

догмат о Втором пришествии является одним из основных). Эти данные свидетельствуют о том, что сегодня в греческом обществе есть большое пространство для церковной миссии и проповеди. Тем более что, по данным того же опроса, 39 % греков хотели бы знать мнение Церкви по всем вопросам жизни.

Теоретически у Церкви есть три возможные медийные стратегии: полностью игнорировать мир массовых коммуникаций, сотрудничать со светскими СМИ и создавать собственные медиа. Понятно, что в современной жизни первый вариант невозможен. Примеры второй стратегии единичны. В масштабах всей Греции это опыт газеты «Демократиа»: церковные иерархи выступают в качестве колумнистов на страницах ее воскресного приложения, и их публикации, по сути, являются проповедями. На региональном уровне — опыт отдельных митрополий Элладской православной церкви: с местными радиостанциями сотрудничают Кифирская (Аттика), Халкидская (Центральная Греция), Иерисосская, Святой Горы и Ардамерионская, Эдесская митрополии, Пелльская и Алмопийская (обе в Центральной Македонии) митрополии; Фтиотидская (Центральная Греция) и Элевферупольская (Восточная Македония и Фракия) митрополии активно взаимодействуют с местной печатью. Кроме того, Фтиотидская митрополия создает еженедельную телепередачу о Церкви на канале «Стар» в Центральной Греции. В основном же в мир массовых коммуникаций Православная церковь в Греции входит, создавая собственные средства массовой информации.

### Система церковных СМИ Греции

За основу описания системы церковных СМИ Греции мы взяли факторы, которые используются для описания светской медиасистемы [4, 154–155].

В системе церковных СМИ **политический фактор** совпадает с **фактором социальной структуры** — это устройство института Церкви. Иерархическое церковное устройство ближе всего к авторитарной государственной системе, однако медиасистема не выстраивается по вертикальной парадигме. Цензура и контроль отсутствуют (тогда как, к примеру, в Русской православной церкви для этой цели существует Синодальный информационный отдел), внутрицерковных документов, которые регулируют работу СМИ, нет (в отличие, скажем, от Римско-католической церкви [5]). На практике церковные СМИ схожи со СМИ авторитарного общества тем, что не являются дискуссионной площадкой, откуда вытекает предрасположенность к использованию преимущественно презентационной стратегии взаимодействия с аудиторией [1]. Это отвечает задаче миссии — в неизменном виде передавать основные принципы христианской жизни, чтобы они вновь и вновь воплощались в каждом новом поколении.

Границы поместной церкви могут не совпадать с границами государства, на территории которого она расположена. Сегодня на территории Греции действуют митрополии двух поместных православных церквей — Элладской православной церкви (82 митрополии) и Константинопольского (или Вселенского) патриархата (13 митрополий). Митрополии подчиняются высшим органам

управления церквей — синодам. Среди митрополий Элладской православной церкви, в свою очередь, выделяются две группы — 51 митрополия собственно Элладской церкви и 31 митрополия так называемых «Новых территорий», которые имеют двойственный статус: они находятся в юрисдикции (т. е. в подчинении) Синода Элладской православной церкви, но в некоторых моментах сохраняют подчиненность Константинопольскому патриархату.

### Общecerковные СМИ

*Элладская православная церковь* выпускает четыре общecerковных журнала. Только два из них косвенно подкрепляют миссионерскую работу. Ежемесячный журнал «Эфимериос» призван помогать священникам готовиться к проповедям и организовывать приходскую жизнь (название переводится как «Клирик»). Контент журнала составляют материалы практического характера (к примеру, серии публикаций «Основные темы катехизации» в № 5 за 2015 г. — № 1 за 2017 г., «Вопросы пастырской психологии» в № 2 — 4 за 2017 г.), сообщения об актуальных изменениях в законодательстве, которые касаются жизни прихода (№ 1 за 2015 г., с. 48; № 3 за 2017 г., с. 48; № 4 за 2017 г., с. 48). «Панта та эфни» — трехмесячное официальное издание Миссионерского отдела Элладской православной церкви, на страницах которого рассказывается о миссионерской работе в 21 заграничной митрополии. Журнал имеет две цели: оказывать помощь миссионерам (в каждом выпуске публикуются подробные отчеты о расходах на миссию и список пожертвований с именами благотворителей и истории об оказанной помощи, например, о том, как неизвестная перечислила митрополии Центральной Африки 54 тыс. евро на постройку школы — № 97, январь — март 2006 г., с. 9) и способствовать решению практических вопросов миссии (публикация ответов на актуальные для миссионеров вопросы, например, может ли христианин, состоявший в двух или трех браках до крещения, становиться священнослужителем — № 123, июль — сентябрь 2012 г., с. 26–27; обязательно ли повторное крещение для того, кто отрекся от веры, — № 128, октябрь — декабрь 2013 г.).

Два других издания не являются инструментами проповеди: «Экклисиа» — ежемесячный официальный информационный бюллетень, «Теология» — журнал чисто научного характера. Он выходит всего четыре раза в год и его главная функция — аккумулировать богословские знания и собирать вокруг себя богословское сообщество.

Аудиовизуальные средства используются исключительно в миссионерских целях.

Официальные издания *митрополий Константинопольского патриархата* — журналы «Додеканисос» (островов Додеканес и Патмосской архиепископии) и «Апостолос Титос» (Критская архиепископия) также служат для публикации официальной информации (патриаршие обращения, коммюнике, церковные постановления) и результатов научных исследований («Додеканисос»).

### СМИ митрополий

Структурирование медиасистемы происходит под влиянием **экономического фактора**, следствие которого — концентрация медиа в руках тех, кто способен оплатить их работу [4, 152]. Внутри церковной медиасистемы наблюдается прямая зависимость между наличием средств и возможностью открыть СМИ. 40 % (32 из 82) митрополий Элладской православной церкви не выпускают вообще никаких периодических изданий. Отсутствие СМИ не означает, что у митрополий нет денег, просто они предпочитают направить финансы на благотворительность (как, например, митрополит Месогейский и Лавреотикийский Николай), а проповедовать словами и через дела милосердия. Таким образом, в деле миссии СМИ не рассматриваются как основной инструмент. Церковные СМИ не являются инструментами получения прибыли, большинство из них распространяется бесплатно, подписка призвана покрыть только почтовые расходы, в редких случаях — иные церковные нужды (например, прибыль от продажи журнала «Анкира эллидос» митрополии Иерапитны и Ситии (Критская архиепископия) идет на филантропическую деятельность).

Для светских изданий церковные СМИ не являются конкурентами (совокупный разовый тираж всех церковных изданий намного меньше разового тиража любой ежедневной общенациональной газеты в Греции и даже регионального издания). Рынок церковных СМИ не формируется. Церковь полностью независима от конкурентных и рыночных механизмов. За счет концентрации финансов митрополии фактически имеют монополию на печатные издания в границах своего региона. Это сказывается на качестве контента журналов: их политику и тематику полностью определяет глава митрополии, правящий архиерей.

Распределение церковных СМИ в зависимости от региона представлено в табл. 1, 2 и 3.

Как видим, митрополии Элладской церкви отдают предпочтение печатным изданиям (51 % митрополий имеют официальное издание, 38 % — свою радиостанцию). При этом приходские издания есть только в 12 митрополиях, что составляет 23 % от общего числа митрополий. Однако, за исключением Афинской архиепископии (г. Афины) и Илийской, Ахарносской и Петрупольской митрополии (Аттика, г. Илион), где собственные издания имеют 10 и 6 приходов соответственно, в остальных митрополиях журнал, газету или приходской листок издают всего один-два прихода.

Митрополии «Новых территорий» отдают предпочтение радио (издание есть у 42 % митрополий, а собственное радио — у 55 %, см. табл. 2). Преимущество печатного издания в том, что человек может обратиться к нему в любое время, быстро и просто найти интересующую его цитату, «плюсы» радио — в возможности охватить большую аудиторию.

В церковном медиaprостранстве Греции очень развит **фактор многоканальности**. Церковные медиастратегии предусматривают использование всех возможных каналов для донесения информации до потенциальной аудитории. 18 % (15 из 82) митрополий Элладской церкви и треть (10 из 31) митрополий «Новых

территорий» имеют одновременно официальное издание и радиостанцию, а некоторые даже две радиостанции

Таблица 1

**Распределение печатных изданий и радио  
в митрополиях Элладской православной церкви**

Регион	Количество митрополий	Количество митрополий, в которых есть официальное издание	Количество митрополий, в которых есть собственная радиостанция	Количество митрополий, в которых есть приходские издания
Афинская архиепископия	1	0	0	1
Атика	13	5	1	2
Центральная Греция	6	2	3	2
Западная Греция	5	4	3	2
Пелопоннес	8	4	3	2
Иония	4	1	2	2
Северные Эгейские острова	5	4	2	1
Южные Эгейские острова	3	2	2	0
Фессалия	6	4	3	0
Всего	51	26	19	

Таблица 2

**Распределение печатных изданий и радио в митрополиях «Новых территорий»**

Регион	Количество митрополий	Количество митрополий, в которых есть официальное издание	Количество митрополий, в которых есть собственная радиостанция	Количество митрополий, в которых есть приходские издания
Эпир	5	1	3	0
Западная Македония	5	4	3	0
Восточная Македония и Фракия	8	5	5	0
Центральная Македония	13	3	6	4

Большая часть митрополий имеет официальный сайт, который позволяет в режиме онлайн слушать радиопередачи и читать некоторые номера официальных изданий. В журналах можно увидеть рекламу официального радио, что говорит об активном развитии конвергенции церковных СМИ. В ситуации экономического кризиса соцсети служат своего рода подспорьем, к примеру, приходской журнал «И фони тис энориас мас» храма Святого Предтечи в Лисворионе (Митилинская, Эресосская и Пломарионская митрополия, Эгейские острова) с февраля 2017 г. выходит только в электронном виде на специально созданном сайте и на странице в Facebook.

С точки зрения ориентации на аудиторию, журналы митрополий можно разделить на две большие группы — ориентированные на аудиторию, которая обладает достаточно высоким уровнем образования, т. е. научно-богословского содержания («Григориос о Паламас», Фессалоникийская митрополия, и «Парусиа», Ланкадасская митрополия), и предназначенные для читателей, у которых нет достаточной богословской подготовки (все остальные). Применяя принятую в работах по типологии печати терминологию, первую группу журналов можно отнести к качественным, а вторую — к массовым [3, 86–98].

В массовых изданиях наряду с публикацией официальной хроники (полностью этой задаче подчинены журналы «Омология» Никейской митрополии и «Павлиос Логос» Верийской, Наусской и Камбанийской митрополии) и позиции митрополитов по актуальным вопросам размещаются материалы исторического и просветительского характера (об истории Греции, выдающихся личностях, церковных праздниках, поучения святых о духовной жизни и т. д.). Через эти публикации реализуется церковная проповедь.

Материалы ориентированы преимущественно на взрослую аудиторию, причем недостаточно хорошо образованную в церковном плане. В них рассказывается о базовых в богословском плане вещах — церковных праздниках, житиях святых (тексты даны в очень простом, адаптированном варианте), основных положениях церковного учения.

Возрастной и гендерной дифференциации нет. Исключение — журнал Ларисской и Тирнавосской митрополии «То Таланто» — единственное официальное издание, которое ориентировано на детей.

Островные митрополии Константинопольского патриархата имеют тенденцию объединяться (создают общий журнал), однако приоритет прочно остается за радио (см. табл. 3). Основная цель радиопрограмм — проповедь.

Таблица 3

**Распределение печатных изданий и радио  
в митрополиях Константинопольского патриархата на территории Греции**

Регион	Количество митрополий	Количество митрополий, в которых есть официальное издание	Количество митрополий, в которых есть собственная радиостанция	Количество митрополий, в которых есть приходские издания
Критская архиепископия	7	2 + общий журнал	3	1
Острова	6	1 + 1 общий	2	0

Единственное официальное издание, которое напрямую задействовано в миссионерской работе, — «Анкира элпидос», точнее, два его приложения для детей — «Неаника Анкироволимата» и «Конта сто Христо», материалы для которых делают дети со всех приходов митрополии (сбор материалов организуют помощники митрополита). Издание дает ребенку возможность поучаствовать в общем деле.

### Приходские СМИ

Решающее воздействие на формирование СМИ на уровне приходов имеет **экономический фактор**: собственные издания (в том числе приходские листки) имеют только 0,5 % приходов Элладской православной церкви. Приходы Константинопольского патриархата не издадут ничего.

Приходские издания составляют примерно треть от всех наименований церковных периодических изданий, однако средний тираж приходского издания (200–1000 экземпляров) в 10 раз меньше среднего тиража одного официального издания митрополии (выходят ежемесячно или реже). Они существуют на локальном уровне и создаются для конкретного приходского сообщества. Исключение — трехмесячный журнал «ΕΚ ΒΑΘΕΩΝ» храма Святого Георгия в Гианнице, который выходит раз в три месяца и фактически является официальным изданием Эдесской, Пелльской и Алмопийской митрополии (Центральная Македония).

На уровне прихода появление журнала и редакционной команды полностью зависит от священника, решающим оказывается фактор **качества медиасообщества**.

Приходские издания создаются именно как инструмент миссии и проповеди и выполняют следующие функции:

1) просвещение: материалы о богослужениях и церковных таинствах, например, «Последование брака и другие священные последования» (журнал «Экклисиазма» храма Святого Дионисия в Ахарнон, Афины, № 2, с. 2–7); о праздниках, например, статья о празднике Рождества Богородицы (газета «Энориака неа» храма Святых Георгия и Дионисия в Ахарнон, Афины, № 160 (сентябрь — октябрь) 2014 г.), статья «Воплощение Бога и Слова» (журнал «Энориака эвлогия» храма Святого Николая в Певкакиа, Афины, № 124 (декабрь 2014 г.) с. 448–451);

2) организация приходской жизни.

Яркий пример использования журнала как инструмента организации приходской жизни — детские ежемесячные журналы «Неаники фони» храма Благовещения Пресвятой Богородицы в Халкиде и «Неаники фони» прихода Святого Георгия в Элевфериу. Их издание — один из видов работы приходской воскресной школы, главная цель — объединить детей вокруг общей деятельности, научить их соотносить свои желания и интересы с потребностями других людей (например, четко понимать, что объем материала не должен быть больше страницы формата А4, потому что самым маленьким будет трудно его усвоить).

Миссионерская работа не обязательно ведется в границах прихода. К примеру, каждый номер издания «Анастасис» храма Воскресения Христова в Ампелокипосе содержит страничку, которая посвящена анализу учения секты Свидетелей Иеговы с позиций Православной церкви, поскольку в деревне рядом с храмом существует их община.

Радиостанций на уровне приходов нет.

\*\*\*

Итак, основные виды СМИ, которые использует Церковь в Греции, — печать и радио, причем радио обладает некоторым приоритетом за счет возможностей

охвата аудитории. В этом смысле церковная медиасистема Греции структурируется по аналогии со светской медиасистемой юга Европы, когда большее развитие получают именно аудиовизуальные СМИ. Из трех уровней СМИ (общецерковные, митрополий и приходов) полностью инструментами проповеди являются радиостанции и приходские издания. Важная специфическая функция последних — их использование в качестве инструмента формирования приходской общины. Общецерковные печатные издания имеют к делу проповеди опосредованное отношение и служат подспорьем для миссионерской работы. Официальные издания митрополий как инструмент проповеди Церковь использует не полностью: частично они призваны просто информировать об основных событиях жизни митрополии и транслировать позицию митрополитов по актуальным вопросам, часть этих журналов носит чисто научный характер.

Церковные СМИ ориентируется преимущественно на массовую аудиторию, которая не делится по гендерному и возрастному признаку (исключение — детские журналы). Потенциальные читатели — недостаточно образованные в церковном плане люди, которые нуждаются в получении простой и понятной базовой информации по вопросам духовной и церковной жизни. Платежеспособность аудитории практически не важна: большая часть изданий распространяется бесплатно, рыночные и вообще конкурентные факторы внутри церковной медиасистемы отсутствуют и не влияют на формирование медиастратегий. Эти факторы определяют принципиальное различие между церковным и светским медиапространством.

- 
1. *Иваницкий В. Л.* Коммуникативная стратегия периодического издания // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2009. № 5. С. 117–122.
  2. *Кочеткова А. В.* Медиапланирование. М., 2003.
  3. *Корконосенко С. Г.* Основы журналистики. М., 2004
  4. *Реснянская Е. Л.* Методологические подходы к анализу медиасистем // Исследования СМИ: методология, подходы. Методы. М., 2011. С. 147–155.
  5. *Урина Н. В.* Церковь online: вечное и виртуальное [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2004. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/132> (дата обращения: 29.10.2017).
  6. Έρευνα για τη θρησκεία. Πέμπτη, 07 Φεβρουαρίου 2008 [Electronic resource]. URL: <http://www.publicissue.gr/96/religion/> (accessed: 29.10.2017).

*Статья поступила в редакцию 10.11.2017 г.*