

Бокина С.М.,
студентка 2 курса Института журналистики,
коммуникаций и медиаобразования МПГУ;

sbokina@bk.ru,

научный руководитель:

Игнатова И.Б.,
канд. филол. наук, доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций
им. В.А. Славиной МПГУ;
ib.ignatova@mpgu.su
SPIN-код elibrary.ru: 2461-6996

Специфика аудитории религиозных изданий

Аннотация: в статье рассматриваются примеры зарубежных религиозных СМИ различных конфессий, а также отечественные православные СМИ; анализируется их целевая аудитория и предлагаемый контент; выявляется специфика аудитории религиозных изданий.

Ключевые слова: религиозная журналистика; религия; СМИ; целевая аудитория; вера; православие; конфессии.

Sofia Bokina,
Second year student Institute of Journalism,
Communications and Media Education MPGU;
sbokina@bk.ru

Scientific supervisor:

Irina Ignatova,
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor

The specifics of the audience of religious publications

Abstract: the article examines examples of foreign religious media of various denominations, as well as domestic Orthodox media; analyzes their target audience and the proposed content; identifies the specifics of the audiences of religious publications.

Keywords: religious journalism; religion; mass media; target audience; faith; Orthodoxy; confessions.

Религиозные издания в журналистике – это специализированные СМИ, которые предоставляют информацию о религиозных событиях, деятелях, обрядах, традициях, духовных практиках, истории религий и других связанных с религией темах. Эти издания могут включать в себя печатные газеты, журналы, онлайн-ресурсы, блоги, радиопрограммы и телевизионные передачи, которые посвящены религиозным вопросам.

Журналисты, работающие в религиозных изданиях, обычно специализируются на освещении религиозных тем и событий, проведении интервью с религиозными деятелями, анализе религиозных течений и исследовании влияния религии на общество. Они стремятся предоставлять объективную информацию, которая отражает разнообразие взглядов и практик. Религиозные издания в журналистике играют важную роль в информационном пространстве, предоставляя своей аудитории разнообразную и качественную информацию о религиозных аспектах жизни, культуры и общества.

Аудитория религиозных изданий имеет свои особенности, которые определяются спецификой вероисповедания и ценностями, которые они отражают. Религиозные издания обычно ориентированы на аудиторию с определенными религиозными убеждениями и интересами. Религиозные издания могут включать в себя различные форматы, от печатных газет и журналов до онлайн-ресурсов, а также могут быть направлены на различные религиозные течения, будь то христианство, ислам, иудаизм, буддизм или другие вероисповедания.

Рассмотрим некоторые примеры зарубежных религиозных СМИ и их основную аудиторию:

1. **«Christianity Today»** («Христианство Сегодня») – это американский христианский журнал, который предоставляет новости, анализ и статьи о христианской вере и культуре. Аудитория в основном состоит из протестантских христиан с различными церковными принадлежностями, включая евангелических и реформационных христиан. Журнал также привлекает тех, кто интересуется христианскими новостями и темами, связанными с религиозной верой и западной культурой.

2. **«L'Osservatore Romano»** («Л'Оссерваторе Романо») – это официальная ежедневная газета Ватикана, которая предоставляет новости

и анализ, связанные с Католической Церковью и папством. Аудитория включает католиков из разных стран, а также тех, кто интересуется делами Ватикана и католической религией.

3. **«Jewish Telegraphic Agency» («ЖТА»)** – это агентство новостей, освещающее события и темы, связанные с еврейской верой и еврейским народом. Аудитория ЖТА состоит не только из евреев, но и религиозных лидеров, раввинов, активных членов еврейского сообщества и всех, кто интересуется еврейской верой и культурой.

В крупнейшем в России религиозном объединении — Русской Православной Церкви – в период с 1990 по 2010 год появились сотни периодических печатных изданий, десятки радиостанций и несколько телеканалов¹, что представляет собой все более значимый сегмент медиасферы [1]. Теперь более подробно рассмотрим некоторые примеры российских религиозных СМИ:

1. **Журнал «Фома»** – это православный культурно-общественный журнал, издаваемый Русской Православной Церковью. Он был основан в 1995 году и представляет собой издание, посвященное православной вере, духовным и культурным традициям России. «Фома» публикует статьи о православной теологии, культуре, истории и общественной жизни, а также материалы, посвященные событиям в Русской Православной Церкви и мировому православию. В журнале можно найти интервью с деятелями церкви, религиозные рассуждения, обзоры книг и культурных событий, а также литературные произведения.

Аудитория журнала, с одной стороны, состоит из православных христиан, интересующихся духовно-нравственными вопросами, культурой и историей российского православия. С другой стороны, среди читателей есть те, кто напрямую связан с православием, традициями, культурой и религией (священники, епископы, служители, попы и т.д.). Также журналом интересуются те, кто ищет информацию о духовной жизни и деятельности РПЦ. «Фома» является изданием для распространения православной культуры и ценностей, а также для обмена мнениями и идеями в православной общине России.

2. **«Правмир»** – это интернет-издание, которое освещает вопросы православной веры, культуры и общественной жизни. Оно было создано в 2004 году и с тех пор стало одним из крупнейших ресурсов на

¹ Официальный сайт IV Фестиваля православных СМИ «Вера и слово» (Москва, 11–13 октября 2010 г.). URL: <http://ortho-media.ru/> (дата обращения 12.11.2023).

эту тему в русскоязычном интернете. «Правмир» – это новости и аналитические обзоры, комментарии и интервью, аудио, видео, инфографика и многочисленные подсайты. Журналисты издания освещают социальные темы, нравственную и духовную жизнь, культуру, семейные ценности, проблемы образования и медицины.

Основная аудитория «Правмира» – это люди, интересующиеся православием и желающие узнать больше о его истории, традициях и современных аспектах религии. Современность и актуальность – то, что может заинтересовать здесь и молодое поколение. Кроме того, издание пишет о проблемах главных сфер нашей жизни: образовании и медицине.

3. **Телеканал «Спас»** – российский телеканал, ориентированный на православную аудиторию. Он предоставляет широкий спектр программ, включая богослужения, документальные фильмы, передачи о православной культуре и истории, а также образовательные программы о вере и духовности.

Аудитория телеканала включает в себя верующих православных христиан, которые интересуются углубленным изучением своей религии, богослужениями и духовными практиками. Кроме того, канал также привлекает тех, кто интересуется православной культурой, религиозной философией, историей и традициями. Телеканал «Спас» также популярен среди людей, которые ищут духовное вдохновение, мотивацию и духовное обогащение. Аудитория канала включает как верующих, так и тех, кто интересуется изучением религиозных и культурных аспектов православия. «Спас» играет важную роль в предоставлении верующим возможности для углубленного изучения православной веры и культуры, а также служит площадкой для духовного обогащения и вдохновения.

Данные социологических исследований говорят о возрастании количества последователей разных религий в России¹. Соответственно, аудитория религиозных СМИ варьируется в зависимости от религиозной принадлежности, интересов и мировоззрения их читателей. В целом, эти издания привлекают верующих людей, которые стремятся получать информацию о своей религии, а также тех, кто интересуется религиозными новостями и темами, связанными с религиозной культурой и обществом. Кроме того, религиозные издания могут привлекать и тех, кто только интересуется религиозной философией и духовным развитием.

¹ Русская православная церковь. Как относятся россияне к РПЦ и что думают о ее влиянии на общественную жизнь страны. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14862?ysclid=lvb1f3n01r734096415> (дата обращения 17.03.24).

Как отмечают социологи Елена Кофанова и Марина Мчедлова, *«среди людей, не являющихся последователями определенных конфессий, также высок уровень духовных исканий, порядка 30% заявляют о своей сильной и даже глубокой религиозности, что свидетельствует о потребности в поиске трансцендентного основания»* [2].

Исходя из этого, редакторы и издатели религиозных изданий стремятся адаптировать содержание и стиль изложения под интересы и потребности своей аудитории, а также соблюдать принципы, учения и догмы, которые отражаются в данной религии. Также религиозным журналистам особенно важно быть избирательными к контенту, так как верующие люди могут быть чувствительны к темам, касающимся их религиозных убеждений. Поэтому редакторы должны уделять внимание тому, какие материалы и темы могут быть восприняты положительно, а какие могут вызвать негативную реакцию.

В заключение, можно отметить, что специфика аудитории религиозных изданий может быть связана с их глубокой верой и духовными убеждениями. Читатели религиозных изданий обычно ищут в них духовное наставление, размышления о вере, моральные уроки, исторические аспекты, а также новости, касающиеся религиозных общин и мировых событий, связанных с религией. Специфика аудитории религиозных изданий также может отличаться в зависимости от конкретной религии. Например, аудитория христианских изданий может быть разделена на различные конфессии (католицизм, православие, протестантизм и т.д.), каждая из которых имеет свои традиции и интересы. Точно так же, аудитория исламских изданий может включать различные школы мысли и правовые течения ислама. В целом, специфика аудитории религиозных изданий подчеркивает важность толерантного и уважительного подхода к разнообразию религиозных убеждений и практик. Поэтому аудитория СМИ может быть разнообразной в зависимости от конкретной религии, конфессии или течения.

Литература

1. Хруль В.М. Религиозное сознание аудитории СМИ: тексты самовыражения массы как объект анализа // Вестник московского университета. Серия 10: Журналистика. 2011. № 1. С. 9–113.
2. Кофанова Е.Н., Мчедлова М.М. Религиозность россиян и европейцев // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. № 2 (96). С. 208–238.