

*М. А. Балаклицький*

*Харків*

## **Комунікативні стратегії протестантських журналістів України**

**Балаклицький М. А. Комунікативні стратегії протестантських журналістів України.** Стаття доводить, що журналісти газети «Для ТЕБЯ» виявляють релігійний компонент усіх сфер суспільного життя, використовуючи фонові знання нецерковної аудиторії. Ефективність комунікації часопису «Для ТЕБЯ» забезпечено: адаптацією релігійного матеріалу під медіа-текст, послідовною ставкою на автуру, сприйняттям журналістської творчості як подвижництва, міжконфесійним характером видання.

**Ключові слова:** *місіонерська газета, релігійна комунікація, читацька аудиторія.*

**Балаклицкий М. А. Коммуникативные стратегии протестантских журналистов Украины.** Статья показывает, что журналисты газеты «Для ТЕБЯ» выявляют религиозный компонент всех сфер общественной жизни, используя фоновые знания внецерковной аудитории. Эффективность коммуникации издания «Для ТЕБЯ» обеспечивается: адаптацией религиозного материала под медиа-текст, последовательной ставкой на авторов, восприятием журналистского творчества как подвижничества, междуконфессиональным характером издания.

**Ключевые слова:** *миссионерская газета, религиозная коммуникация, читательская аудитория.*

**Balakytsky M. A. Communicative strategies of the protestant journalists of Ukraine.** The article states that journalists of Dlya TEBYA (For You) newspaper single out the religious component in all spheres of civil life, using the background knowledge of secular audience. The communicative efficiency of Dlya TEBYA (For You) are provided by: the adaptation of the religious material under mediatext, the consequent rating the authors, the perception of the art as a special mission, the interconfessional character of the edition.

**Key words:** *missionary newspaper, religious communication, readers' audience.*

У нинішній час перманентного загострення суспільних суперечностей, у тім числі релігійного характеру, спостерігаємо, серед іншого, приклади того, як релігійні медіа шукають спільний ідейний фундамент зі світськими ЗМІ, сприяючи покращенню морально-психологічного громадського клімату. Аналіз принципів роботи успішних видань такого різновиду становить *актуальність* даної статті. *Мета* роботи – розглянути комунікативну стратегію херсонської газети «Для ТЕБЯ». *Завдання* розвідки – вивчити методи висвітлення даною газетою актуальної для світського читача суспільної тематики з релігійних позицій.

*Ступінь дослідженості теми.* Автор цих рядків називав [2] ідеї з іноземних розвідок із релігійної медіакомунікації, відомих і вживаних протестантськими ЗМІ пострадянського простору. В основному медіатизацію біблійної ідеології розглядають на прикладі інтернет-ЗМІ [5; 8]. В Україні Асоціація журналістів, видавців і мовників християн «Новомедіа» провела низку семінарів зі специфіки функціонування релігійних медіа різного типу – друкованих та інтернет [7] – і зі зв'язків із громадськістю релігійних організацій [9]. Найближче до нашої теми стоїть лекція Руслана Кухарчука «Починаємо нову газету: концепція, менеджмент і творчість» [10].

Прикладовий матеріал лектор бере зі столичних світських і християнських видань – газети «КАМЕНЬ Краеугольный», яку власноруч редагує, та журналу «IN VICTORY». А регіональні протестантські медіа України удостоєно лише згадок – Р. Кухарчука й інших аналітиків [1]. Флагманом цих ЗМК й найкращим представником є газета «Для ТЕБЯ».

Її засновано 1997 року ініціативною групою херсонців із кількох баптистських церков із метою створення якісної альтернативи перекладним місіонерським буклетам. За 11 років роботи редколегії вдалося зберегти середній наклад часопису близько десяти тисяч примірників, залучити авторів із різних місць України, зі США, Узбекистану, Латвії, Росії. 2000 року газета зайняла перше місце в СНД серед християнських періодичних видань на конкурсі в рамках міжнародної виставки християнської літератури в Санкт-Петербурзі. З цієї нагоди 2001 року було випущено дайджест із 29 найкращих публіцистичних робіт, що під ту пору побачили світ на шпальтах органу.

Того ж року запрацювала електронна версія газети (її теперішня адреса [www.foru.ru](http://www.foru.ru)). Лічильник сайту дотепер зафіксував 8,4 млн. переходів (півтори-дві тисячі хостів на добу). З метою притягнення уваги до електронної версії видання було проведено два літературні й один журналістський конкурси серед читачької спільноти сайту. З 2001 року читачі оприлюднили в розділі «Публіцистика» 1170 творів – цілком порівнянну кількість із корпусом публікацій у паперовому варіанті (~ більше півтори тисячі), до того ж останній мав фору в чотири роки розвитку.

Матеріали газети передруковують російськомовні інтернет-ЗМІ трьох гілок християнства, а також церковна преса Криму і західної України, Казахстану, Росії, Беларусі, Болгарії, використовують у передачах ТрансСвітового радіо (Київ), перевидають у Якутії накладом у тисячу примірників. За словами теперішнього редактора Анатолія Пашморги, в Дніпропетровську розповсюдження газети уможливило створення нової церковної громади (позаяк перевірити цю інформацію не вдалося, кваліфікуємо її як припущення).

Розуміння редакцією принципів місіонерської медіакомунікації можна побачити на матеріалі журналістських курсів, що їх уклали для розширення авторського складу газети співробітниками редакції. У баченні укладачів

головним учасником медійного діалогу є читач. Журналіст має орієнтуватись на його сприйняття своїх матеріалів. Спілкування журналіста з читачем визначається не компетенцією першого, а тим враженням (чи рівнем розуміння), яке склалось про обговорювану в ЗМІ проблему у свідомості реципієнта. Слід урахувати ймовірні перешкоди на шляху сприйняття аудиторії, цінності, ідеали, світоглядні, вікові, соціально-економічні, культурні характеристики. Укладачі курсів уважають, що достовірно судити про смаки аудиторії майже неможливо. Надійніше *post factum* вивчати вплив газетного матеріалу на неї.

Наведено дані місії американського евангеліста Біллі Грема, згідно яких кожен навернений у християнство до цього чув евангельську вістку в середньому 20 разів. У цій перспективі завдання місіонерської газети – поступово трансформувати читачеве сприйняття релігійної інформації в позитивний бік: *нагадувати* про Бога, бути *приводом почати розмову*.

Критично важливо заволодіти увагою читача, переконати, що написане є «ясним, новим і має стосунок до нього». Головне навантаження тут несе на собі перший абзац. Укладачі радять писати про найскладніші речі простою мовою – компетентно, але не зарозуміло. Нарешті, необхідно прагнути об'єктивності у викладі матеріалу, навіть якщо вона «не відповідає, а може, й підриває Ваші власні переконання з якогось питання» [6].

Редакція газети встановлює діалог із читачем, починаючи з назви часопису. Очевидні спроби журналістів зорієнтувати кожен випуск на сприйняття пересічних українців – перш за все тих, що мешкають поза містами-мільйонниками. Саме «невибагливість» такої назви зупинила на ній вибір засновників.

З метою вивчення аудиторії видання й залучення читачів до співпраці в газеті редакцією розроблено комплекс заходів: 1) постійні бліц-опитування, під час яких однаково питання задається на вулиці перехожим різного віку, статі, соціального статусу тощо. Оприлюднення відповідей завершується коротким журналістським підсумком, 2) відповіді на читачькі листи, в тім числі провокаційні, 3) проведення регулярної читачької лотереї з призами, для участі в якій необхідно відіслати на адресу редакції заповнену анкету. Її шаблон уключає створення рейтингу статей і рубрик номера, а також висловлення побажань щодо тематики майбутніх публікацій, 4) вищезгадані курси журналістів, укладені

працівниками редакції. Їх заочна форма ефекту не мала. Результативнішим було проведення очних занять у приміщенні церкви за цими матеріалами, здійснюване тодішнім редактором Борисом Тарасенком, 5) періодичні журналістські й літературні конкурси (призовий фонд склали редакційні кошти, заохочувальні призи надано церковними видавництвами), спрямовані на рекламу електронної версії часопису, 6) формування читацької спільноти сайту: дискусії на форумі та в чаті, форма для залишення коментарів на редакційні публікації. Важливою відмінністю цього сайту є можливість персонального входу для додавання власних публіцистичних і белетристичних творів (також і українською мовою). Рішення про оприлюднення конкретного тексту приймає адміністратор сайту, 7) рубрика на сайті «Стаття в газету»: автор може запропонувати свій текст для ексклюзивної публікації в паперовому виданні; в цьому випадку виплачується гонорар у розмірі 25–50 доларів «у залежності від якості тексту».

Тематику матеріалів часопису зорієнтовано на релігійне просвітництво. Останнє здійснюється в річищі зв'язків із громадськістю [3]: долання упереджень і творення позитивних установок щодо (головно протестантських) церков, а також боротьби з нездоровим інтересом суспільства до основного конкурента християнства на релігійному «ринку» – окультизму. Штампам атеїстичної пропаганди щодо образу «сектанта» як обмеженої, відсталого, ущербної людини протиставлено *біографії* видатних осіб, що сповідували віру в біблійне вчення, *хроніку* християнської благодійності, заохочувано до релігійної (*само*)освіти. Останню функцію в часописі виконує реклама протестантських освітніх закладів пострадянських країн, церковних громад, видавництв, книжкових і періодичних видань, місіонерських і добродійних товариств, студій розробки духовних веб-ресурсів. Протистояння світу окультизму також відбувається в просвітницькому ключі: детально аналізуючи прояви та об'єкти віри сучасного містицизму, журналісти акцентують верифіковані дані, апелюють до розуму й здорового глузду реципієнтів.

Слід одмитити компетентність редакційних матеріалів. Приміром, редакція відмовилась од компонування дитячої сторінки (можливо, через поширеність такого формату в журналах для сімейного читання [4]), зосередившись на підготовці рубрики «Youth

page» / «Cool page». Її матеріали адекватно відбивають підлітковий світ – питання самооцінки, закоханості, сучасної музики, зовнішності, фізичної сили, сатанізму, шляху до ставання знаменитістю, конфлікту поколінь, надмірної сором'язливості, уміння заводити друзів. Жанрові форми цих публікацій так само адаптовано: це психологічні тести, жартильвий «гороскоп». Із початку 2000-х років авторською колонкою Максима Стрельбицького стає огляд світської преси. Аналізуючи більше двадцяти українських видань, автор найчастіше цитує «Факты и комментарии», «День», «Україну молоду», «2000». Неподобним інформаційним приводом для виступу журналістів «Для ТЕБЯ» є відгук на публікації в інших ЗМІ.

Як уже згадувалося, укладачі журналістських курсів декларують прагнення встановити діалог із читачем уже на рівні заголовків. Деякі з них побудовано на візуалізації – *беДНОсть*, парадоксі – «Хит-парад целителей», оксюмороні – «Прозрение ясновидящей», каламбурі – «Астроложь». Проте основний прийом дописувачів – асоціації. Джерелами асоціацій постають **фольклор** – «Сила есть... *Что еще нужно?*» (ума не надо), **белетристика** – «Джинн из банки» (лампы) [Аллан Чумак], **естрада** – «Деньги – вот и вся мечта?!» («Вот, вот и вся любовь» – рядок із пісні «Кот кота» (1997) гурту «Муми Троль»), **кінематограф** – «Men in white» (люди в білому – християни. Алюзія на голлівудський кінофільм «Люди в чорному» (1997) і біблійне Об'явлення 7:9), **радянська ідеологія** – «*Гей всех стран, объединяйтесь!*»

Журналісти видання спеціалізуються на пошуку яскравого інформаційного приводу. Поштовхом, містком до розмови з читачем стає подія, цитата, публікація, фільм, сенсація, нещастя, свято, тенденція, сучасний фольклор. У часописі подибуємо культ ліду: «Про Моцарта нам відомо дві речі: по-перше, його вбив Сальєрі, і по-друге, – *він написав потрясаючі мелодії для мобільних телефонів*. Іще згадується фільм «Сибірський циркульник», де сержант О'Лірі на прізвисько «Скажений пес» усе-таки був змушений визнати, що «Моцарт – великий композитор» (Для ТЕБЯ. – 2006. – № 1. – С. 7. Курсив наш – М. Б.).

Спостерігаємо тричастинну структуру статей: привід – заголовок і вступ; зміст (аргументація); висновки / заклик(и) / біблійна цитата. У змісті статей відбувається інкультурація Євангелія через цитати, апеляції до

російської класичної літератури, сучасних бардів, маскульту, фольклору – приказок, афоризмів, анекдотів, рекламних слоганів. Повторюваним прийомом є осучаснення біблійних історій: наприклад, вихід Ізраїлю з єгипетського полону подається як історія звільнення заручників.

Із початку 2000-х років зі стилю статей «Для ТЕБЯ» практично зникають пропагандистські прийоми. Журналісти дедалі частіше уникають дидактичних гасел, прагнуть показувати явища з різних боків (у цьому контексті не можна оминати визнання наукових досягнень Зигмунда Фрейда (це «видатний інтелектуальний першопроходець ХХ сторіччя» (Для ТЕБЯ. – 2001. – № 5. – С. 3), матеріали тяжіють до форми притчі, метафори, їх пронизує неекзальтований оптимізм.

Дизайн газети характеризується ретельним добром ілюстрацій, відсутністю релігійної символіки в оформленні (як і церковної термінології й лексики в мові публікацій). Невеликий розмір матеріалів дозволяє уникати переходів на іншу сторінку й передруків у кілька номерів. Рідкісною рисою для церковних медіа є сприйняття репортажної фотографії як самостійної публікації: рубрика «Стоп-кадр» пропонує фотозамітку чи фотозамальовку з коментарем-роздумом.

Життєздатність часопису «Для ТЕБЯ» забезпечено не фінансовими чи статусними,

а ідеологічними чинниками. Сприйняття журналістської роботи як жертви, служіння спонукає дописувачів регулярно готувати матеріали, працювати над собою, друкуватись безкоштовно чи навіть доплачувати (самоокупним є тільки технічний бік видання). А. Пашморга вважає головною запорукою успіху щотижневі зустрічі редколегії, спільні молитви, товариське спілкування поза редакцією: «люди переймаються нашими ідеями (здається, наш стиль саме на засіданнях редколегії формується), отримують адекватну оцінку своїм творам» – прийнято всі матеріали зачитувати в присутності повного складу співробітників.

*Висновки.* Ефективність комунікації часопису «Для ТЕБЯ» забезпечено: 1) адаптацією релігійного матеріалу під медіа-текст, 2) дописувачі газети визнають читача головним суб'єктом діалогу, вивчають особливості його сприйняття, беруть до уваги можливі перепони, налагоджують і підтримують спілкування з читачькою аудиторією, 3) послідовною ставкою на автуру: пошуком нових кадрів, перш за все серед читачів, і постійним удосконаленням наявних, 4) сприйняттям журналістської творчості як подвижництва, 5) міжконфесійним характером видання, інтеграцією зусиль християнської спільноти медійників.

## Література

1. Алексей Ефетов : «Единство христиан — естественный результат исполнения ими Великого Поручения» [Електронний ресурс] / Алексей Ефетов // Интернет-газета «Путь». — Режим доступу : <http://www.asd.in.ua/archives/869>.
2. Балаклицький М. Журнал «Християнство» — феномен серед протестантських мас-медіа України [Електронний ресурс] / Балаклицький М. // Интернет-газета «Путь». — Режим доступу : <http://www.asd.in.ua/archives/886>.
3. Балаклицький М. Інформаційний бюлетень як засіб зв'язків із громадськістю протестантської Церкви / Балаклицький М. // Вісник Сумського державного університету. Сер. Філологія. — Суми : СумДУ, 2008. — № 1. — С. 189—194.
4. Балаклицький М. Протестантський річник «Моя надія» : жанрово-тематична палітра / Балаклицький М. // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. — Філологічні науки. — Вип. 17. — Кам'янець-Подільський : ПП Буйницький, 2008. — С. 138—140.
5. Ежегодная конференция «Евангелие в интернет» [Електронний ресурс] // «Хорошие Новости» — христианская веб-студия. — Режим доступу : <http://biblelamp.ru/gospel/?id=conference>.
6. Журналистика для тебя. Урок #3. Сбор информации / [укладачі Тетяна Дьяченко (Артерчук) і Ольга Заднепряна] [Електронний ресурс] : Газета «Для ТЕБЯ». — Режим доступу : [http://www.foru.ru/teach\\_lesson3.php3](http://www.foru.ru/teach_lesson3.php3).
7. Християнство online [Електронний ресурс] : Аудио-семинары. — 80 min / 700 Mb. — К. : Ассоциация журналистов, издателей и вещателей христиан «Новомедиа», 2005. — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : 12 см. — Систем. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 1995, 98, 2000, XP. — Назва з контейнера.

8. Henrich D. Internet Evangelism in the 21st Century : A Reader / D. Henrich. — [Б. м.] : Handclasp International, 2007. — 267 p.
9. PR для церковей и религиозных организаций [Електронний ресурс] : Видео-семинары. — 120 min / 4,7 Gb. — К. : Ассоциация журналистов, издателей и вещателей христиан «Новомедиа», 2008. — 10 електрон. опт. дисків (DVD): 12 см. — Систем. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 1995, 98, 2000, XP. — Назва з контейнера.
10. Sem3.mp3 // Журналистика и редактура в печатных средствах массовой информации. Лекторы Руслан Кухарчук и Сергей Сергиенко [Електронний ресурс] : Аудио-семинары / Р. Кухарчук, С. Сергиенко. — 80 Min / 700 Mb. — К. : Ассоциация журналистов, издателей и вещателей христиан «Новомедиа», 2005. — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM): 12 см. — Систем. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 1995, 98, 2000, XP. — Назва з контейнера.