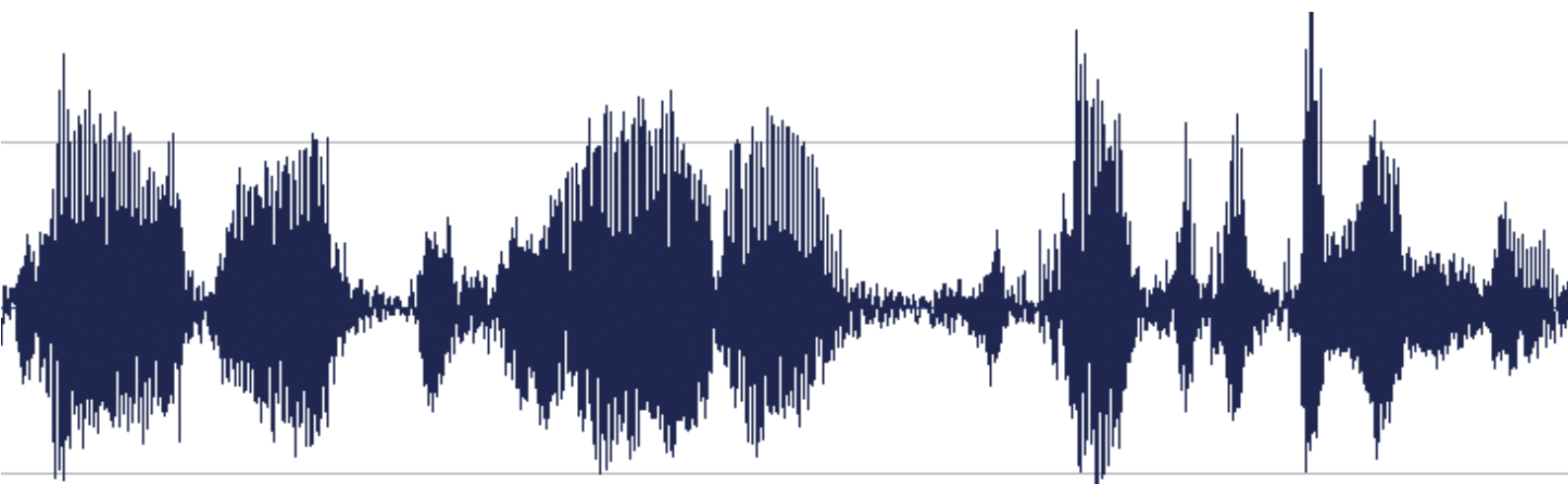


игумен Димитрий (Байбаков),
руководитель Информационно-издательского центра
Екатеринбургской епархии

ПОМОЧЬ ЧЕЛОВЕКУ УСЛЫШАТЬ ЗОВ БОЖИЙ



За 12 лет Информационно-издательский центр Екатеринбургской епархии вырос в настоящий церковный медиахолдинг. Сегодня он издает не только периодику, но и книги, имеет собственную типографию, информационное агентство, несколько вебсайтов, телеканал «Союз», а также радиостанцию «Воскресение». О деятельности этой радиостанции мы попросили рассказать игумена Димитрия (Байбакова).

13

Отец Димитрий, расскажите, какой была первоначальная концепция радиостанции и изменилась ли она впоследствии?

На одном из первых собраний наших сотрудников, летом 2003 года, я поставил такую задачу: сделать хорошее радио, на котором были бы представлены все стороны жизни человека: музыка, здоровье, сельское хозяйство, воспитание, техника, литература — не было бы только насилия и раз-

врата. Сколько времени в день вы молитесь? Час? Вот столько должно быть и чисто религиозных программ, может быть, чуть больше. Было желание не испугать людей, не оттолкнуть клерикализмом, а наоборот, привлечь разнообразием добрых и светлых программ. Примерно такой была первоначальная концепция. Жизнь доказала ее полную несостоятельность. Наши радиослушатели стали звонить и сначала просить, а потом требовать убрать из



Трансляция богослужений — важный социальный проект

эфира светскую музыку: «Мы ее и на других волнах послушаем, а церковной больше нигде нет», — не заниматься рассказами о том, когда сажать картошку: «Для садоводов есть специальные газеты и журналы, а со слуха мы все равно не запомним», — и даже прекратить уроки английского языка: «Не надо нас убеждать, что это пригодится для паломничества». Примерно за год мы пришли к тому, что из всех программ выжили только православные. Именно такое содержание, сугубо церковное, оказалось наиболее востребованным.

Кто работает на вашем радио?

Весь штат Информационно-издательского центра состоит примерно из 200 специалистов, из них на радио трудятся 20 человек. Это очень разные люди. Часть — профессионалы, проработавшие несколько десятилетий в Свердловской государственной телерадиокомпании, часть — молодежь, учащаяся или недавно отучившаяся в различных вузах. По степени воцерковленности представлен весь спектр: от постоянных прихожан до пока еще некрещеных. Для меня критерием отбора сотрудников является либо профессионализм, либо горя-

чее желание работать. Вопросы веры я не ставлю во главу угла, за исключением единичных случаев, когда человека начинает «корезить» от церковной тематики. Такое редко, но, к сожалению, бывает. Естественно, невоцерковленность допускается только у технического персонала и рядовых журналистов, а руководители программ, выпускающие редакторы — люди верующие, разбирающиеся в теме, иначе вместо научения и просвещения получится, что мы вводим слушателей в соблазн, что категорически недопустимо.

В начале каждого часа на радио «Воскресение» звучит довольно большой новостной блок. Как происходит отбор новостей? В каком ракурсе затрагиваются политические события? Говорите ли вы о новостях, касающихся иных конфессий и вероисповеданий?

В наш медиахолдинг входит Информационное агентство Екатеринбургской епархии, которое готовит новости для всех остальных участников холдинга: для радио «Воскресение», интернет-сайта, телеканала «Союз» и ряда периодических изданий. Конечно, тексты корректируются под ту или иную форму подачи. Такое организационное решение оказалось наиболее эффективным и в экономическом, и в творческом плане. Сотрудники Информационного агентства обзванивают приходы, отделы, общественные организации и готовят ленту епархиальных новостей, которой пользуются остальные журналисты. Что касается общецерковных событий, то, не мудрствуя лукаво, мы доводим до наших слушателей сообщения сайтов «Седмица.Ru» и «Патриархия.Ru». Излишне говорить, что их информационные продукты почти всегда безупречны и духовно безопасны, в том числе и освещение политических событий.

События из жизни иных конфессий мы перестали упоминать в новостях, поскольку реакция слушателей, мягко говоря, негативная. Люди звонят нам и говорят: «Нам неинтересно, куда поехал Папа Римский и как дела в Англиканской Церкви. Для нас есть только одна конфессия — Православие. Остальные пусть живут как хотят». Это не «религиозная нетерпимость», просто люди не видят в этой информации ничего душеполезного для себя.

Не является ли профанацией трансляция богослужений, в первую очередь — Литургии? Есть ли в этом насущная необходимость?

В начале я сам считал, что радио- и телевизионные трансляции богослужений — это профанация, граничащая с кощунством. Однако на Рождество 2004 года я скрепя сердце дал благословение на прямое вещание со службы в кафедральном соборе. Почему? Уговорили сотрудники, для которых чисто техническая сторона была интересной и необычной. Все вышло очень промыслительно: после трансляции мы получили шквал звонков, люди благодарили нас со слезами. Вы даже пред-

ставить себе не можете, сколько у нас престарелых и немощных людей сидят целыми днями в одиночестве! Хорошо, если хоть раз в год родственники смогут вывезти их в храм. Для многих из них радио становится единственным утешением в жизни, поэтому трансляцию богослужений мы считаем немаловажным социальным проектом.

Впрочем, мы всегда подчеркиваем, что никогда радиопередача не заменит живого участия в службе и, тем более, в таинствах. Тот, кому силы позволяют, должен быть в храме.

Каким образом ваше радио вписывается в бешеный ритм сегодняшней жизни?

Никак не вписывается. Мы, наоборот, стараемся вырвать человека из этого нездорового ритма. Согласитесь, что весь строй православного богослужения совершенно не согласуется с темпом современной жизни. Но это не значит, что вековой устав богослужения надо подогнать под хаос расцерковленного общества. Напротив, все в Церкви, в том числе и церковное радио, должно приостанавливать человека в его торопливом беге.

Ведь для того, чтобы вникать в духовные беседы, необходима внутренняя сосредоточенность, но и

сами рассуждения о сложных вопросах должны быть доступны для простых людей. Послушайте лекции профессора Алексея Ильича Осипова! Это невероятная простота изложения при невероятной же глубине и содержательности. Современный работающий человек просто не может не заслушаться его лекциями. И заслушиваются, и звонят, и пишут, и просят повторить: в третий, в пятый, в десятый раз. Конечно, очень многое зависит от лектора, но в целом аудитория вполне готова к такой форме подачи материала. Люди уже устали от шоу, от фейерверков, от отсутствия мыслей в передачах. Богословские рассуждения действительно востребованы.

Отец Димитрий, отчего так невысок процент молодежи среди ваших слушателей?

По данным статистических исследований, наша аудитория выглядит так: слушателей до 18 лет — 6%, от 18 до 30 лет — 19%, от 30 до 60 лет — 55%, старше 60 лет — 20%. Молодежи действительно мало, но, с одной стороны, эта статистическая картина очень похожа на возрастное распределение прихожан наших храмов. С другой стороны, молодежь сегодня в интернете, а не с газетой и не с радио-

Критерий отбора сотрудников — профессионализм или горячее желание работать



приемником. Даже телевидение отошло на второй план. Но это не значит, что надо ликвидировать радио как явление, просто стоит учитывать, что основная аудитория — это люди старше 30 лет, с более размеренным ритмом жизни. С молодежью стоит работать через интернет, а еще лучше — вовлекать в реальные мероприятия: походы, концерты, спортивные соревнования, творческие вечера... Молодежь к этому готова и, мне кажется, даже ждет, чтобы на нее наконец обратили внимание и перешли от общих слов о духовности к реальным и интересным делам.

Есть ли истории обращения в Православие благодаря вашему радио?

По моему глубокому убеждению, никакие СМИ обратить в Православие не смогут, если Сам Бог не коснется сердца человека: радостью ли, скорбью ли... Задача православных СМИ — помочь человеку правильно услышать этот призыв Божий. Не стоит полагать, что, послушав православное радио или почтавав православную газету, человек тотчас же станет верующим. Конечно, у православных

изданий обязательно должна быть миссионерская функция, однако не стоит при этом замахиваться на мессианскую. Православные СМИ — один из многих инструментов воцерковления людей, впервые обративших к Богу свой взор, научения уже идущих, укрепления верующих.

Представьте себе человека, которому наши газеты, радио, телевидение показали красоту Православия, объяснили, что в службе надо участвовать лично и наконец-то привели в храм. Остальное зависит уже от того, как его встретят за свечным ящиком, сможет ли батюшка с любовью и грамотно ответить на волнующие вопросы. Всем нашим СМИ будет грош цена, если пришедшие в храм не увидят личного благочестия, искренности веры и готовности *дать ответ с кротостью и благоговением* (1Петр.3:15). Поэтому наши внешние усилия — издание и вещание — должны быть объединены с подлинной духовностью и мирян, и духовенства.

*Беседовал Петр Королев,
I курс МДА*

