

---

# ХРИСТИАНСКОЕ РАДИО

**Фрэнк Грэй  
Росс Джеймс**



**РАДИО ТЕОС**

---

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Эта книга вобрала в себя богатый опыт создания радиопрограмм и подготовки специалистов, накопленный радиостанциями Азии и других частей света.

За годы работы в FEBC мы ощущали Божье руководство и видели, как границы Его Царства становятся шире и шире. И все это благодаря тому, что редакторы программ четко осознавали, что секрет правильного планирования стратегии вещания состоит в том, чтобы всегда ориентироваться на свою аудиторию, ясно понимать возможности радио и не бояться экспериментировать.

Работая в разных сферах деятельности FEBC, Фрэнк все больше осознавал, что имеет возможность собирать опыт создания программ, накопленный станциями FEBC в разных частях света. Остальным же сотрудникам FEBC опыт их коллег был просто недоступен, в результате чего они заикливались на отдельных приемах донесения Евангелия до слушателей, даже и не подозревая о том, что существуют и другие способы делать это. Поэтому он начал документировать существующий опыт и развивать структуру функций радио, используемых в процессе создания христианских радиопрограмм, тем самым способствуя взаимобмену идеями.

Во время проведения семинаров по планированию стратегии вещания Франк и Росс видели, как редакторы программ обретают второе дыхание, исполняются энергией и энтузиазмом. Это связано с осознанием ими в полноте всех функций и возможностей радио в соответствии с формулировкой целей FEBC:

*...развивать производство радиопрограмм и доносить их до слушателей стран Азии, приводя их ко Христу и Его Царству, чтобы люди познали Его как Спасителя, Господа и Царя, следовали Его учению и жили в послушании Ему, являясь членами поместных церквей.*

Иначе говоря, наша задача — стать участниками восстановления Божьего мира, на иврите "шалом". "Шалом" — это мир, гармония, благословения, дарованные Богом изначально Своему творению. Это необходимо учитывать при составлении программ, цель которых выразить этот мир: полностью удовлетворять запросы слушателей, давая им возможность стать теми, кем Бог определил им быть.

В этой книге больше практики, нежели теории. Она описывает четырнадцать различных приемов работы радио с точки зрения FEBC и способы их применения. В ней описаны свежие подходы к планированию и руководству ведению программ, показаны новые пути удовлетворения запросов радиослушателей. Несмотря на то, что в книге не дается общих теоретических знаний, ее прочную основу составляет теория вещания, подкрепленная результатами исследований.

Я надеюсь, что редакторы программ смогут использовать ее для планирования и проведения семинаров по разработке программных расписаний, направленных на скорейшее достижение поставленных нами целей.

**Джим Боуман,**

президент Дальневосточной вещательной компании (FEBC)

## ПРЕДИСЛОВИЕ К РУССКОМУ ИЗДАНИЮ

Радио «Теос» — одна из немногих миссий в России, которая создает безопасные островки в море СМИ, где человек чувствует, что попал в мир иной, христианский. Здесь иные законы, иная система ценностей, здесь по-другому смотрят на вещи, по-другому говорят. Но говорят не только о возвышенном, а чаще о повседневных вещах, из которых и складывается наша жизнь, а также о том, какое место занимает здесь христианство.

Цель такого служения — не просто проповедовать слушателям Евангелие, но показать им, из чего, собственно, состоит жизнь верующего. На радио «Теос» должно быть уютно всем — и христианам, и неверующим, и тем, кто на полпути к Богу. Здесь можно посидеть и поговорить, как мы сидим с друзьями за чашкой чая и беседуем обо всем, в том числе и о духовности, о Творце.

Книжка Фрэнка Грэя и Росса Джеймса помогает увидеть, как практически создать такую атмосферу. О чем беседовать со слушателями? Как показать им весь спектр христианской жизни? Какие стороны жизни христианское радио призвано освещать по-особому? Социальные вопросы, музыка, апологетика, учительство, развлекательные программы, евангелизация по радио — что важно, что допустимо, чего нам не хватает? Какую роль при составлении программ играет творчество? Как ведущему оценить свое служение? Рабочее пособие «Христианское вещание» помогает радиоработникам разобраться в этих вопросах.

У вас в руках — умная книжка: она просто наталкивает на размышления и ставит под вопрос некоторые аксиомы. А окончательное решение — всегда за вами, ведь вы лучше других знаете своего слушателя. Кстати, это отличительная черта радио «Теос»: мы делаем большую ставку на самостоятельность ведущих — личностей, которые в непосредственном контакте со слушателями.

Я надеюсь, что изложенные здесь мысли помогут вам по-новому общаться с теми, кто вас слушает, а также завоевать внимание тех, кто до сих пор слушать не хотел.

Руди Винс,  
директор радио «Теос»

## ОБ АВТОРАХ:

*Фрэнк Грэй* является вице-президентом FEBC по международному взаимодействию и созданию программ. Фрэнк начал свою карьеру в 1969 году, когда отправился работать в Лаос в рамках Британской правительственной программы по оказанию помощи. Впоследствии он начал работу по производству христианских радиопрограмм, а в 1979 году стал работать в FEBC. Девять лет Фрэнк провел в Маниле, в 1991 году с семьей он вернулся в Англию.

*Доктор Росс Джеймс* работает на радио с 1973 года в качестве журналиста, редактора программ, преподавателя, консультанта. Он жил в Азии, работая над различными радиопроектами, проводя семинары по всему азиатскому региону. Росс работает в SIM International и является консультантом FEBC в области обучения и социального развития.

Если вы желаете связаться с авторами книги по вопросам о ее содержании либо насчет ее приобретения, пишите:

121019 г. Москва

а/я 106

РАДИО ТЕОС

e-mail: [russia@febc.org](mailto:russia@febc.org)

## ГЛАВА 1

# ЧТО ТАКОЕ ХРИСТИАНСКОЕ ВЕЩАНИЕ?

Этот вопрос стоит задать, так как к нему, наряду со многими другими серьезными вопросами, зачастую относятся легкомысленно.

Возможно, у каждого из нас будет свое определение, которое мы основываем на своем опыте — слушателя или вещателя. Ответ на этот вопрос может привести в некоторое замешательство тех, чей личный опыт несколько не согласуется с этим определением.

### 1.1. Что НЕ является христианским вещанием

Иногда для того, чтобы узнать, чем что-то является, сначала полезно узнать, чем оно НЕ является. Христианское вещание НЕ связано со славой, богатством, властью или жадностью. В нем нет помпезности, показухи и обмана. Нет ничего низкопробного и поверхностного. Оно не ставит целью высмеивать мирские ценности, вне зависимости, согласны мы с ними или нет. Оно не выражает презрения и к тем, кто от чистого сердца старается делать добро и менять мир к лучшему.

Порой мы полагаем, что знаем определение христианскому вещанию: то есть это такое вещание, которым занимаются христиане. Но даже из такого простого определения можно вывести целый ряд понятий.

Слово "христианское" означает, что оно происходит или имеет своим началом личность Иисуса Христа. Кем Он был? Что Он делал? Чему Он учил? Какие ценности Он преподавал людям? Какое влияние Он оказал на мир?

Также христианским можно назвать все то, что указывает на Иисуса Христа.

### 1.2. Вещание прямое и косвенное

Наша проблема состоит в том, что мы представляем себе христианское вещание лишь в виде открытой проповеди. Все говорится напрямую, слушателю не надо самому о чем-то размышлять и чего-либо додумывать. Его перегружают фактами, а тяжеловесный стиль преподавания воздействует лишь на разум и не вовлекает эмоций и чувств. При таком стиле преподавания чаще затрагиваются следующие темы:

- зачем человеку становиться христианином
- как человек становится христианином
- что нужно знать христианину

- как должны себя вести христиане

- чему учит Библия

По мнению многих все остальное, что не вписывается в эти рамки, не является христианским. В результате таких суждений, радиовещателей, готовящих что-либо свое, отличное от остальных, обвиняют в бесцельной трате эфирного времени и средств.

В противоположность прямому, косвенное, интеллектуальное вещание преподносит вещи с определенным подтекстом, тем самым делая материал легко запоминающимся. Заниматься таким вещанием должны люди, имеющие прочное христианское мировоззрение. Основная их цель — воспитывать в людях ценности Божьего Царства, однако эта цель не сообщается слушателям открыто. Обращение к Библии в таких передачах обычно отсутствует и о христианской вере как таковой рассказывается очень мало.

Очень жаль, что люди не осознают необходимость таких программ. Радиорботники, в силу своей доктринальной позиции, могут отказываться их выпускать, не говоря уже о том, что спонсирующие нас христианские организации, возможно, будут против их производства. Огромное число слушателей игнорирует наши программы, а все потому, что вместо того, чтобы найти на нашей волне нечто близкое и жизненное, они слышат лишь нравоучения, которые не представляют для них никакого интереса. Почему? Да потому, что людям хочется слышать то, что удовлетворяло бы их запросы и интересы, а не просто сухие догматы.

Как же так получилось? "Кафедральный" стиль вещания, когда говорящий выступает в роли проповедника или оратора, встал в основу христианского теле- и радиовещания довольно давно. Тому, кто рос в христианской семье, этот стиль знаком с самого детства. И только с ростом понимания сущности христианского вещания мы осознали, что от нас требуется нечто большее. Грамотное использование средств вещания предполагает понимание нами всех возможностей радио и работу в рамках этих возможностей, с целью донести информацию до слушателя в нужном ключе. Также необходимым атрибутом является и то, что работа в сфере вещания и производство программ должны доставлять удовольствие нам самим.

В традиционном, "прямом" способе вещания, все сводится к вере — то, во что мы верим, основано на том, чему учит Библия. Мы должны спросить самих себя: есть ли большая польза от того, что мы только говорим и учим? Деятельности, размышлениям, ценностям христиан и многому другому важному и нужному мы зачастую уделяем мало внимания. А ведь именно это хочет слышать наша аудитория!

### **1.3. На кого оно направлено?**

Зная, что собой представляет христианское вещание и каким потенциалом оно обладает, мы приходим к выводу, что программы о догматах христианской веры рассчитаны на подготовленную аудиторию, то есть на глубоко верующих людей. Не уделяя внимания программам для интересующихся, а также новообращенных, мы тем самым теряем огромную аудиторию потенциальных слушателей. Более того, делая так, мы не выполняем своей миссии.

Итак, для кого же мы вещаем? Только для христиан? Либо мы просто пытаемся в лучшем свете показать свою веру в потоке современных идей, течений и философских теорий? Достаточно ли понятна предлагаемая нами информация современному слушателю? Какова форма подачи материала — развернутая или наиболее ходовая? Каков язык — церковный, либо современный, богатый разговорной лексикой?

Нужно ли нам быть многословными и прямолинейными? Помним ли мы о подтексте в программе, когда творческим и с виду атеистическим подходом мы "задеваем человека за живое"? Или же в своем многословии мы не обращаем внимания на эти детали? Если такое происходит, то в чем тут причина? Неужели мы настолько ленивы, унылы и безынициативны? Либо же мы просто еще не понимаем всей глубины человеческой души и составляющих веры, превосходящих всякое описание?

Такие вопросы наводят нас на мысль о том, знаем ли мы собственную культуру и уровень развития общества? Достаточно ли у нас знаний о ценностях и философских теориях, которые в значительной мере влияют на взгляды и поведение людей? Размышляем ли мы над тем, что видим по телевидению, слышим по радио и читаем в газетах и журналах?

Вопросов огромное множество. Однако, упорядочив их, мы несколько изменим свое представление о том, насколько широк в своем определении наш вопрос: что такое христианское вещание?

Говоря простыми словами, христианское вещание сводится к тому, чтобы приводить людей к Иисусу Христу, приобщать к общению в кругу верующих и т.п. Его цель в том, чтобы показать истину людям, живущим в этом изменчивом мире, где властвуют плюрализм и терпимость. Странен тот факт, что люди почему-то относятся к истине весьма противоречиво: им нужна истина, раскрывающая совершенные в прошлом злодеяния и преступления; когда же речь заходит об истине, могущей преобразить всю их жизнь, они отворачиваются от нее. Такого рода лицемерие во многом присуще "объективной" современной журналистике.

#### **1.4. Мост над пропастью**

Наша цель — построить мост над пропастью между двумя мирами. Р.Т. Брукс пишет: "... откровение — это то, что Бог делает в жизни человека. Жизнь подскажет вам, как рассказать об этом откровении другим". ("От человека к человеку", стр. 36).

Этот параграф я пишу на борту самолета, летящего в Москву — столицу страны, где существует огромная необходимость в воспитании христианских ценностей в кругах власти, в бизнесе и обществе в целом. Опыт показывает, что в странах с коммунистическим прошлым существует большой дефицит этики и моральных ценностей. "Вакуум" ощущается во всех сферах жизни, и до тех пор, пока ему не будет положен конец, коррупция в стране будет процветать. Мафия диктует свою систему ценностей. Семьи рушатся. Богатые богатеют, а бедные становятся еще беднее. Подобное происходит сегодня и в сотнях других крупнейших городов мира.

Лишь Евангелие способно вернуть обществу его первоначальный вид: сделать его таким, каким его задумал Бог — праведным и единым. Ничто не в силах будет его разрушить. Правительство, строящее свою работу на этих принципах, способно будет исправить положение дел в пользу общества, которому служит.

Как может христианское вещание исправить положение дел в России на сегодняшний день? Как воспитать у российского общества христианские ценности? Если бы москвичи жили по библейским принципам, как бы это повлияло на повседневную жизнь столицы? На этот вопрос мы сможем ответить лишь тогда, когда получим полное представление о том, какие программы должны делать.

В широком смысле слова, ответ на данный вопрос кроется в понимании природы Божьего Царства и его связи с современностью. Этот ответ поможет и нам самим узнать суть нашей миссии. Более того, с его помощью мы сможем вновь подойти к вопросу о том, что же такое христианское вещание.

## **1.5. Восстановить Божье Царство**

Мы не сможем понять всю силу влияния Божьего Царства на нашу жизнь, пока не осознаем, как далеко грехопадение отделило нас от Творца. При сотворении мира Бог создал все совершенным. На земле царил гармония. Совершенными были взаимоотношения человека и Бога, мужчины и женщины, человека и окружающего мира. Затем Адам согрешил... Результат был катастрофическим. Вскоре Адам и Ева ощутили на себе, насколько сильно были нарушены их взаимоотношения с Богом. Они рассорились друг с другом, что привело к разрушению семьи. Каин убивает Авеля, собственного брата. Все Божье Творение содрогнулось, и теперь человеку приходилось прилагать большие усилия, чтобы обеспечивать себе условия для проживания.

Печально, но все это продолжалось довольно долгое время. Ветхий Завет, на примере израильской нации показывает нам, насколько низко пало человечество.

Тем временем Господь старался всеми средствами наладить отношения с людьми, воспитать в них преданность, любовь и послушание Ему. Кстати, послушание было им же самим на пользу. Непослушание же повлекло за собой одни неприятности.

Но даже на протяжении всего этого времени Божий замысел незаметно воплощался. Наконец, на землю пришел предсказанный пророками Мессия. Его явление не было явлено всему миру на обозрение, лишь несколько волхвов и пастухов увидели в небе проявление Божественных знамений. Однако Его пришествие оказало на мир поразительное влияние. Мир стал меняться.

Прожив "в тени" тридцать лет, Иисус, Сын Божий начинает Свое служение, и Иоанн Креститель представляет Его народу. Провозглашая людям Благою Весть, Он заявляет: "...исполнилось время и приблизилось Царство Божье: покайтесь и веруйте в Евангелие!" (Марка 1:15)

Царь Иисус пришел в этот мир, чтобы вновь созидать его! Он пришел, чтобы восстановить нарушенные взаимоотношения. Воистину, это Благоя Весть!

Вышесказанное как раз и является тем, что собой представляет христианское вещание.

## **1.6. Надежда и вдохновение**

Только усвоив эту важную истину, мы начнем представлять себе, каким должно выглядеть христианское вещание в реальной жизни. Оно не должно сводиться к производству качественных программ, развлечению, новостям и даже разговорам о том, зачем человеку верить в Иисуса. Все это хорошо. Однако христианское вещание потерпит полный крах, если оно само не живет той вестью о спасении, которую Иисус принес в мир 2000 лет назад.

Христианское вещание обязано предлагать слушателю весь спектр "продуктов" Евангелия: вместо страха — доверие, вместо господства — свободу, мир и согласие вместо ненависти и борьбы. Оно открыто и честно освещает реальные аспекты жизни, проливая свет на темные ее стороны. Туда, где царит горечь и разочарование, оно несет надежду и радость. Нельзя забывать и о том, что всем этим мы должны обязательно указывать людям на Христа, потому что без Него и Его спасительной благодати все вышесказанное — ничто иное, как просто несбыточная мечта.

## **1.7. Библейские образы**

Писание приводит множество образов того, каким должен быть христианин, и какова должна быть его роль в обществе. Их можно применить и в нашей дискуссии, так как они дают четкое представление о данных двух понятиях. Вот

куссии, так как они дают четкое представление о данных двух понятиях. Вот некоторые из таких образов:

- а). Мы — Христово благоухание Богу
- б). Посланники
- в). Сеятели и жнецы
- г). Стражи
- д). Пастухи
- е). Пасторы
- ж). Пророки

## **1.8. Вдохновение**

Христианское вещание также должно нести людям вдохновение, которое дает им возможность подняться выше своего земного существования и искать Творца. Это значит, что обычные люди начинают свидетельствовать о том, чему всепрощающий Господь научил их, проведя через страдания, тяготы и несправедливость. Необходимо давать слово тем, кто может из глубины сердца говорить обо всем этом слушателям. Нужно нести аудитории важные и ценные духовные истины, которые смогли бы изменить людские сердца.

То есть наша обязанность — просить Духа Святого, чтобы Он помог нам делать программы, способные должным образом рассказать об этих истинах, чувствах и переживаниях, чтобы эти программы затрагивали слушателей до глубины души. В то время как Святой Дух вызывает в сердцах людей духовную жажду, наша задача — сказать им о том, как Иисус Христос может ее утолить.

На сегодняшний день светские СМИ не в состоянии удовлетворить духовных нужд слушателей. Единственное, на что они способны — весьма поверхностно освещать некоторые вопросы, либо убеждать слушателя в том, что ключ к успеху и счастью в чем угодно, но не в Иисусе. Эту ложь распространяет сатана! В обществе, в котором мы живем, так не хватает чувственности, сострадания, жертвенной любви, подобной той, что была у Христа. Материализм приучил людей заботиться лишь о себе и во всем преследовать личные интересы. Общество утратило чувство единства.

Вот напутствие нам, вещателям — быть духовно подкованными и в то же время не отгораживаться от общества и его культуры. Ведь порой христиане склонны сразу же переходить в оппозиционный лагерь. С одной стороны, мы слышим программы о Библии, но в них нет связи с действительностью, с другой — серые, полные бессмыслицы, не несущие ничего полезного. Возможно, мы просто не понимаем, что то, о чем мы говорим и что выражаем в своих программах, является отражением того, кем мы являемся на самом деле. Эту же мысль хотел выразить и Иисус, когда говорил, что только доброе дерево способно принести добрые плоды.

В следующих главах мы поговорим о том, сколь многогранно христианское вещание благодаря разнообразию выполняемых им функций.

## ГЛАВА 2

# О ЧЕМ МЫ СВИДЕТЕЛЬСТВУЕМ?

### (В чем суть свидетельства?)

*Сказать в двух словах о сути нашего свидетельства здесь так же непросто, как и дать определение собственно христианскому вещанию. Поэтому очень важно вывести ясное определение того, что является нашим конечным продуктом – основного содержания программ.*

Задумываетесь ли вы в конце рабочего дня о том, что сегодня донесли до слушателя? Другими словами, какое воздействие оказали ваши программы на аудиторию? Был ли материал достаточно понятен слушателю? Стоило ли вообще выдавать его в эфир? Может ли услышанное заставить людей изменить что-то в своей жизни?

Зачастую те, кто только начинает заниматься христианскими программами, наивно полагают, что слушателям будет интересно услышать, чему учит Библия. На самом же деле это совсем не так! Мы думаем, что им интересно узнать, как уверовать во Христа, но это тоже не так! И чем больше мы работаем в сфере христианского вещания, тем больше убеждаемся в том, что людям, живущим в материалистическом обществе, Евангелие и христианство мало интересны. Конечно, есть и те, кого это не касается, но они, скорее, исключение, чем правило.

### **2.1 В чем же суть нашего свидетельства?**

Прежде чем говорить об этом, необходимо четко уяснить главное — Иисус Христос должен быть в центре всего. Христос изначально является основой христианского вероучения. Добавим, что не просто Христос, а Воскресший Христос – Живое Слово Божье. Однако здесь есть одно "но": это не означает, что в каждой программе мы обязательно должны открыто говорить об Иисусе Христе. Все же, Его присутствие и Его истины должны быть неотъемлемой частью всех наших передач.

В программах мы должны придерживаться следующего принципа: все, о чем мы говорим и что из себя представляем, должно указывать на Христа и исходить от Него. Во всем, что мы говорим и делаем, мы должны воздавать честь Ему. Но и здесь есть свое "но": это не значит не приглашать неверующих на эфир, это не значит исключать из эфира мирскую музыку, это не значит не высказывать в программах нехристианских точек зрения. Все это можно использовать, однако

при условии, что в основе передачи будет лежать христианская истина, а этот материал будет излагаться открыто, объективно и не будет противоречить содержанию.

Апостол Павел открыто пишет об этом в послании к церкви в Колоссах (см. Колоссянам 1:15-23). Иисус стоит в центре всего творения. Он превосходит Собою все, все Им стоит и держится. Он – Господь Творения.

Другими словами, ИИСУС – суть нашего свидетельства. Но что это означает? Благая Весть об Иисусе Христе – нечто гораздо большее, чем мы можем себе представить, поэтому здесь можно вывести несколько подпунктов.

Евангелие можно описать по крайней мере следующими фактами:

### **Что Библия говорит об Иисусе:**

- Сын Божий
- Орудие Творения
- Защитник всего
- Спаситель, Искупитель, Святой, Царь
- Первосвященник
- Глава всего

### **Что Иисус говорил о Самом Себе:**

- "Я и Отец – одно"
- "Кто видел Меня, видел и Отца"
- "Верующий в Сына Божия имеет жизнь"
- "Я есмь Хлеб Жизни, Свет Миру, Вода Живая, Путь, Истина и Жизнь"

### **Что Иисус делал**

- Совершал чудеса и знамения
- Исцелял больных
- Изгонял бесов

### **Как Иисус поступал**

- С любовью, состраданием, чуткостью
- Никогда не спешил
- Ему были чужды социальные барьеры: помогал прокаженным и отверженным, женщинам и мытарям
- Он шел к людям – слепой Вартимей, Закхей, самарянка у колодца, дочь Иаира.
- С праведным гневом
- Как слуга

- Показывал нам пример для подражания (1 Петра 2:21)

### **Что Библия говорит об Иисусе**

- Явил Собой образ невидимого Бога
- Был сотворен прежде всего творения
- В начале было Слово, и Слово было у Бога, и Слово было Бог
- Был первым, Кто воскрес из мертвых
- В Нем была жизнь, и жизнь была свет человеков
- Он – начальник и совершитель веры (Евр. 12:2)
- Он однажды вернется на землю, чтобы забрать Своих последователей

Сложив воедино все вышеперечисленное, мы получим огромное поле деятельности, неисчерпаемое количество тем для новых передач!

В первой главе мы вкратце говорили о том, что центром христианского вещания должно являться Божье Царство. Когда Иисус начал свидетельствовать народам, Он объявил всем, что грядет Его могучее Царство. В словах Иисуса чувствовались величие и власть истинного Царя, пришедшего искупить Свое творение, погрязшее в грехах.

Воистину это Благая Весть! Благая Весть для наших слушателей... Но не только для них, а и для нас, Его детей. Иисус исцеляет Своей милостью нас, нашу личную жизнь, взаимоотношения в семье, в церкви, на работе. Мы, работники радиовещания, испытывая на самих себе силу Иисуса Христа, получаем толчок к тому, чтобы свидетельствовать об этой силе всем нуждающимся!

Когда Царь Иисус находится среди Своего народа, все явным образом ощущают присутствие Божьего Царства. Последнее, в свою очередь, оказывает определенное воздействие на людей, и вот в чем оно выражается:

С одной стороны, мы видим исцеление и восстановление: "В Божьем Царстве все собирается воедино", - как выразился Даррелл Джонсон. Царь Иисус соединяет в Себе все. Мы находим этому подтверждение в Послании к Колоссянам 1:17,18: "...*все Им стоит*".

С другой стороны, мы наблюдаем конфликт. Царство света сталкивается с царством тьмы, а это зрелище не из приятных. Чарльз Колсон в своей книге "Борьба царств" как раз приводит примеры событий в мире, где сквозь пучину террора и ужаса пробиваются лучи Божьего Царства.

Конечно, мы не сможем увидеть всю полноту Божьего Царства. Ее мы увидим на небесах. Но все же, когда Иисус с нами, мы уже в Его Царстве! Даррелл Джонсон также говорит о таком явлении, как *наступление* Божьего Царства, где сравнивает его с ростками, пробивающимися сквозь бетон и асфальт.

Вальтер Уинк в своей недавно вышедшей книге пишет, что в Божьем Царстве царит атмосфера, где нет господства одних над другими. Люди там не испытывают угнетения, становясь именно такими, какими их хочет видеть Бог.

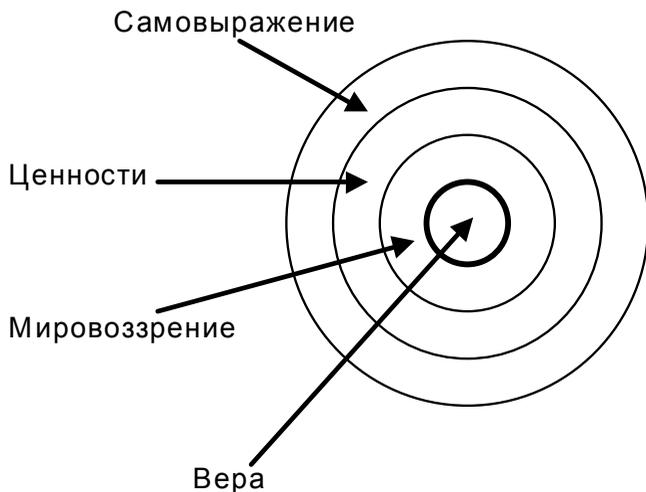
Перед нами, членами Божьего Царства, стоит та же задача – содействовать восстановлению и исцелению посредством личного свидетельства силой Святого Духа.

## **2.2 Как нам это применять на радио?**

Вышеизложенное прежде всего означает, что в наших руках находится огромное разнообразие способов несения Благой Вести. Мы начинаем ясно осознавать, как соединить вместе разрозненные части. Иисус Сам говорит об этом в Евангелии от Луки 4:16-21, цитируя пророка Исаию: *"Дух Господень на Мне; ибо Он помазал Меня благовествовать нищим, и послал Меня исцелять сокрушенных сердцем, проповедовать пленным освобождение, слепым прозрение ..."*. Прах Он заменяет красотой, скорбь – радостью, отчаяние – хвалой.

Все это представляет собой основу нашего свидетельства миру об Иисусе Христе. Вера не может не подтверждаться делами. Конечно, мы можем учить и проповедовать, но также мы можем и нести Евангелие через конкретные дела: помогая слепым, благовествуя больным, давая консультации как лучше возделывать землю, выявляя несправедливость в обществе.

Самое замечательное здесь то, что все эти принципы Евангелия являются частью единого целого. Лучше всего это, пожалуй, можно изобразить с помощью диаграммы из концентрических окружностей:



Давайте остановимся на каждом компоненте более подробно:

**Вера:** стоит в основе всего, что движет нами, дает нам цель в жизни. Мы, христиане, верим в Бога, сотворившего нас и пославшего Своего Единородного Сына Иисуса, чтобы Он умер за наши грехи. Уверовав, мы становимся Божьими детьми, и в нас вселяется Святой Дух. Мы верим, что Иисус есть Царь и Его царствованию не будет конца. Иисус однажды придет, чтобы забрать нас к Себе в вечность. Суть нашей веры лучше всех изложил апостол Павел: покаяние перед Богом и вера в Господа Иисуса Христа.

**Мировоззрение:** вера в то, что Бог сотворил мир, определяет наш взгляд на этот мир. В отличие от тех, кто полагает, что мир был создан случайно, мы верим, что он был сотворен по определенному замыслу. Веря, что сотворены Богом, мы чувствуем, что имеем определенную ценность и предназначение. Мы смотрим на других как на равных себе. Мы также ощущаем, что являемся частью исторического процесса: мы знаем, откуда произошли и куда идем. Также нам известно, что жизнь – нечто гораздо большее, чем окружающий нас материальный мир, где мы лишь временные постояльцы. Поэтому тот, кто делится этим мировоззрением с людьми, увидит жизнь совсем по-иному.

**Ценности:** наши личностные ценности исходят от мировоззрения. Если мир для нас – творение рук Божьих, то, соответственно, мы будем лучше о нем заботиться и радоваться ему. Когда мы знаем, что окружающие нас люди, как и мы сами, сотворены по образу и

подобию Божьему, меняется наше к ним отношение. Какими бы они ни были – свободными или рабами, богатыми или бедными; независимо от их национальности, вероисповедания, пола и социального положения, мы относимся к ним как к равным. Когда мы осознаем, что все, что имеем, даровано нам Богом, заботящемся о нас, мы по-другому ценим материальные блага. Когда мы представляем себе всю суверенность Бога, то лучше понимаем собственную ценность.

**Самовыражение:** способы нашего самовыражения весьма разнообразны. Однако они тесно взаимосвязаны с ценностями, мировоззрением и верой. Самовыражаться мы можем по-разному: через поведение и отношение ко всему окружающему, а также через творчество. Наши ценности неизбежно оказывают влияние на поведение. В свою очередь, поведением мы показываем то, во что верим. Если мы верим в то, что Бога нет, то и ведем себя соответственно – не имея христианских ценностей и мировоззрения. Для христиан этот момент является самым главным – ведь именно на поведение смотрят окружающие. Когда мы относимся к людям с теплотой и состраданием, они тянутся к нам. Напротив, когда мы излучаем холод и осуждение, мы, сами того не подозревая, говорим окружающим о своей бессердечности.

Отношение к чему-либо чаще всего можно выразить посредством слов или языка телодвижений. Зачастую таким образом можно передать очень большой объем информации. Поведение и отношение – вот два критерия, по которым о нас судят люди. Об этом говорил Сам Иисус, когда сказал, что доброе дерево приносит добрые плоды. Нельзя здесь забывать и об эмоциях. Несдержанность эмоций, порывы гнева и разочарования говорят многое о происходящем внутри нас, о том, что мы не имеем внутреннего покоя.

Творчество находит свое выражение в том, что мы конструируем, рисуем и пишем, а также в драматическом и танцевальном искусстве. Таким образом, искусство – средство выражения творчества во всех его разновидностях, которые, в свою очередь, отражают внутреннее состояние.

Итак, мы пришли к выводу, что внутреннее состояние оказывает большое влияние на жизнь: наши верования определяют мировоззрение, мировоззрение формирует систему ценностей, а ценности ведут к самовыражению: творчеству, поведению и отношению к действительности.

## **2.3 Система ценностей и СМИ**

Если все вышесказанное верно, то для нас, радиовещателей, это имеет первостепенное значение. Почему? Потому что именно вещание и средства массовой информации несут в общество и культуру определенную систему ценностей. Вот почему средства массовой информации имеют такой потенциал, и нам, христианам, не следует забывать, что Бог возложил на нас ответственность за распространение Его истин.

Средства массовой информации формируют ценности. Этот факт находит свое подтверждение в регионах, где основным источником информации долгое время было телевидение. Каждый день людям преподносится таким образом набор материалистических ценностей запада. Посредством СМИ мы узнаем о новинках моды, о стандартах поведения, политических отношений и образа жизни в целом. К сожалению, порой мы замечаем, что некогда привычные ценности отменяются современным обществом. Происходит это уже по всему миру. Светский материализм все сильнее укореняется в умах людей, особенно посредством современных кинофильмов и спутникового телевидения.

СМИ сегодня – особенно радио и телевидение – стали ареной для распространения разного рода информации. Ток-шоу смотрят потому, что там обсуждаются самые злободневные темы. Мыльные оперы рисуют определенный стандарт жизни людей: что все "так должны поступать", все должны покупать те или иные товары и т.д. Сценаристы пытаются оправдываться, что они таким образом отражают реальную жизнь. Наша же задача – не только изображать жизнь такой, какая она есть, но и такой, какой она может быть с Иисусом Христом.

Радио также несет людям ценности. Нам всем следует это понимать. Однако как могут мирские ценности сравниться с ценностями христианскими? Попробуем составить два списка таких ценностей:

### **Мирские**

Власть  
Обаяние  
Успех  
Богатство  
Популярность  
Слава  
Сексуальная свобода  
Большая аудитория

### **Христианские**

Смирение  
Служение другим  
Прощение  
Равенство  
Свобода  
Целомудрие  
Единство  
Благодарение

и т.д.

Только вникнув в суть того, что несут нам современные СМИ и поняв, чем живут неверующие, мы сможем воочию увидеть, насколько огромна пропасть между теми, кто верит в Бога и теми, кто не верит в Него.

У этого списка есть один недостаток. Разграничивая ценности людей, мы тем самым разделяем их самих на два противоположных лагеря. На практике такого быть не должно. В жизни границы не так отчетливо очерчены. Светские СМИ пропагандируют и хорошие ценности. Некоторые из них можно бы было назвать "христианскими". Божья благодать в определенной степени распространяется на все народы, потому как человечество нашло, что некоторые ценности несут пользу обществу. Порой даже в голливудских фильмах, таких как, например, "Форрест Гамп" или "Огненные Колесницы" отражены вполне христианские ценности. Тем не менее, в культуре народов, незатронутых христианством, некоторые ценности (например, прощение) могут порой просто отсутствовать.

#### **2.4 Как нам делиться этими ценностями?**

Выразить личностные ценности и поделиться ими можно с помощью музыки. В песнях отражена поп-культура. Они оказывают сильное влияние на людей, особенно на молодежь. Каждый исполнитель музыкой старается отобразить свой образ жизни.

Новости также несут с собой определенные ценности. В основном в них содержится информация о конфликтах, нарушениях общественных норм и противоречивых событиях. Конфликт любого рода возникает из-за несоответствия ценностей. Политика также имеет основой определенные ценности и стремится к компромиссу этих ценностей. Бизнес отражает этические и не совсем этические ценности. Финансы, лотереи, богатство, жадность – все это несет в себе определенные ценности.

В христианских новостях можно говорить о тех же самых событиях, однако в дополнение к этому освещать некоторые их детали, на которые светские СМИ не обращают внимания. Почему они так делают? Наверное, из-за стремления к политической корректности, либо из-за охоты за сенсациями, нежели за чем-то обыденным и спокойным. "Мне нужно увидеть кровь!" — выкрикнул один американский корреспондент, случайно попавший в кадр во время революционных событий на Филиппинах в 1986 году, когда был свергнут президент Фердинанд Маркос. Однако тот факт, что перед

танками стояли на коленях и молились монахини, не показавшись журналистам сенсацией и практически не был освещен мировой прессой, поэтому остался незамеченным.

Конечно же, христианам не следует посвящать все свои программы рассказам о том, как прекрасно живут богатые и знаменитые, о жизни звезд кино и эстрады. Иисус всегда был на стороне бедных, беспомощных и ничтожных. Он Сам был вполне обычным и неприглядным Человеком, таким, что если бы в те времена была пресса, Он ни за что бы не привлек к Себе внимания журналистов. Однако их бы весьма заинтересовали Его чудеса или то, как Он разогнал торговцев в храме или публично обличал фарисеев.

Кто-то высказал мнение, что мир ценит то, что ненавидят христиане. И наоборот, то, что приветствуют христиане, вызывает отвращение в мире. Слова "благодать", "милость", "прощение" сейчас не встретишь в заголовках газет. Да и вне христианского контекста они уже практически вообще не употребляются. То же можно сказать и о смирении. Светские СМИ рисуют христиан и церковь какими-то первобытными фанатиками-недотрогами, которые только и хотят испортить весь праздник. Иногда можно встретить упоминания о том, что в стране растет число разводов, ранних беременностей, но опять же авторы приходят к выводу, что эти социальные проблемы вызваны деградацией христианских ценностей.

Вот тут-то христианские СМИ и должны прийти на помощь и, взвесив все факты, дать людям возможность взглянуть правде в глаза.

Будучи работниками СМИ, мы, как никто другой, должны осознавать, какое влияние могут оказывать СМИ на аудиторию, какую пользу и какую опасность может нести это влияние. И горе нам, если своими передачами мы учим верующих жить и поступать так, как это делают в мире. Мы – стражи и не должны впускать во врата мирские ценности, не представляя себе, что они несут людям. А ведь это случается так часто...

В конце рабочего дня мы со всей уверенностью должны говорить, что оказали честь Евангелию.

В следующих главах мы рассмотрим практические пути достижения этой цели.

## ГЛАВА 3 ФУНКЦИИ РАДИО

Люди, ответственные за планирование производства программ, а также редакторы ориентированы на конечный продукт, выходящий в эфир. Вполне естественно, что такие формы как радиопостановка, интервью рассматриваются на собраниях по планированию в первую очередь. Хотя выбор формы в этом случае подобен выбору рамы для картины, лучше его оставить на конец, когда картина уже закончена. Рама нужна, чтобы подчеркнуть все достоинства картины, усилить ее воздействие на зрителя. Подобно этому при планировании стратегии вещания определение формы — дело второстепенной важности.

Ключевым моментом и необходимым первым шагом является изучение всех возможностей радио, важно обратить внимание на огромное разнообразие способов донесения Евангелия до слушателей посредством радио.

Признавая гибкость и потенциал радио, ФЕВС выступает за разработку новых подходов к составлению программ. В течение многих лет работы мы показали, что нам не чужды нововведения, продемонстрировали стабильность и актуальность наших программ. Авторы программ разной тематики в разных обстоятельствах использовали радио тоже по-разному.

У этой главы две цели. Первая состоит в том, чтобы кратко обозначить четырнадцать функций радио, которые можно применить при подготовке программ, и предложить читателю практические примеры. Некоторые функции могут совпадать или пересекаться с другими. Конечно, список функций при дальнейшем рассмотрении мог бы быть продолжен. Вторая цель — указать на то, насколько важно при подготовке программ учитывать вопрос: "Какие функции радио наиболее соответствуют нуждам слушателей?"

Эти четырнадцать функций являют собой конкретный пример того, насколько широко может использоваться радио. Опыт показал, что умение с иной точки зрения смотреть на расписание программ и на нужды слушателей, развивает у редактора умение мыслить стратегически и вдохновляет его на творческий поиск.

Как может рассмотрение функций помочь планированию стратегии программ? У слова "функция" есть ряд синонимов: "возможность", "роль", "назначение", "способность". Применяя слово "функция" к радио, мы тем самым подчеркиваем, на что способно радио и каким образом оно может достичь своей цели.

Мы стремительно вступаем в эру информационных технологий. Само понятие "информационные технологии" уже прочно вошло в наш лексикон. Компьютеры произвели революцию в процессе обмена информацией: теперь, не выходя из офиса

или дома, можно держать связь со всем миром. Спутники и другие технологические новшества предоставляют новые способы доставки информации, открывая тем самым новые горизонты для проведения прямых эфиров, быстрого составления программ и трансляции их на обширную территорию.

Эра информационных технологий, открыв новые измерения в сфере коммуникации, оказала влияние как на нас (поставщиков информации), так и на наших слушателей (получателей информации). Во-первых, демократические идеалы и практика развития общества предполагают участие в происходящих в нем процессах. Нашим слушателям хотелось бы слышать о жизни, работе, политике. Во-вторых, правительством даются средства массовой информации все большую независимость, создается множество частных станций. Это означает, что у нас появляется множество конкурентов. В-третьих, поскольку новые информационные технологии предоставляют большое разнообразие технических средств и носителей, у потребителей больше возможностей доступа и выбора информации. В-четвертых, нам, работникам радио, надо быть более чуткими к запросам аудитории при подготовке программ.

Флорангель Розарио-Брейд (1995), вдохновитель и один из основоположников идеи так называемого *развивающего вещания*, утверждает, что в эру информационных технологий некоммерческие либо неприбыльные вещательные организации (такие как FEBC) играют особую роль.

Четырнадцать функций радио раскрывают новые способы благовествования слушателям, пути удовлетворения запросов как неверующих, так и христиан посредством радио.

## **1. ИНФОРМИРОВАТЬ**

Большинство людей включают радио, чтобы услышать последние новости. Рейтинг радиостанции зачастую зависит от количества информационных программ — чем больше спектр событий, которые они затрагивают, тем больше доверия слушателей. В мире есть страны, где новости контролируются и составляются по заказу властей. Многие люди в таких случаях стараются поймать станцию, вещающую на весь мир, которая предоставила бы им достоверную и объективную информацию о событиях.

Благодаря этому, христианские радиостанции привлекают большое число слушателей. Более того, христианские радиоработники таким образом признают себя участниками событий современной истории. Новости — это история в действии, автор этой истории — Бог. Его цели и Его истины отражаются в событиях, разворачивающихся как в стране, так и в мире.

Уделяя внимание программам новостей, христианские радиостанции показывают, что происходящие в мире события им, как верующим, не безразличны. Это и есть Евангелие в действии, неотрывно связанное с жизнью.

Когда христианин не обращает внимание на происходящее вокруг, будь то его место жительства, или события в мировом масштабе, он вполне может заявить, что Евангелие неприменимо к современности. Тем самым он оказывает проповеди Евангелия "медвежью услугу". Программы христианских радиостанций, полагающих, что нужно воздерживаться от освещения текущих событий, теряют свою актуальность. Они теряют гигантскую аудиторию потенциальных слушателей, которые никогда бы не стали настраиваться на их волну, чтобы послушать разбор Библии. Однако этих же слушателей вполне может привлечь правдивое, интересное освещение в христианских программах мировых событий.

В связи с этим, христианским радиоработникам стоило бы обратить внимание на два момента. Во-первых, нам нужно с особой тщательностью подходить к выбору тем новостей и редактировать их с большой осторожностью. Мы не должны давать информацию, которая превозносила бы мирские ценности. Беря за основу мирской материал, мы должны отсекаать предвзятость, предубеждения и неверные выводы. Мы не должны имитировать подход мирских СМИ — очень важен христианский взгляд на вещи. Это особенно касается событий, эффект которых построен на непристойных подробностях, либо которые рассматриваются только через призму политики и материализма, с позиций человеческого понимания.

При подготовке христианских новостей важно уметь различать вещи как с духовной, так и профессиональной точек зрения.

Хорошо сделанные программы с использованием блоков новостей способны производить неизгладимое впечатление на слушателей. Программы с использованием новостей правдиво отражают те события в мире, где видна рука Божья, а также и события, происходящие не без участия сатаны. Анализ событий может напрямую отражать Библейское учение, а также сопоставлять ценности Царства Небесного с ценностями падшего мира. В новостных программах затрагиваются реальные жизненные ситуации.

Новости отражают ясную картину падшего и погрязшего в грехах мира, тем самым подготавливая почву для проповеди Евангелия.

## **2. РАЗВЛЕКАТЬ**

Наряду с новостями и информацией функция развлечения занимает одно из самых важных мест в радиовещании.

Программы с использованием юмора, музыки, интересных историй, спектаклей вносят оживление в ряды слушателей, независимо от того, где они находятся: на

кухне, в спальне, в офисе, магазине, машине, на природе. И все это без особых финансовых затрат.

Кто-то может возразить: а стоит ли христианам думать о развлечениях? Однако обратите внимание на тот факт, что люди, пропагандирующие здоровый образ жизни, знают, что если их информацию заключить в привлекательную оболочку, слушатели проявят больший интерес, легче запомнят и будут следовать советам. Те, кто занимается развивающим вещанием, используют приемы обучающего и информационного развлечения, сочетая их в одной радиопрограмме.

Каждая программа должна иметь долю развлечения, чтобы у слушателя не было желания настроиться на другую волну. Если такого желания не возникает, можно сказать, что программа составлена хорошо. Кроме того, она должна содержать в себе что-то для подъема духа слушателя, для удовлетворения его эстетических нужд. Разве не интересен тот факт, что Бог создал деревья не только пригодными для выполнения определенных функций (приносить плоды, служить строительным материалом), но и приятными на вид, чтобы ими *глаз радовался*?!

Рассмотрим основные сферы развлечения: музыку, поп-культуру, юмор, истории из жизни.

## **2.1. Музыка**

Музыка может поднять дух, коснуться человеческой души так, как не способно это сделать слово. Она создает эффект или атмосферу, в которой всего несколько тщательно подобранных слов заменят собой длинный монолог. Некоторые музыкальные жанры способны воздействовать на дух человека по особенному, согревать сердце, смягчать эмоции, гасить страх. Нам, христианам, работающим на радио, необходимо учитывать все это как важное средство для достижения нашей цели. Многие музыкальные стили гармонично вписываются в передачи, рассказывающие о Евангельских истинах.

При этом, мы все же признаем, что музыкальные пристрастия всегда были "яблоком раздора", и христиане здесь не являются исключением: что кажется хорошей музыкой для одного, может быть дьявольской какофонией для другого. Ни одна другая область интереса, за исключением, пожалуй, некоторых теологических разногласий, не вызывает у христиан столько разногласий и разделения. Поэтому FEBC выработала некоторые подходы (но не жесткие правила), помогающие при выборе музыки для программ.

Удачный выбор музыки для программ зависит от двух значимых факторов: (1) необходимо знать свою аудиторию и ее музыкальные вкусы; (2) редактор или ведущий обязан хорошо разбираться в музыке и должен быть приверженцем христианской морали в ней. Руководству радиостанции необходимо оказывать поддержку тому, кто готовит эти музыкальные программы, так как его выбор музыки возможно будет подвергаться критике со стороны слушателей, считающих,

будет подвергаться критике со стороны слушателей, считающих, что их пожертвования напрасно растрачиваются.

## **2.2 Поп-культура**

Термин "поп-культура" относится к творческим действиям, направленным на развлечение и отдых. К ней также можно отнести книги, журналы, путешествия, спорт, музыку, кино- и видеопroduкцию, театр, живопись, моду.

Радио способно освещать подобные темы, для этого можно использовать чтение книги или отзыв на фильм, круглый стол или интервью с интересным человеком. Если позволяет техническая возможность, можно производить запись, либо прямую трансляцию событий, происходящих в общественной жизни. FM — радиостанция FEBC в Маниле под названием DZFE, транслирующая классическую музыку, довольно часто использует в программах прямые включения с концертов и, благодаря этому, является лидером по популярности у поклонников этого стиля.

Материал, противоречащий духу Евангелия, может использоваться в программах лишь с целью противопоставления; предварительно необходимо оценить возможную реакцию на него слушателей и властей. В расписании музыкальных передач FEBC также можно указывать программы, посвященные поп-культуре.

## **2.3 Жизнь людей**

Реальные истории из жизни реальных людей — это стопроцентный успех. Однако опыт нашей работы показывает, что ведущие христианских программ порой упускают их из виду. Вьетнамский отдел FEBC начинает свои ежедневные программы пятиминутной историей из жизни, и тем самым привлекает слушателей.

По всему миру наиболее слушаемыми программами, помимо новостей и музыкальных, являются те, где в центре внимания находятся люди, их жизнь, печали и радости, надежды и переживания, победы и поражения. Такие программы порой могут обходиться без комментариев, и не обязательно быть христианскими по содержанию, хотя и могут раскрывать христианские ценности.

Жанры передач, способные привлечь людей к приемникам, могут быть самыми разными: интервью, дискуссии, истории, мемуары, радиопостановки. Особенно последние могут воссоздать реальную картину жизни и погрузить слушателя в атмосферу участия. Когда слушатель соучаствует, он не просто вбирает информацию. Он отождествляет себя с персонажами, переживает вместе с ними, не ощущая при этом никакой угрозы самому себе. В радиопостановке гораздо легче выразить такие христианские ценности, как любовь, прощение, нежели говорить о них напрямую. Для радио можно довольно легко адаптировать любой традиционный театральный жанр.

## **2.4 Юмор**

Веселым юмором в программе можно добиться гораздо большего чем просто показать, что христиане умеют радоваться жизни. Используя юмор умело и грамотно, можно с его помощью доносить до слушателей многие библейские истины. Так как юмор обусловлен культурой народа, лучше будет шутить тот, кто знает эту культуру изнутри.

## **3. ОБУЧАТЬ**

С помощью радио можно научить, или дать нужный совет людям, живущим разрозненно на большой территории. Радио традиционно использовалось для того, чтобы давать людям знания по земледелию, медицине, развивать у них навыки в естественных науках и математике, обучать их языку и многому другому. Известен случай, когда радио использовалось даже для обучения рисованию, и оказалось, что такой способ эффективнее, чем телепрограмма на ту же тему!

В зависимости от преследуемых ими целей, христианские обучающие программы можно разделить на две большие категории: программы, направленные на развитие общества и на христианское обучение.

### **3.1 Программы, направленные на развитие общества**

Общественное развитие — процесс, при котором сообщество людей путем постановки, планирования и достижения определенных целей старается улучшить условия своей жизни.

Казалось бы, зачем христианскому радиоработнику заниматься проблемами общественного развития, в то время как его основная задача — нести Благую Весть?

На этот вопрос можно ответить по-разному. Можно было бы начать с того, как мы понимаем Евангелие и Царство Божье. Можно было бы взглянуть на те стихи Писания, где Бог Отец и Иисус открыто проявляют Свою заботу о насущных нуждах людей. Мы могли бы взять на вооружение такой взгляд: даром получили — даром давайте, давайте тем, кто еще не получил. Мы можем объяснить такой подход на основе своей ответственности перед людьми, которые окружают нас. Можно объяснить это и тем, что наши слушатели нам не безразличны и мы готовы служить им. Либо можно сказать, что это просто хороший способ привлечения слушателей.

Дело в том, что христианское радио и здесь играет важную роль. Программы такого рода демонстрируют нашу заинтересованность в благополучии слушателей и отражают христианское мировоззрение. В результате наши программы будут слушать даже тогда, когда в них затрагиваются темы, имеющие прямое отношение к христианству. Программы, направленные на общественное развитие, оказывают прямое воздействие и на рост церквей, что подтверждается опытом Мозамбика и других стран. В одной азиатской стране образование нескольких церквей стало результатом радиопрограмм, посвященных сельскому хозяйству. Эти программы не

зультатом радиопрограмм, посвященных сельскому хозяйству. Эти программы не имели никакой связи с религией, и христианство в них вообще не упоминалось. Фермеры стали слушать христианские программы, которые шли до и после сельскохозяйственной. Местный пастор признался, что фермеры стали относиться к нему с почтением, когда узнали, что он хорошо знаком с ведущим программы. Таким образом, если программы, направленные на общественное развитие, становятся частью хорошо продуманного расписания, они могут принести значительную пользу.

Целью развития общества является вовлекать и побуждать людей на участие в социальной, экономической, физической и духовной сферах его развития. Программы в прямом эфире, в которых регулярно принимают участие слушатели, помогают связать аудиторию с представителями местной администрации и другими лицами, которые могут предоставить необходимую информацию. Таким образом у общества появляется возможность выразить свои взгляды и стремление к переменам. Радиопрограммы могут помочь в обучении тем людям, которые не в состоянии платить за обучение, либо тем, у кого нет ни времени, ни возможности посещать занятия. В некоторых регионах существует большая нехватка учителей и учебных материалов. Образовательные программы могут также стать и дополнительным источником информации к тому, что преподают в учебных заведениях. Радио и сейчас уже широко используется в образовательных целях в школах и вузах.

Полезная информация помогает людям в работе, семье и жизни. Мы можем затрагивать такие важные темы, как права человека, разрешение конфликтов, терпимость, понимание, гражданство, культурные ценности. Здоровье и сельское хозяйство — темы, которые будут интересны во многих местах. Радио становится особенно важным средством массовой информации во время стихийных бедствий и катастроф, когда до людей необходимо оперативно донести важную информацию. Полезными также могли бы быть программы, помогающие в таких вопросах, как, например, вычислительная техника.

Радиопрограммы, обучающие английскому языку, также достаточно популярны. Обучение английскому языку как иностранному средствами христианского радио таит в себе огромный потенциал. Например, во Вьетнаме, в условиях развивающейся экономики, люди, пытаясь наверстать упущенное за годы коммунистического правления, с большим желанием изучают английский язык.

Радио может принимать участие и в правительственных проектах и кампаниях. В странах, где запрещена проповедь Евангелия, подготовка обучающихся программ или обучение их составлению может стать фундаментом дальнейшего доверия.

Использование радио в интересах развития общества — особая область, и уже разработан учебный курс, помогающий в составлении такого рода программ.

## **3.2 Христианское образование**

Посредством христианских радиопрограмм, слушатели имеют реальную возможность получить образование, без затраты на него больших денег, особенно когда они заинтересованы в его получении. Степень заинтересованности особенно высока в странах, где запрещена проповедь Евангелия. Но даже и в странах, открытых для Благой вести, таких, например, как Филиппины, радио является доступным способом получения христианского образования для людей, которым не по карману обучение в библейской школе.

Классическим примером такого образования является долговременный проект FEBC в Китае. С 1980 года на средних и коротких волнах каждый вечер в течение трех лет стала выходить программа "Сельская Библейская школа". Этому предшествовало тщательное изучение местных условий. Преподавалось четыре предмета, по три занятия в неделю, каждое из которых повторялось на следующий день. Чтобы легче было понять услышанное по радио, среди слушателей курсов в самом Китае распространялся раздаточный материал: литература и аудиокассеты. Повторив курс "Сельской Библейской школы" по радио два раза, к нему добавили еще несколько предметов, которые стали частью четырехгодичной программы под названием "Семинария "Голос дружбы". С самого начала FEBC трудилась над этим проектом в сотрудничестве с другими христианскими организациями (оказавшими помощь с раздаточным материалом).

### **3.2.1 Радио — неверующим**

Не следует полагать, что большое число неверующих хотят изучать Библию. Однако для многих станет открытием тот факт, что людям хотелось бы узнать о христианской вере вообще. Об этом мы поговорим подробнее в разделе, посвященном апологетической функции радио.

Вопрос здесь в том, как нам побудить человека, случайно настроившегося на нашу волну, сделать то же самое в другой раз, но уже осознанно? Как нам возбудить в слушателе "аппетит" с помощью радиопрограмм? Один из способов, например, рассказать в программе о заочном Библейском курсе, с тем, чтобы слушатель мог подписаться на него и изучать Библию самостоятельно.

### **3.2.2 Радио — верующим**

С верующей аудиторией дело обстоит несколько легче: понятны их интересы, запросы, слушатели готовы к обучающим программам. Однако здесь нельзя забывать о творческом подходе к составлению программ. К сожалению, порой мы недостаточно хорошо планируем время выхода передачи, предлагая слушателям всерьез заняться изучением Библии во время завтрака!

Любое предлагаемое обучение должно вытекать из реальных нужд христиан и зависеть от обстоятельств. Например, в такой закрытой для Евангелия стране, как Китай, есть христиане, но мало подготовленных служителей, не хватает Библий,

есть христиане, но мало подготовленных служителей, не хватает Библий, люди подвержены воздействию еретических и культовых течений. Большое внимание в такой ситуации стоило бы уделить основам веры и практическим вопросам: таким, как руководство церковью, пасторское консультирование, разучивание новых песен и так далее.

В лагерях беженцев в Юго-Восточной Азии у новообращенных часто возникали проблемы. Пасторы, работающие в народности Хмонг писали в FEBC письма с просьбой в радиопрограммах дать рекомендации по разрешению этих проблем, зная, что радио пользуется у людей большим доверием.

#### **4. ИЗМЕНЯТЬ МИР К ЛУЧШЕМУ**

Средства массовой информации способны вызвать перемены в обществе, если они выступают в его защиту, вовремя выявляя возникающие в обществе проблемы, предлагая пути их решения и устранения конфликты.

Обществу нужны альтернативные средства массовой информации, которые предоставляли бы голос национальным меньшинствам, обращали бы внимание на волнующие их темы, на которые официальные СМИ закрывают глаза. Другая функция радио заключается в том, чтобы обратить на эти проблемы внимание властей и тех, от кого зависит принятие жизненно важных решений. В различных странах мира в подобных целях успешно используется стратегия программного участия слушателей.

Розарио Брейд (1995) считает, что такие радиовещательные службы, как FEBC обладают большим потенциалом в предоставлении оперативной информации. Почему? Потому что мы — альтернатива государственным и коммерческим средствам массовой информации, мы не преследуем личных интересов, нас интересуют сами люди. Мирских репортеров вряд ли заинтересует то, что интересно нам. Программы же, заключающие в себе новые идеи, рассказывающие о новых социальных движениях и проблемах, о политике, об общественном развитии и его тенденциях, стимулируют интерес слушателей к такого рода информации, расширяют их кругозор и вдохновляют их на конкретные действия.

FEBC в Маниле использовала свои радиопрограммы в роли критика. В начале восьмидесятых в Маниле появился некий целитель, который с помощью радио завоевал огромную популярность. Работая под довольно странным псевдонимом — Джонни Полуночник, он утверждал, что способен исцелить своих слушателей с помощью особого процесса — воздействия звуковых волн. Его программа выходила ровно в полночь, именно поэтому он и придумал себе такой псевдоним. Джонни Полуночник предлагал слушателям поставить на радиоприемник стакан с водой. После нескольких заклинаний он призывал слушателей выпить эту воду и получить тем самым исцеление. Программа вызвала настоящий переполох по всей стране: у людей появился интерес к оккультизму, в церквях началось замешательство. В процесс вмешалась вещающая на средних волнах станция FEBC. Она внесла изменения

вмешалась вещающая на средних волнах станция FEBC. Она внесла изменения в расписание и провела суточный радиомарафон, темой которого был Библейский взгляд на оккультизм. Слушатели могли звонить в прямой эфир и задавать вопросы. Марафон очень помог многим людям. Люди разводили костры и сжигали оккультные книги и атрибутику. Вскоре Джонни Полуночника сняли с эфира.

В дальнейшем эта радиостанция провела еще серию радиомарафонов, также посвященных злободневным проблемам. Еще одна победа была одержана в 1985 году над культом "Техника Махариши", который сделал попытку прибрать к рукам обанкротившийся Университет Востока в Маниле (один из самых больших в столице). Кампания, затеянная представителями культа на средствах массовой информации, заманила на их сторону большое количество людей, в том числе некоторых правительственных чиновников, включая даже семью президента Маркоса. Приглашенный в студию FEBC специалист по культам оказал большую помощь в проведении суточного радиомарафона. Люди из Махариши были вне себя от этой программы и требовали равных прав на вещание, однако в этом им было отказано. При ближайшем рассмотрении их учение оказалось слегка видоизмененным индуизмом, прибывшие из-за границы его сторонники (их было более тысячи) в течение недели вылетели из Филиппин.

## **5. ВООДУШЕВЛЯТЬ**

Служение FEBC началось в 1945 году, во время разрухи и смятения в Азии, вызванными Второй Мировой войной. Незадолго до образования FEBC, Китай погрузился во мрак коммунизма. FEBC живо отозвалась на этот кризис. Россия к тому времени уже тридцать лет была закрыта для Евангелия. А Индокитаю похожее испытание предстояло еще в течение тридцати лет. В других же частях юго-восточной Азии люди жили под игом ислама.

Свидетельствовать о Христе означает делиться надеждой с теми, чьи глаза привыкли к темноте неверия, активно проповедуемой миром. Рождение Христа принесло в мир свет, и мы должны стать посланцами этого света для тех, кто "ходит во тьме". С самого начала своей деятельности FEBC выходила в эфир в расчете на людей, живущих в странах с тоталитарным режимом правления, чтобы вдохновлять и вселять в них надежду. Благодаря этому между слушателями и радиоработниками устанавливались дружественные, доверительные отношения.

До падения "бамбукового занавеса" в конце семидесятых невозможно было сказать, насколько успешным было служение FEBC в Китае. Именно тогда стала понятна роль FEBC как источника надежды и воодушевления для тех, кто жил в условиях Культурной революции.

Надежду и воодушевление возможно передавать как настроением ведущего, так и посредством направленных на это программ. На память приходят программы, посвященные молитвенному общению с Богом. В Китае была популярна программа

"Потоки в пустыне" (по названию книги), которая стала незаменимым источником духовной бодрости и надежды как для верующих, так и для неверующих. Русской аудитории хорошо знаком голос Якова Козлова, воодушевлявшего слушателей Словом Божиим.

Описанная выше функция радио вовсе не означает, что программы подобного рода применимы только к странам с тоталитарным режимом правления. Независимо от политической и религиозной системы стран нам дана возможность нести людям надежду, а это неразрывно связано с проповедью Евангелия.

## **6. РАССКАЗЫВАТЬ о деятельности христиан**

По всему миру христианские гуманитарные организации помогают людям, облегчая их страдания, неся надежду нуждающимся. Они не ограничиваются доставкой воды в засушливые районы, помощью в области сельского хозяйства, медицины и образования, заботой о беженцах, созданием центров социальной реабилитации. Помощь осуществляется в разных направлениях. Работа поместных церквей больше направлена на людей, живущих в их окрестностях, прихожане на своем рабочем месте являются живым воплощением библейских принципов.

К сожалению, мир мало знает о деятельности христиан. Чаще всего неверующим нет дела до того, что делают церкви, либо они испытывают традиционно негативное отношение к христианам и к церкви вообще. Но когда же они в действительности видят и на себе ощущают заботу, которую способны проявлять христиане, их мнение меняется коренным образом.

Задача редактора христианских программ как раз состоит в том, чтобы показать христианство и верующих именно такими. Этот подход способен не только изменить негативное отношение к христианству у неверующих, но и ободрять, вселять уверенность в самих верующих, рассказывая о благих свершениях их братьев по всему миру.

Наши программы могут быть посвящены темам, повествующим о деятельности христиан в обществе. Некоторые христианские организации, такие как World Vision, создают программы о своей деятельности. Таким образом они не просто делают себе рекламу, но, что гораздо важнее, показывают, как христианская любовь и забота выражается в реальных делах. Это способно оказать нам поддержку в служении на радио, где информация подается только в звуковой форме.

## **7. СВИДЕТЕЛЬСТВОВАТЬ**

Очень важно помнить, что мир вокруг нас не принадлежит сатане, хотя на первый взгляд так может показаться. Это Божий мир. Однако те, кто живут на земле следуя законам Царства Божьего, имеют силу вести праведную жизнь, находясь в грешном мире.

В послании к Римлянам 1:20 говорится, что "невидимое Его через рассматривание творений видимо". Мы призваны говорить об этой истине тем, кто еще не видит ее так, как видим мы, у кого свое мировоззрение и объяснение происходящего вокруг. Как работники СМИ, мы должны помочь слушателям самим открыть эту истину, дать им прозреть.

Но как это сделать? — вот в чем вопрос. Один из самых эффективных способов это сделать — свидетельствовать о том, что Бог действует в жизни как отдельных людей, так и целых народов. Слушатели легко найдут связь между своей жизнью и свидетельствами, историями, в которых Евангелие становится вполне земным, воплощенным в реальной жизни. FEBC хранит записи самых удивительных историй из жизни людей. Есть свидетельства, когда благодаря вере людей в Бога менялся образ жизни целых поселений.

Например, христианское вещание преобразило жизнь народности Хмонг, живущей в Китае и странах юго-восточной Азии. В Лаосе люди этой народности слушали передачи FEBC, транслируемые из Манилы и через них приходили ко Христу. После уверования деревенские жители часто посылали в столицу Вьентьян делегацию, чтобы найти пастора для своей общины. В одной из таких деревень сразу пять семей решили сжечь свои оккультные принадлежности и принять Христа. Позднее число уверовавших семей возросло до тринадцати, затем до двадцати одной. Жизнь деревенских жителей менялась на глазах — они перестали курить опиум, некоторые люди согласились пройти курс лечения. Благодаря вере в Евангелие люди проявляют больше усердия в работе, в результате чего им чаще стала оказываться гуманитарная помощь. Через несколько лет преобразились целые деревни этой народности. Их теперешнее экономическое благополучие является прекрасным свидетельством того, как Евангелие меняет жизнь.

Подобные истории, рассказанные по радио, пользуются большой популярностью. Жанр документального очерка или новости подходят для них больше всего. В случаях использования в программах свидетельств отдельных людей радиоработникам следует соблюдать особую осторожность, так как в некоторых случаях это может повлечь за собой гонения.

О величии Бога можно говорить и в документальных программах о природе. Часто мы с восхищением смотрим по телевидению кадры о дикой природе и порой недоумеваем над тем фактом, когда вместо слова "Бог" используется сочетание "Мать-природа". Мы можем внести свои коррективы в это представление.

В Азии люди во время природных катаклизмов задаются вопросом: "Что Бог хочет этим сказать?" Этот вопрос возникал, когда в Индонезии произошло извержение вулкана Галангунга. Тот же вопрос возникал в умах людей во время извержения филиппинского вулкана Пинатубо в 1991 году. Когда люди допускают размышления

о сверхъестественном, мы можем воспользоваться ситуацией и рассказать им о том, что все это сотворено Богом. Этим же вопросом люди задаются, когда происходят бедствия по вине других людей.

Звукозаписывающие студии наподобие той, что расположена в городе Крайстчерч (Новая Зеландия), выпускают программы о природе, основанные на материале специалистов. Одна из таких программ — "Природа являет путь" — рассказывает о многих чудесах природы как о творении рук Божьих.

## **8. АПОЛОГЕТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ — сравнивать христианскую веру с другими верованиями**

Слово "апологетика" в английском языке порой понимают неверно, так как оно созвучно другому слову с тем же корнем, означающему "извинение" или "оправдание". Но мы с вами не собираемся приносить извинения за то, во что верим. Этимология этого слова уходит своими корнями во второй век и связана с апологетами (или защитниками веры), в частности, с именем Иустина Мученика. Апологеты в своих работах защищали христианскую веру, это выражалось как в ответах на критику, так и в описании Евангельской истины в терминах греческой философии.

Метод, выбранный Иустином, заключался в том, чтобы найти точки соприкосновения между Евангелием и философией тех дней, и доказать превосходство христианской веры. Апологеты ставили перед собой задачу объяснить Евангелие Иисуса Христа с позиции здравого смысла. Эта наука в большей степени апеллирует к разуму, нежели к чувствам. Апологетика ставит под сомнение традиционные представления, верования и системы ценностей, обращая внимание на их несостоятельность и несообразность.

Вышесказанное не означает, что наши передачи должны быть рассчитаны только на высокообразованных интеллектуалов. А означает оно то, что нам нужно четко знать, как видит мир наша аудитория. Только в этом случае мы сможем затрагивать в программах именно те вопросы, в которых мировоззрение людей расходится с Евангелием.

Возьмем, например, страну, где последние двадцать лет системой образования активно пропагандировался атеистический взгляд на мир. Людям внушалось, что судьба находится в руках человека, все проблемы можно решить своим собственным умом, каждый человек трудится на благо государства, которое пользуется верховенством. Побывав в такой стране, мы наглядно видим, что у живущих там людей не существует привычного для нас набора ценностей, и это сказывается на всем, начиная с экологии.

Человек, воспитанный в такой стране, научен подавлять эмоции и подчиняться системе. Страх контролирует его жизнь, он всеми силами старается не выделяться из толпы. Он озабочен лишь удовлетворением собственных потребностей, ему не

толпы. Он озабочен лишь удовлетворением собственных потребностей, ему не присущи стандарты поведения, принятые в свободном обществе.

Нетрудно заметить, что христианские принципы и ценности прямо противоположны ценностям несвободного общества. Более того, мы уверены, что Бог создал нас по Своему образу и подобию, для того чтобы Духом Святым направлять нашу жизнь в нужное русло.

Программный редактор FEBC, работавший в стране, где основной религией был буддизм, приложил большие усилия для того, чтобы понять культуру своего народа. Он потратил много времени на изучение сути буддизма, выучил буддийский язык (пали). Глядя на него, нельзя было сказать, что он придерживается совсем других взглядов. Находясь в буддийском храме, он мог цитировать длинные отрывки из буддийских духовных книг, обращая внимание на мельчайшие подробности, и объяснять, какой отпечаток накладывает религия на жизнь людей. Любовь к собственной культуре, соединенная со знанием сакрального буддийского языка (а следовательно с пониманием самого буддизма), помогла наладить тесное общение с аудиторией, особенно с монахами и людьми, обладающими глубоким знанием буддийской философии.

В общении с правочерными буддистами он часто начинал с вопроса о том, что заставляет людей приносить жертвы перед образами и идолами. Затем говорил о внутренней жажде, которую Бог заложил в сердце человека, выражающейся в желании постичь и прославить Создателя, даже не зная его лично. Его подход напоминал разговор апостола Павла с афинянами на Марсовом холме. В результате многие уверовали.

В хорошо подготовленных радиопрограммах мы можем, натолкнув слушателей на размышления об этой внутренней жажде, предложить новый взгляд на мир. Нам необходимо указать на непоследовательность атеистических взглядов, на то, что на их основе невозможно объяснить Богом данное инстинктивное стремление к любви и красоте, способным дать нам возможность жить, а не существовать.

Апологетические программы были важной частью деятельности FEBC во Вьетнаме. Они были ориентированы прежде всего на коммунистов и на их последователей. Бесспорен тот факт, что когда целое поколение воспитывается на идеях марксизма, появляются вопросы, на которые эта философия не в состоянии дать ответ. Людей же приучили подавлять свои сокровенные чувства и желание задавать вопросы.

Разве не важно в таких случаях затрагивать в программах вопросы, призванные побудить слушателя задуматься о правоте учения, которое не оставляет места для Бога Творца, даровавшего нам чувство прекрасного и желание любить?

Однако наша апологетика не должна сводиться лишь к опровержению коммунистических идей, религиозной системы буддизма, ислама или индуизма. В сегодняшнем мире существует еще одна изощренная философия — материализм, которая основывается на неистощимой людской жадности и неугасимом желании быть собственником. Для того, чтобы говорить о мирском гуманизме, необходимо его понимать. И что особенно важно, необходимо находить новые подходы для того, чтобы заставить человека из мира серьезно задуматься над вопросами, которых он старается избегать. Нам необходимо помочь ему, как говорил Клайв Стейплз Льюис, "расстаться с игрушками", которыми наполнена его жизнь и мысли.

## **9. ПРОВОЗГЛАШАТЬ ЕВАНГЕЛИЕ**

Вновь нам необходимо объяснить термины, чтобы не ввести в заблуждение. В Библии "провозглашать" означает доносить истину ясно и без стеснения.

Мы руководствуемся примером ветхозаветных пророков, провозглашавших слово Божье. Мы часто подразумеваем под словом "пророчество" предсказание будущего, однако пророки в Библии занимались именно провозглашением: говорили о грядущем осуждении и несли весть о возвращении Христа, кроме этого ими ясно проповедовалась Божья истина и Евангелие Царства Божьего.

Пытаясь творчески подойти к созданию программ, нам подчас не удается дать слушателям ясное библейское учение. Как однажды сказал бывший программный директор FEBC Карл Лоренс: "Существует опасность ничего не сказать, и сделать это красиво". Есть опасность в другой крайности — включать разговоры о грехе, суде, прощении и вечной жизни в каждую программу. Поступая так, можно очень быстро растерять свою аудиторию, это будет свидетельствовать о том, что редактор программы не до конца уяснил пути донесения Евангелия средствами радио.

Несмотря на то, что в этом случае в программах необходима основательная экзегеза Слова Божьего, содержание и жанр программы при этом должны соответствовать уровню восприятия слушателя. Радиоаудитория — это не церковный приход. В основном наиболее действенным и удовлетворительным способом донесения информации в этом случае является монолог. Однако и здесь возможны вариации. Круглый стол, диалог или интервью — не менее, а порой и более эффективные средства донесения информации.

## **10. НАСТАВЛЯТЬ — БЫТЬ БЛИЖЕ К СЛУШАТЕЛЮ**

Ведущий радиoproграммы со временем становится для слушателя больше, чем просто голос из динамика, он становится другом, устанавливается доверительный уровень общения.

Функцию наставника радио может осуществлять в двух формах. Наставлять можно автономно от ведения эфиров, в письмах слушателям, либо непосредственно в прямом эфире, отвечая на телефонные звонки. Выбор между первым и вторым

мом эфире, отвечая на телефонные звонки. Выбор между первым и вторым вариантом зависит от местных условий.

Радиостанция FEBC в Маниле предлагает слушателям ежедневную тематическую программу "От сердца к сердцу", выходящую в 22:00. Каждый вечер слушателям предлагается тема для обсуждения. В программе принимает участие специалист в той или иной области, который отвечает на вопросы слушателей. Оператор предварительно слушает вопрос и либо пускает его в эфир, либо направляет слушателей к другому специалисту, который беседует с ними вне эфира.

Мировой опыт показывает, что такого рода программы, особенно выходящие в позднее время, неизменно пользуются популярностью. Суeta дня отстывает на второй план, и по мере того, как сгущаются сумерки, у людей появляется чувство одиночества, отчаяния.

Ответы в письмах тоже являются эффективными. Если программы транслируются из-за рубежа, письма остаются единственным связующим звеном между слушателем и ведущим программы. Хотя здесь возможны некоторые усовершенствования — например, местная эфирная студия может иметь связь с международной через спутник. При общении в письмах, конечно, нет той живости, которая возникает, когда человек звонит в прямой эфир, поэтому сотрудники радиостанции, отвечающие за последующую работу со слушателями, чтобы добиться максимального результата, должны находиться в постоянном контакте с авторами программ, чтобы в эфире звучали ответы на животрепещущие вопросы. Какими бы ни были письма, нельзя оставлять их без ответа — это золотое правило переписки со слушателями. Некоторые вопросы могут показаться совершенно не относящимися к служению благовестия. Здесь важно помнить, что многие слушатели, написавшие в первый раз, просто проверяют реакцию христианской радиостанции. Получив дружелюбное, полное искренней заинтересованности письмо, они готовы написать снова.

В Мьянмаре сотрудники отдела писем поделены на три категории. Первый сотрудник пытается установить со слушателем дружеские отношения, заслужить его доверие. После обмена несколькими письмами в конверт можно вложить христианскую брошюру, не упоминая о ней в письме. Если это вызывает определенный отклик у слушателя, на его последующие письма отвечает уже другой сотрудник. Если вопросы приобретают более глубокое духовное содержание, время подключиться третьему сотруднику. Такие письма уже требуют гораздо большего духовного опыта и понимания нужд слушателя. Этот подход зарекомендовал себя как наиболее эффективный, каждый год сотни людей приходят таким путем к вере. Слушателей можно также периодически приглашать в офис радио. Это вполне обычное явление для многих станций.

Большим преимуществом радиостанций является анонимность общения со слушателями. Во многих культурах не принято свои проблемы делать достоянием гласности, их скрывают даже от близких и родных. Многие слушатели из Индии

сти, их скрывают даже от близких и родных. Многие слушатели из Индии ищут помощи в разрешении сексуальных проблем, а также проблем в отношениях с людьми. Куда еще можно было бы обратиться за таким советом? Для радиостанции умение хранить секреты своих слушателей становится делом чести. Поэтому не всегда работу необходимо сводить к прямому контакту со слушателями.

Вопросы, изложенные в письмах, могут зачитываться в прямом эфире, например, если этот вопрос является типовым, то есть он часто звучит в той или иной форме в редакционной почте. Кроме того, послать ответ по почте иногда означает подвергнуть слушателя опасности (за переписку с христианской радиостанцией), или письмо просто может не дойти до адресата. Есть еще и "эффект подслушивания". Слушателям нравится слушать о проблемах других людей, и они прислушиваются к данным другим людям советам. Во многих случаях ведущие могут попросить других слушателей присылать свои отзывы. Исследования показывают, что участие слушателей делает программы очень эффективными. Программа "Сумка почтальона", транслируемая на коротких волнах в Маниле, была, наверное, одной из самых популярных программ англоязычного отдела FEBC за рубежом.

## **11. ДОПОЛНЯТЬ**

В Оксфордском словаре слову "дополнение" дается такое толкование: "то, что добавляется с целью восполнения недостатка или усиления воздействия информации". Функция дополняющих программ состоит в том, чтобы средствами радио заполнять собой имеющиеся пустоты и восполнять насколько возможно имеющиеся нужды.

В работе FEBC мы уделяем особое внимание этой функции. Мы составляем передачи, которые помогают, учат и вдохновляют христиан в ситуациях, когда поместная церковь не в состоянии откликнуться на существующие нужды.

Дополняющая функция радио подчеркивает такую сильную сторону этого средства массовой информации, как способность быстро перестраиваться и реагировать на изменение ситуации. Часто приходится отказываться от представлений о традиционных способах использования радио и использовать новые идеи, чтобы адекватно реагировать на неожиданно появившуюся нужду слушателей.

Ярким подтверждением этой мысли может быть использование библейских "радиодиктантов" в Китае. В стране налицо была нужда в Библиях. При коммунизме Библии уничтожались, их ввоз и печатание были запрещены. Таким образом, долгое время эти "радиодиктанты" были единственным способом познакомить людей с Писанием, если не брать в расчет нелегальный ввоз Библий из-за рубежа. В течение семнадцати лет диктанты были характерной особенностью китайской службы FEBC. В студии FEBC сидело два человека. С одной стороны стола человек читал вслух Библию, с другой стороны сидел человек, который старался записывать то, что зачитывал первый. Это делалось для того, чтобы сохранять скорость чтения, при которой слушатели успевали бы записывать. В 1980 году один известный китайский

исследователь подсчитал, что более половины Библий в Китае в то время были рукописные. Это свидетельство того, что радио оставляет свободу для самых неожиданных способов работы с аудиторией.

Еще один аспект вышеупомянутой функции радио — быть для многих слушателей заменой церкви как, например, для японцев. Лидеры домашних церквей в Китае говорили о том же самом. Слушатели в СССР на протяжении многих лет собирались группами возле радиоприемников. Поскольку группы обычно были небольшими, это избавляло их от необходимости регистрироваться в государственных органах.

Нет, мы не ставим перед собой задачу образовывать "радиоцеркви". У нас и в мыслях нет учреждать "радиоденоминацию". Как раз наоборот, мы пытаемся вдохновить верующих на общение в своих церквях. Однако при том, что философия нашего вещания заключается в приведении слушателей к осознанию того, кем является Христос для людей, в помощи при поиске церкви, мы осознаем, что в реальной жизни это не всегда возможно. По многим причинам у некоторых слушателей нет возможности ходить в церковь, они не могут участвовать в христианском обучении и поклонении. Для них мы — церковь.

Реакция на их нужды не может ограничиться лишь изучением Библии, она должна быть дополнена инструкциями по организации малых групп, обучению песням поклонения. В то же время новообращенных необходимо призывать к общению с другими верующими и молитвам о том, чтобы Бог помог им найти других людей, слушающих христианские программы.

Недавно начал осуществляться проект "Заря Китая", в котором китайские редакторы ставят перед собой задачу образовать церкви по всей стране. Серия программ представляет библейское основание и практические способы благовестия, призывает верующих к этому. Сегодня в Китае около полумиллиона христианских общин, и если каждая из них к концу столетия образует еще две, число общин утроится и составит полтора миллиона.

На этом примере мы видим, как радио способствует благовестию и образованию церквей.

## **12. ПРАЗДНОВАТЬ**

Христиане не должны забывать важность радостного празднования. Что подумают наши слушатели, когда в поисках чего-нибудь веселого, на наших волнах они находят тяжеловесные, серьезные темы, обязательно направленные на решение каких-то проблем?

Одна из функций таких радиопрограмм показать, что и как мы празднуем. Самым выразительным видом искусства в этом случае является музыка. Хватает ли таких

программ? Пение всегда было одним из неотъемлемых атрибутов христианства. Оно передает радость, счастье — чувства, столь понятные человеческому духу.

Конечно, нам необходимо обдумать, какой стиль уместно использовать в том или ином программном контексте, чтобы у аудитории не сложилось о нас неправильное впечатление и неверное понимание. В каждой культуре существуют свои определенные способы проявления радости, хвалы и поклонения. Нам необходимо это учитывать, для того чтобы в программах они были легко узнаваемы, понятны и передавали людям определенный смысл. Радио может очень много сделать для популяризации новых способов поклонения.

Хороший пример — филиппинский проект "Папури" (Хвала). Программа "Папури" была начата в 1979 году, и ее основной целью было найти свойственное культуре Филиппин музыкальное выражение христианской веры. Слишком уж долго филиппинские церкви зависели от западной музыки.

Сотрудники ФЕВС на Филиппинах почувствовали, что пришло время перемен (кстати, это относится не только к Филиппинам!). Организаторы проекта призвали верующих написать песни и участвовать в национальном конкурсе. Жюри отобрало четырнадцать лучших песен из 300 участвовавших. В аранжировке музыки участвовали профессиональные музыканты, и все песни были записаны в музыкальной студии ФЕВС. Несколько концертов стали рекламой кассетному альбому, составленному из победивших в соревновании песен, в комплекте с которым был буклет с текстами песен и нотами. Это событие стало ежегодным. Кассетные альбомы теперь продаются в магазинах по всей стране и даже среди филиппинских рабочих-эмигрантов на Среднем Востоке.

Качество музыки, стиль, глубина выражения чувств с годами совершенствовались. Вначале песни в основном отражали личные свидетельства. Позже спектр тем расширился, в него уже входили такие темы, как хвала и поклонение, миссионерские песни, рождественская и детская музыка. Иногда в ответ на ситуацию в стране выдвигалась центральная тема конкурса. Например, во время политических и социальных волнений на Филиппинах в середине восьмидесятых главной темой "Папури — 86" была фраза: "Бог дает нам все".

Популярность музыки предопределила успех созданной чуть позже программы с тем же названием, удостоенной награды. Эту программу охотно брали и другие станции, потому что она помогала выполнить требование правительства о ежедневном минимуме филиппинской музыки в эфире. Еще одним детищем проекта стали концерты, проводимые в поместных церквях. Участники конкурса "Папури" образовали свою ассоциацию. В ее состав входят как работники ФЕВС, так и сотрудники других организаций. Исполнителям — членам ассоциации гарантировано минимальное число выступлений в год. Церкви обращаются к ФЕВС, приглашают исполнителей "Папури" выступать на особых мероприятиях, например, юбилеях.

нителей "Папури" выступать на особых мероприятиях, например, юбилеях.

### **13. БЫТЬ ОБРАЗЦОМ ХРИСТИАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

Нельзя отделять радио от общества. Радио, при грамотном его использовании, прививает чувство единения и создает образ христианского коллектива у слушателей.

Большинство христианских радиостанций организуются на межденоминационной основе и представляют широкий спектр христианских течений. Прямым результатом этого является то, что христиане различных деноминаций, слушая одну и ту же станцию, могут сказать: "Это наша станция". Радио объединяет верующих. Но что же делать с теологическими, деноминационными различиями?

На этот вопрос можно отвечать по-разному, у ФЕВС есть своя позиция:

*"Для того, чтобы подобрать для вещания необходимые программы на том или ином языке, ФЕВС открыто сотрудничает с организациями, разделяющими наши цели и имеющими возможность выпускать подобные программы. Такие организации могут принадлежать к различным деноминациям, однако сотрудничество с ними возможно лишь при условии их согласия с Лозанской конвенцией. При этом сотрудничающие стороны должны отдавать себе отчет в том, что в доктринальных вопросах у них могут быть некоторые расхождения. В подобных ситуациях должно выполняться требование ФЕВС: в случае рассмотрения спорных вопросов, в программе также должны излагаться и другие доктринальные взгляды на данный вопрос, при этом последние не должны преподноситься как неверные".*

Это положение является источником равновесия, которое ФЕВС пытается сохранить как при подготовке программ, так и сотрудничестве с партнерами.

Но этим мы не ограничиваемся. Демонстрируя способность к сотрудничеству, мы тем самым подкрепляем свои слова делом, и окружающие это видят. Мы можем передавать новости и информационные программы, посвященные другим христианским течениям. Мы можем начать сотрудничество с организациями с целью помочь расширить их служение, либо достигнуть определенных целей. Мы, например, можем транслировать программы, которые помогали бы служителям на миссионерском поприще. Мы также можем передавать программы заочного обучения, помогая библейским семинариям обучать студентов, живущих в отдаленных районах. Чтобы продемонстрировать пример единения, в эфирной студии можно собрать верующих из разных конфессий и наглядно показать, что, несмотря на деноминационные и культурные различия, мы можем работать вместе. Также такого рода встречи помогут снять у людей непонимание о связи церкви и радио и предотвратить обвинения в том, что радио действует отдельно от церкви.

"Interdev" — одна из христианских организаций, которая взяла на себя роль посредника в установлении партнерских взаимоотношений между христианскими миссиями, ставящими перед собой сходные цели. FEBC и FEBA принимали участие в некоторых совместных проектах с неведущими организациями. В подобной работе не обошлось без конфликтов, порой сама работа шла очень туго. Но если совместная работа все-таки удавалась, это с лихвой окупало болезненное привыкание в начале: служение становилось более эффективным, разумнее расходовались опущенные на проект средства.

#### **14. УЧАСТВОВАТЬ**

Согласно традиционным взглядам, коммуникация по радио идет только в одном направлении: ведущий — слушатель. Однако после серьезного изучения динамики общения стало ясно, что деятельность радио приносит больше плода там, где аудитория, на которую направлено вещание, сама участвует в его работе.

Мир становится все более интерактивным. Радио- и телебашни уже не представляются загадочными замками из слоновой кости, где живут сильные мира сего и управляют народом. Тенденции развития общества приводят нас к выводу о том, что люди хотят принимать участие во всех происходящих в нем процессах. Поэтому при выработке стратегии нашего вещания необходимо обязательно учитывать тесный контакт со слушателями.

Раздел, посвященный советам, посвящен лишь одному из аспектов взаимодействия со слушателями. Однако взаимодействие на этом не заканчивается. Не последнюю роль играет здесь привлечение слушателей к участию в программе.

Чтобы слушатель участвовал в программе, он должен быть уверен, что его мнение важно, к нему прислушиваются. Успешный опыт программ, посвященных здоровому образу жизни, показывает, что люди охотно отзываются на предложения участвовать в планировании, подготовке и выпуске программ.

Для того, чтобы побудить людей к участию, необходимо стать ближе к слушателю: говорить о насущных проблемах, нуждах. Иногда приходится брать звукозаписывающее оборудование с собой и записывать материал для программ вне студии. Также можно использовать рассказы, стихи или другие произведения, присланные слушателями на кассетах, в письмах или по электронной почте. Если мы научимся максимально использовать средства радио, чтобы отвечать на нужды слушателей, даже ценой снижения технического качества, мы потратим время с пользой для себя. Чтобы лучше понять друг друга, мы можем дать слушателям возможность высказаться. Передачи, на которые можно позвонить, очень популярны, способны придать динамику работе. Ведущие таких программ должны обладать особыми навыками работы и специальной подготовкой.

Это все — часть процесса, направленного на то, чтобы сделать нас более открытыми и более ответственными перед аудиторией. Для наших слушателей мы альтернатива, наша цель — заботиться о человеке в целом. Взаимодействию со слушателями необходимо уделять особое внимание, потому что со временем это взаимодействие для СМИ станет неотъемлемой частью жизни.

## **КАК СОБРАТЬ МОЗАИКУ**

Во вступлении мы привели пример картины и рамы для нее, имея в виду содержание программ и их форму. Давайте используем другую аналогию, чтобы понять, как различные функции радио могут сочетаться между собой в зависимости от целевой аудитории. Такой аналогией будет мозаика.

Итак, как же эта мозаика собирается? Являются ли отдельные функции более важными? Если да, то какие именно? Ответ на этот вопрос основан на нашем понимании аудитории, которую мы пытаемся охватить. *Быть ближе к слушателю* означает, что мы хорошо знаем свою аудиторию, желаем общаться с ней на понятном языке, создавать программы для нее. Конечно же не хочется, чтобы нас обвиняли в том, что мы говорим неправду, либо говорим правду, но неправильно ее преподносим. Это может привести к тому, что слушатель просто переключит канал и никогда больше не настроится на нашу волну.

На следующих страницах мы покажем модель построения работы и пути взаимодействия различных функций радио в зависимости от ситуации. Эта модель получила название "Таблица Грея" или "Диаграмма Грея". Она в течение многих лет хорошо себя зарекомендовала и является полезным подручным средством при организации вещания, направленного на основание новых церквей.

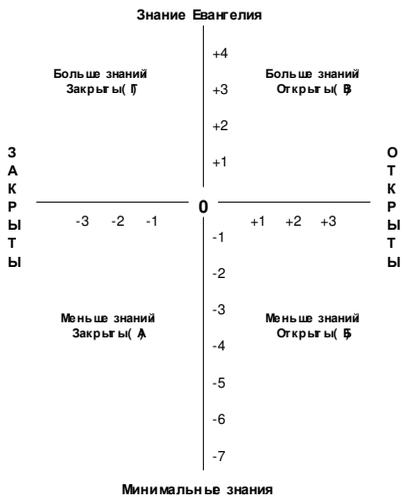


Рис 1 Таблица Грея

Таблица Грея (рис.1) основана на шкале Энгела, где в виде структуры представлены этапы понимания и ознакомления с Евангелием, через которые проходит человек, прежде чем обратится ко Христу. Однако таблица более полно отражает этот процесс, представляя его в виде двухмерной модели. В ней данные, относящиеся к познавательному процессу, откладываются на вертикальной оси, а данные, отражающие степень заинтересованности, на оси горизонтальной. Разница также заключается в использовании декартовой системы координат, где цифры с плюсом расположены справа и сверху, а цифры с минусом — слева и снизу.

Уровни от -7 до +4 и от -3 до +3 просто демонстрируют возможные этапы процесса, а не являются его возможными этапами.

Вертикальная шкала показывает понимание и знание человеком Евангелия, от минимального уровня -7 до +4, где ноль считается областью обращения. (Лучше использовать термин "область", поскольку момент обращения не всегда легко определить. Также сложно определить, когда отношение человека в целом к христианству меняется с отрицательного на положительное). Верхняя точка +4 выбрана произвольно, она не подразумевает того, что человек достиг какого-то предела в знании Библии, потому что этот процесс — непрерывный.

Горизонтальная ось отражает степень открытости человека для Евангелия и христианского учения вообще. Слева у нас те, кто закрыты для Евангелия, и те, кто в той или иной степени его отвергают, справа — те, кто для него открыты и желают узнать больше. Иными словами, те, кто слева, от Христа удаляются, те, кто справа, двигаются к Нему.

Что же демонстрирует таблица? В ней мы видим четыре сектора, каждый из которых представляет набор характеристик. Чем дальше от центра, тем более выраженными становятся эти характеристики, чем ближе к центру, тем они менее заметны. В целом же люди в четырех секторах характеризуются:

1. Сектор (А) — *меньше знаний / закрыты* (нижний слева).

- закрыты для Евангелия и ничего о нем не знают — отвергают Благою весть
- противятся благовестию и работе с людьми всеми возможными способами
- враждебно относятся к христианству и деятельности церкви

2. Сектор (Б) — *меньше знаний / открыты* (нижний справа).

- открыты для Евангелия и желают узнать больше
- принимают Благоую весть
- приветствуют христианскую деятельность
- представляют собой "поспевшую жатву"

3. Сектор (В) *больше знаний / открыты* (верхний справа).

- возрожденные христиане, члены приходов (при условии их наличия и разрешения их посещать)
- растут во Христе
- активны в церкви
- приводят ко Христу других

4. Сектор (Г) — *больше знаний / закрыты* (верхний слева).

- испытали возрождение, но скатились вниз и перестали принимать участие в делах церкви
- негативно относятся к христианству
- духовно "холодны"

Эта таблица помогает нам:

1. Определить, какого рода программы нам надо создавать для нашей аудитории и о чем в них говорить;
2. Оценить, годятся ли существующие средства для достижения наших целей.

Итак, как же может данная таблица помочь понять аудиторию и что людям надо услышать?

Предположим, наш слушатель находится в определенной точке таблицы (рис.2). Если мы чувствуем, что знаем нашего слушателя достаточно хорошо, то мы можем сделать смелое предположение, что его координаты (-2,-6) в секторе (А), "*меньше знаний/закрыт*". То есть слушатель "Х" закрыт для Евангелия (-2) и безразличен к его содержанию (-6).

Другой слушатель "Y" находится в координатах (+1,-4), что говорит о нем, как о человеке, открытом для Евангелия и желающем узнать больше. Третий слушатель, "Z" — верующий, находится в координатах (+2,+3), отражающих его позитивное отношение, желание расти духовно и вести полноценную христианскую жизнь.

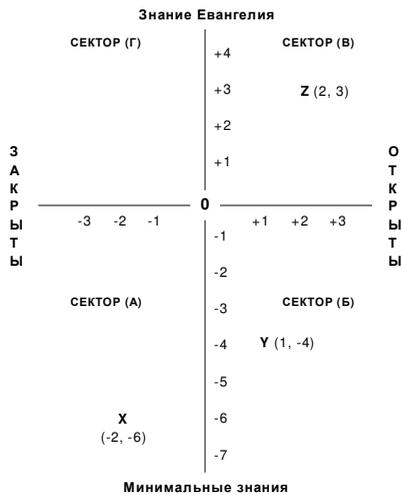


Рис. 2 Местонахождение слушателя

В Библии есть примеры таких людей:

В Ветхом Завете Иезавель и Ахав (3 Цар. 16:22) отвернулись от Бога. В Новом Завете то же отношение демонстрирует царь Ирод, по приказу которого обезглавили Иоанна Крестителя. На таблице их координаты могли бы быть (-3,-4) в секторе (А).

Женщине-самаритянке у колодца (Иоанна 4) могла бы соответствовать точка в секторе (Б), хотя ее уровень знаний наверняка был бы гораздо выше минимального. Ее открытость в принятии учения Христа подтверждала духовную жажду, которая в ходе их беседы становилась все сильнее. Ее можно было бы поместить в координаты (+2, -3).

Кого можно было бы определить в сектор (В)? Может быть одного из учеников Христа — Иоанна? Или самого Апостола Павла, перешедшего из точки (-2,-3) сектора "мало знания / закрыт" (А) в сектор "больше знания / открыт" (В), а потом и дальше. На самом деле, мы могли бы назвать большое количество людей, полностью посвятивших себя служению Христу.

Ветхозаветный пророк Валаам (Числа 23-24) мог бы послужить примером человека из сектора (Г). К нему же, наверное, относился и царь Саул в последние годы своей жизни.

Все это, конечно, лишь наши предположения, чтобы проиллюстрировать общую идею. В жизненных ситуациях нам нужно быть осторожными в определении точного места людей на этой диаграмме. Не стоит пытаться угадать это местоположение, так как результат будет далеко не самым объективным, что лишний раз докажет наше незнание аудитории, ее духовного состояния и степени открытости для восприятия Евангелия. Гораздо разумнее в этом случае будет провести исследование. Хорошим примером тому может послужить исследование СМИ, проведенное в Бангкоке. По результатам выборочных опросов была собрана общая информация об отношении к христианству и уровне знаний, имеющих среди разных слоев тайского населения Бангкока (Согаард, 1979).

Основная цель всего нашего вещания — направлять нашего слушателя в сектор (В) диаграммы, чтобы он мог расти во Христе, будучи членом поместного собрания (рис.3).

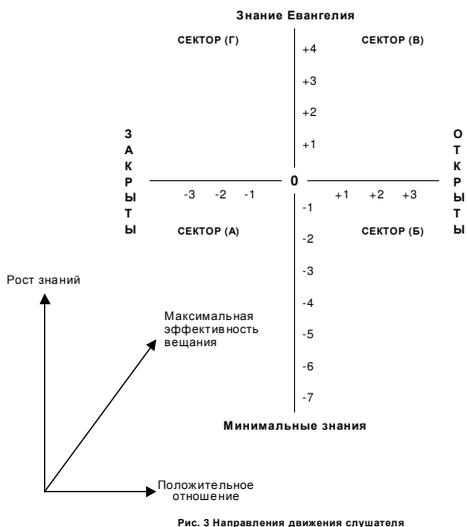


Рис. 3 Направления движения слушателя

Диаграмма 3 включает в себя две оси:

вертикальную (человек не может прийти к вере без понимания основ, хотя это понимание варьируется от человека к человеку);  
горизонтальную (человек, чтобы прийти к вере, должен открыть свое сердце для Евангелия и для Бога).

Как только мы сможем с уверенностью сказать, где находится наш слушатель, мы сможем начать планировать стратегию благовестия. Она может включать в себя только средства радио (если у нас нет других вариантов) или, что предпочтительнее, можно

использовать другие СМИ, а также искать иные пути благовестия, учитывая сильные стороны каждого из них.

Но в этой книге мы рассматриваем то, что в состоянии сделать *радио*. Многие, кто благовествует по радио, порой слишком много ожидают от своей работы. Однако радио, хотя и обладает рядом преимуществ (оперативность, отсутствие границ для вещания, возможность представить различные точки зрения, личное обращение к слушателю и т.д.) имеет и ряд недостатков. Оно не может обеспечить разговор лицом к лицу с каждым слушателем, оно действует эпизодически и не в состоянии объяснить некоторые довольно простые вещи, не вдаваясь в необходимые при отсутствии визуального ряда детали.

Итак, давайте снова вернемся к слушателю "X" с координатами (-2,-6) в секторе "мало знаний / закрыт" (А). Как мы можем помочь ему сделать шаг ко Христу и Царству Божьему в сектор (В)?

Для этого нам нужно рассмотреть нашу общую стратегию донесения информации, наметить цели, которые бы согласовывались с функциями радиoproграмм и выпускать программы, которые отвечали бы запросам аудитории, обозначенной в секторах диаграмм.

Например, мы ставим перед собой хорошую, но скромную цель переместить слушателя с точки (-2, -6) в точку (0,-6). Это значит, что программа должна освободить слушателя от некоторых предрассудков в отношении Евангелия (и христиан) и пробудить в нем интерес. Эта цель могла бы стать частью долгосрочного плана, что вполне подходит для радио. В одной стране радиостанция преследовала цель: показать в программах, что ее аудитория — законопослушные граждане, которые могут внести разумный вклад в развитие своей страны. Эти программы полностью опровергали информацию, распространяемую противниками христианства.

Еще один случай произошел в Великобритании, где всеми уважаемая Би-би-си пользуется большим влиянием и является законодательницей мод в радиовещании. Одной из таких "мод" стало сокращение на радио проповедей в открытой форме. Тогда один редактор христианских программ поставил перед собой задачу заставить людей, не посещающих церковь, пересмотреть свои взгляды. Именно эту простую цель он преследовал в своих программах. Такой подход прихожанами церкви был неправильно понят, они посчитали, что это напрасная трата времени, из чего стало ясно — ни специфика радио, ни условия работы редактора им не знакомы.

Дух Святой ведет людей ко Христу, а наши радиoprogramмы могут вымостить для них путь. Суть этого пути может меняться с течением времени, и он может быть представлен примерно следующим образом (рис.4):

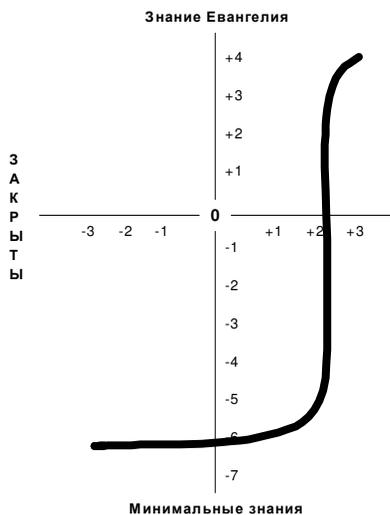


Рис. 4 Путь.

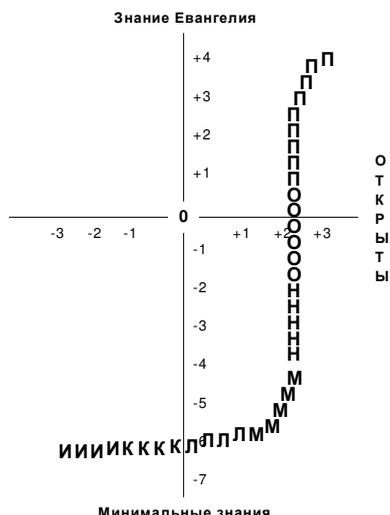


Рис. 5 Путь программ.

Но из чего же этот путь состоит? Если мы приглядимся, то увидим следующее (рис.5):

Различные программы, отраженные на рисунке 5 (программы **И, К, Л, М, Н, О, П**) помогли сформировать положительное отношение к Евангелию, человек узнал больше, больше стал понимать, это обусловило его духовный рост. Подобные программы отражают "информационную", "развлекательную", "обучающую" функции радио, о которых говорилось выше.

Пользуясь библейской терминологией, можно сказать, что программы **И-Л** (рис.5) соответствуют духовному "посеву", **М, Н** — "поливке", **О** — "жатве". Программа **П** — это "подкормка" (см. Иоанна 4:35-38 и 1 Кор. 3:6-9).

Все программы от **И** до **П** имеют вполне определенные и отличные друг от друга цели. Каждая из них ориентирована на свою аудиторию со свойственными только ей нуждами (а также выполняет свою роль в процессе дальнейшего духовного роста).

Возможно, этой иллюстрацией мы сильно упрощаем картину действительности, однако наша цель здесь — донести главную мысль. Реальная жизнь неизбежно будет сложнее и будет включать гораздо большее количество факторов, которые в совокупности приведут человека к покаянию. Святой Дух в конечном счете определяет индивидуальное сочетание этих факторов.

## **ПОЛУЧАЕТСЯ ЛИ У НАС СОБРАТЬ МОЗАИКУ?**

Каждый элемент мозаики имеет свое место. Сочетая между собой различные программы, мы создаем неповторимую палитру красок для новых творческих, направленных на нужды аудитории, программ. Функции радио также могут пересекаться и смешиваться между собой, некоторые программы могут выполнять сразу несколько функций.

Ограниченное эфирное время не может не сказываться на содержании программ, поэтому для того, чтобы за короткое время успеть ответить на все интересующие слушателей вопросы, нужен мудрый подход. Одна азиатская радиоточка, имея всего час вещания в день, составила свое расписание так, чтобы максимально использовать имеющиеся ограниченные возможности. Часовой блок был разбит на четыре пятнадцатиминутки:

Первая часть начиналась с интересной истории из жизни без какого-либо христианского подтекста. За ней шло евангельское по своей сути повествование.

Вторая часть представляла более логические доводы в пользу Евангелия, рассчитывая на аудиторию с совершенно чуждым христианству мировоззрением, пытаясь заронить в сердца людей зерно сомнения в том, к чему они привыкли.

В третьей части акцент передвигался на обучение христиан, а четвертая пятнадцатиминутка была посвящена подготовке по курсу библейской школы пасторов и лидеров.

Таким образом уровень теологической информации в программе постепенно усложнялся. Когда слушатели начинают больше понимать, они еще больше заинтересовываются. Аудитория начнет реагировать на программы, за этим последует дальнейший духовный рост людей. Нам необходимо тоже двигаться вперед, но что делать с людьми, которые пришли на смену ушедшим вперед?

В одной стране была создана программа, целью которой было помочь людям перейти из сектора (А) "мало знаний / закрыты" к состоянию большей открытости. В этой программе было мало специфической христианской терминологии. В ней рассматривалось поведение людей, затрагивались социальные темы. Делалось это с помощью радиопостановок, круглых столов и программ других жанров, но со скрытым христианским уклоном. Через некоторое время слушатели начинали задавать вопросы о христианстве. Тогда в расписание внесли пятнадцатиминутную программу, выходящую в эфир сразу после привычного блока программ. В этой программе ведущие могли уже затронуть более специфические для христианства темы. Слушатели вновь начали задавать вопросы, и этим был дан "зеленый свет" для более открытого разговора. Слушатели были готовы к нему. Их подготовили. Программа же, с которой начали проект, осталась без изменений. Она служила путеводной нитью уже для других людей, кто еще не был готов для чисто христианских по своему содержанию программ.

Таким образом, мы опять возвращаемся к главной теме этой книги — функциям радио. Нетрудно заметить, что различные функции радио находят свое место на разных участках диаграммы, т.е. на разных этапах продвижения слушателей из сектора в сектор.

Давайте еще раз вспомним эти функции:

**ИНФОРМИРОВАТЬ** — последние новости о происходящем

Эти программы, хотя и обладают христианской направленностью, приближаются к информационному образцу, установленному мирскими СМИ, т.е. к тому, к чему слушатель уже привык. Они не запугивают, говорят со слушателем на понятном ему языке. Такие программы подошли бы представителям любого сектора нашей диаграммы.

**РАЗВЛЕКАТЬ** — веселье и отдых

И вновь мы не запугиваем слушателя. Стиль программ — легко воспринимаемый, налаживающий атмосферу взаимного доверия. Он также подходит широкой аудитории.

**ОБУЧАТЬ** — радио в роли учителя

Здесь начинается разделение материала в зависимости от уровня подготовленности аудитории. Преподавание в школе не начинают с высшей математики. Точно также нам не стоит преподавать Евангелие тем, для кого библейские концепции и термины подобны незнакомому языку.

**ИЗМЕНЯТЬ МИР К ЛУЧШЕМУ**

Эта функция может найти различное выражение, но ее основной смысл открывается в преобразующей силе Евангелия.

**ВООДУШЕВЛЯТЬ** — надежда, дружба, товарищество

Такие программы можно использовать для помощи слушателям в различных ситуациях в зависимости от их нужд. Если предположить, что у слушателей уровень понимания Евангелия невысок, то подобные программы могли бы помочь многим людям, кроме того они могли бы быть приспособлены к различным нуждам.

**РАССКАЗЫВАТЬ** о деятельности христиан в обществе

Этот подход основан на том, что, с одной стороны, необходимо повышать уровень осведомленности людей о деятельности христиан в сегодняшнем мире, что по сути косвенно помогает распространению Евангелия и пониманию его ценности сегодня. С другой стороны, это способ не держать в неведении самих христиан.

**СВИДЕТЕЛЬСТВОВАТЬ** о Творце и Его делах

В этих программах говорится: Бог реален и Его присутствие мы видим в повседневной жизни. Такие программы способны воодушевлять и слушателей-христиан, хотя более эффективны они в благовестии.

**АПОЛОГЕТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ** — сравнивать христианство с другими верованиями

Эта функция направлена на то, чтобы оспорить несуразность распространенных мировоззрений, в которых не находится места любящему Богу, заботящемуся о каждом человеке в отдельности. Такие программы подтверждают безошибочность и достоверность Евангелия.

**ПРОВОЗГЛАШАТЬ ЕВАНГЕЛИЕ**

Вне сомнений, эти программы созданы для тех, кто открыто стремится к вере.

**НАСТАВЛЯТЬ** — быть ближе к слушателю

Эти программы предназначены для любого, интересующегося вопросами социального, личного или духовного содержания. Список поставленных вопросов и тем определяет аудиторию, на которую направлена программа. И наоборот, тип аудитории будет определяться поставленными вопросами.

**ДОПОЛНЯТЬ** — обеспечивать полезной информацией

Ответ на практические нужды аудитории доступными радиосредствами.

**ПРАЗДНОВАТЬ** — делиться радостью Евангелия во всей ее полноте

Очевидно, что эта функция в основном рассчитана на верующих. Программа создает для них атмосферу празднования.

**БЫТЬ ОБРАЗЦОМ ХРИСТИАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

Верующие почувствуют свое единство, невзирая на различные деноминации, стереотипы или национальности.

**УЧАСТВОВАТЬ** — взаимодействие и привлечение слушателей

Функция, помогающая всем слушателям преодолеть односторонность действия радио.

Как мы говорили раньше, эта диаграмма помогает нам при планировании и анализе уже существующих программ.

Если вы уже участвуете в разработке программного расписания, применение таблицы Грея при анализе программ может быть очень кстати. Определите вашу аудиторию, а затем проверьте различные составляющие программы, чтобы понять, насколько удачно выбраны форма и содержание. Задайте себе следующие вопросы:

Будет ли программа понятна слушателю?

Касается ли она проблем и ожиданий слушателя?

Дает ли она правильное отражение культурных особенностей аудитории?

Как она отвечает на те вопросы, которые скорее всего возникнут у слушателя?

Соответствует ли жанр программы ее цели; подходит ли он для слушателя?

Какие другие темы, понятия или концепции могли бы быть включены, чтобы дать слушателю ощущение сопричастности программе?

Подходящие ли примеры используются в программе?

Понятен ли язык? Дайте пример слов и понятий, которые не были разъяснены.

Данные вопросы являются частью контрольного листа, которым редактор может пользоваться для общей оценки программ. Контрольный лист дан в Приложении 1.

Когда оценка сделана, станет ясно, на какую аудиторию направлены ваши программы, достигают ли они цели, будет выявлена сбалансированность расписания.

Сотрудники радио в одной стране проделали такую работу по оценке программ и выяснили, что *все* их текущие программы направлены на христианскую аудиторию из сектора (В) "больше знания и открыты к Евангелию"! А ведь это произошло в стране, где была велика нужда в благовестии и были созданы все условия для этого.

## ГЛАВА 4

# КАК ТВОРЧЕСТВОМ ЗАВОЕВАТЬ АУДИТОРИЮ

Вспомним пример из Ветхого Завета, когда пророк Нафан обличает Давида, приводя аллегорию о том, как богатый человек отбирает у бедняка единственную овцу, чтобы накормить ею странника. Этот пример является прекрасным образцом художественного творчества. Рассказ пророка сразу же подействовал на Давида — он понял, что согрешил против Вирсавии. Давид осуждает богатого человека, но вскоре осознает, что в рассказе речь идет о нем самом. Он виновен!

Это и есть художественное творчество. Однако, несмотря на то, что мы то и дело говорим о необходимости творческого подхода к программам, в практическом плане мы мало что себе представляем.

Данная глава состоит из двух частей. Первая посвящена тому, как творчество может повлиять на радиовещание. Вторая рассказывает о том, как на практике составлять программное расписание с целью максимально заинтересовать слушателей и расширить их кругозор.

Творчество, хотя само по себе и не играет определенной роли, способно придать нашим программам оригинальность, "изюминку". Оно выводит программы на новый уровень: будучи некогда "приземленными", наши передачи становятся привлекательными и запоминающимися. Оно, словно яркая обертка рождественского подарка, вызывает у слушателя желание узнать, что внутри.

Все, что мы вещаем, должно в той или иной степени содержать в себе элементы творчества. Без этого наши программы скучны и не оказывают влияния на слушателя. Благодаря творческому подходу, программы лучше запоминаются и оставляют определенный след в сердцах слушателей. Не чувствуя в программах творчества, человек, вероятнее всего, настроится на другую волну, особенно если есть из чего выбрать. Если же в программах есть та самая "изюминка", люди будут продолжать слушать нас снова и снова.

### **Содержание, и как его донести до слушателя**

К сожалению, в христианском служении творчеством зачастую пренебрегают. На первом месте, как правило, стоит содержание и доктринальная правильность материала. Доктринальной правильности несложно добиться. В случае же с творчеством, все гораздо сложнее, потому что оно из другой области.

Вряд ли можно утверждать, что благовестие в своей традиционной форме изобилует творчеством. Основным способом донесения Божьих истин до сердец людей до сих пор считается проповедь. Хотя, скорее всего, духовную жажду в человеке пробуждают те составляющие веры, которые не столь открыто выражены.

дают те составляющие веры, которые не столь открыто выражены. Сложность же здесь в том, что эти составляющие — скрытые творческие аспекты веры — очень трудно выявить.

## **Как творчество влияет на программы?**

Каким образом творчество может повлиять на наши программы на практике? Здесь можно выделить несколько основных пунктов.

В каких областях нам необходимо проявлять творчество? Вот небольшой их список:

- **В разработке концепций новых передач и их циклов.** Порой наши передачи очень скучны и прозаичны. Основная их часть — разговор, а слушателям и их нуждам уделяется мало внимания. Многие программы очень похожи друг на друга, различие лишь в названии. Формат также практически один и тот же. Необходимо внести такие изменения, которые разнообразили бы наши передачи, преобразили бы их. Разработкой новых программ вполне можно заниматься всем коллективом.
- **Творчество в планировании от начала и до конца.** Каждая программа должна быть четко спланирована от начала и до конца. Мы, словно ремесленники, должны тщательно прорабатывать все детали. А им-то мы, готовя программы "на ходу", зачастую не уделяем внимания. Порой, чтобы сделать хорошую программу, необходимы совместные усилия всего коллектива. У творческих программ свой темп, не похожий на остальные, стиль ведения программы тоже отличный от других. Процесс разговора может прерываться музыкальными вставками и разного рода объявлениями.
- **"Живые" программные сценарии.** При написании сценария программы необходимо учитывать то, что мы делаем ее для слушания. Здесь есть свои правила. Нужно использовать простые слова, короткие предложения и т.д. Также в тексте необходимо использовать образы, описания, потому что слушателю лучше запомнить содержание по зрительным образам, нежели по фактам и цифрам. Грамотно составленный сценарий вызывает у человека желание слушать передачи на темы, которые раньше не вызывали у него никакого интереса.
- **Новые темы для бесед.** Люди, занимающиеся христианским вещанием, должны уметь связывать библейские истины с повседневностью. Библия повествует нам о том, как Бог изменял жизни людей, живших более 2000 лет назад. Но Бог и по сей день оказывает влияние на жизнь людей и даже целых сообществ. Как нам доступно преподнести это слушателям? Как помочь людям открыть сердца для принятия Божьих истин? Как привлечь их внимание? Что делать, кричать?! Нет — необходимо просто дать людям возможность

Нет — необходимо просто дать людям возможность задуматься над некоторыми вещами и зрительными образами закрепить эти мысли в их умах.

- **Привлечение слушателя к участию в программе.** Это направление становится чрезвычайно актуальным, так как СМИ сегодня становятся все более и более интерактивными. Коммуникация в одном направлении для многих стала пережитком прошлого, особенно для молодежи. Все, что мы говорим по радио, должно быть открыто для ответной реакции и критики со стороны слушателей. Мы, радиоработники, неразрывно связаны с обществом. Общество же образует те, кто вещает, и те, кто слушает. Соответственно, чем больше мы будем в наших программах прививать у людей чувство коллективизма, тем шире будет наша аудитория. Люди должны знать, что мы это делаем для них, и что мы ценим каждого из них. Об этом мы с вами говорили в 4-й главе (функция участия).
- **Наша станция, либо программный блок должны звучать по-особому.** Очень часто мы упускаем из виду тот факт, что материал, который мы выдаем в эфир, создает в умах слушателей общее впечатление о нас и о нашей станции. Всегда ли это впечатление именно такое, каким хотим его видеть мы? Возможно, мы просто не знаем, каким должно быть это впечатление. Актуальны ли темы, которые мы затрагиваем, либо они чересчур серьезны и скучны? Достаточно ли убедительно звучит наша речь? Вызовет ли она доверие к нам? Чувствуется ли в ней важность затрагиваемых тем?
- **Умение грамотно размещать программы на светских станциях.** Огромное поле деятельности для нас — размещение программ на светских станциях. Эти программы можно готовить совместно с ними, либо предлагать собственные программы, сделанные на достаточном уровне, чтобы не потерять аудиторию мирским станциям. Преимущество такого подхода в том, что наши программы слушает намного большее количество людей, среди них и те, которые ни за что не стали бы слушать нас, имей мы отдельную волну.

Подводя итог, скажем, что наша задача — искать новые пути воздействия на слушателя, новые способы донесения известных правил, новые методы несения вечных библейских истин в современный мир и делать все это так, чтобы программы звучали современно и оказывали плодотворное влияние на жизнь слушателей.

### **Старые и новые способы ведения программ**

Вот небольшая таблица, которая может помочь переделать на новый лад старые способы ведения программ:

Старый способ	Его возможный новый вариант
---------------	-----------------------------

Изучать Библию посредством монолога ведущего	Изучать Библию интерактивно, с участием еще одного человека в студии, либо одного из слушателей.
Рассуждать о взглядах людей в наши дни	Идти на улицу и спрашивать людей о том, что они думают о...
Говорить о прощении (например)	Представить в программе небольшую радиопостановку на тему прощения
Долго и упорно пытаться объяснить, во что верят христиане	Объяснять сущность нашей веры с помощью коротких и четких определений
Зачитывать новости, как это обычно делают	Привлекать к чтению еще одного ведущего, с которым общаться и обсуждать события
Говорить о здоровом образе жизни	Взять интервью у врача, либо попросить слушателей присылать вопросы на интересующие их темы и отвечать на них в эфире (пригласив врача)
Читать лекцию	Развивать воображение, чтобы содержание было запоминающимся

## Как стимулировать творческий процесс?

Что же побуждает нас к тому, чтобы вносить элемент творчества в программы? Под разговорами о творчестве всегда подразумевается желание создать что-то новое. В нас должно присутствовать желание перемен и новых открытий, а вместе с ним и желание изменять и самих себя, свои привычки и, если нужно, свой образ жизни. Возможно, возникнет необходимость разрабатывать и записывать программы всем коллективом, а не поодиночке, как раньше.

Вполне вероятно, что и до сего момента все мы в какой-то мере проявляли творчество в программах. Мы сами могли и не замечать этого, но это видели окружающие. С одной стороны, мы можем во многом помогать друг другу в творческом плане. С другой, мы можем обнаружить, что не очень-то мы творческие люди. Мир мы воспринимаем черно-белым, и для нас лучше, чтобы информация подавалась в четкой и ясной форме, нежели в каком-то неопределенном виде, где нужно вдумываться в суть.

Однако если же мы обнаружили в себе черты творческой личности, их обязательно необходимо развивать. Один из лучших способов делать это — проявлять интерес к разным жанрам искусств. Печален тот факт, что мы, христиане, зачастую отгораживаемся от тех видов искусств, которые несут в культуру общества романтизм и выразительность. Единственным источником культурных знаний для многих становится телевизор. С одной стороны, такое ограждение от современных нравов достойно похвалы. Ведь мирская культура отражает множество ценностей, от которых мы в свое время отказались и не хотим к ним больше возвращаться. Многие несут в себе явно сатанинскую направленность и в духовном плане диаметрально противоположно принципам Евангелия. А ходить в театр, в оперу или на концерт нам просто не по карману.

Во время конференции христианских вещателей, на которой мне довелось быть, в один из вечеров мы все были приглашены на балет в театр. Балет был поставлен по одной из пьес Шекспира. Многие не хотели идти — балет им не нравился, однако все-таки пошли. После представления мы были единодушны в том, что многие моменты постановки чудесным образом коснулись наших сердец. Там было что-то особенное, трогательное, что мы не в силах были объяснить.

Как нам добиться того же в области христианского вещания? Как нам "творить чудеса" своими программами?

Не думаю, что эти слова из области фантастики, нам это четко нужно уяснить. В реальной жизни столько невероятных событий, которые мы не в силах даже себе представить. Если их преподнести творчески, получатся потрясающие свидетельства христианской веры. Само событие способно оказать большее влияние, чем слова, его описывающие. Мы же склонны зачастую прибегать к последним. Слишком часто мы описываем веру лишь словами. Почему?

Как нам стать более творческими? Вот несколько практических способов:

- Нужно выделить отдельное время — даже в суете дня — для того, чтобы обдумывать новые идеи и решения.
- Носить с собой блокнот и записывать там эти идеи.
- Общаться с творческими людьми и слушать их идеи. Обсуждать с ними свои собственные проекты. Так мы сможем помогать друг другу.
- Следить за творчеством других людей по радио, телевидению и другим электронным СМИ.
- Просить Бога о том, чтобы помог нам видеть Его в повседневной жизни и запоминать Его уроки.
- Не бояться экспериментировать с чем-то новым.
- Создавать на рабочем месте атмосферу, в которой новые идеи и решения принимаются путем совместного обсуждения.

Руководителям также стоит задуматься о том, как стимулировать у работников желание мыслить творчески. Самим же сотрудникам нужно предоставить свободу экспериментировать, несмотря на то, что в некоторых случаях такие эксперименты будут заканчиваться неудачно.

Также нам необходимо выявить факторы, препятствующие творческому процессу. Вот некоторые из них, которые мы вывели из собственного опыта работы:

- Перенапряжение и переутомление на работе.
- Атмосфера на работе, когда человек не ощущает поддержки окружающих, не осознающих необходимость этой поддержки.
- Боязнь критики, неудач и чувство незащищенности.
- Большое количество других дел и забот.

В первой части мы начали раскрывать то, что для нас значит творчество в процессе работы на радио. Сейчас самое время вернуться к третьей главе, в которой мы беседовали о функциях радио, пытаясь тем самым шире раскрыть читателям сущность христианского радио. В ней описан весь спектр программ, которые мы можем создавать и развивать.

Четкое осознание функций — начало творческого процесса. Вы начинаете применять различные функции радио в зависимости от ситуации.

Остаток этой главы посвящен вопросам, над которыми нам не мешает задуматься перед тем, как начать путешествие в мир открытий. Лучше всего будет эти вопросы обсудить всей вашей редакцией:

### **Анализ расписания**

Этот пункт полезно изучить в том случае, когда станция каждую неделю выдает в эфир большой объем разных по тематике передач. Некоторых читателей это может не касаться по ряду факторов: а) если слушатели настроены воспринимать только определенный узкий спектр программ; б) ограниченные возможности у студии; в) малое количество эфирного времени. Хотя ниже мы будем подробно останавливаться на каждой из этих ситуаций, мы все же рекомендуем и им прочесть этот раздел.

Перепишите свое расписание программ, проанализируйте его и отметьте, какую функцию выполняет каждая из программ. Большинство программ будут выполнять сразу несколько функций. Для того, чтобы в процентном соотношении выявить, какая часть программы выполняет каждую из функций, воспользуйтесь таблицей из Приложения X. После того, как вы проделаете это со всеми программами, сложите проценты в каждой из колонок. Затем выпишите полученные числа в порядке убывания.

Какие функции возглавляют ваш список? Возможно, это именно то, чего вы и ожидали, и все же такого рода анализ дает явное подтверждение вашим предположениям.

Перед тем, как нам двигаться дальше, стоит сказать несколько слов об объективности этого исследования. Проводя такого рода анализ, мы тем самым делаем наши передачи менее субъективными. Это означает, что мы уже смотрим на программы как бы со стороны и не ставим перед собой целью любыми средствами защищать от критики то, что мы уже делаем, чем многие из нас страдают.

Вы готовы к дальнейшей объективной оценке программ? Если да, то придется лицом к лицу столкнуться с результатами. Возможно, эти результаты заставят вас многое менять в своей работе. С другой стороны, этот анализ выявит ваши сомнения по поводу того, подходит ли программа для аудитории и, соответственно, есть ли от нее какой-то эффект. Итак, мы продолжаем...

1. *Почему отдельные функции преобладают в вашем расписании?* Возможно, это происходит по причине того, что одни и те же из них присутствуют во всех программах. Если это так, то стоит задаться вопросом, хорошо ли это.

С другой стороны, может получиться так, что некоторые функции будут вообще отсутствовать. Это тоже далеко не положительный результат.

Конечно, мы не хотим сказать, что все функции должны быть представлены в программах в равной степени. Вовсе нет. Однако если результатом анализа будет большое количество функций, это будет означать, что в нашем расписании присутствует здоровое равновесие.

Обсудите, почему некоторые функции преобладают в расписании. Происходит ли это потому, что они кажутся нужнее остальных, или же причина в том, что так вас научили делать христианские программы? Возможно, даже ваше руководство дало вам указание готовить такие программы. Может быть это происходит оттого, что на такого рода программы ориентированы ваши спонсоры? Могут существовать и другие причины этого.

Все это подводит нас к следующему вопросу:

2. *Насколько эти функции удовлетворяют запросы аудитории?* Другими словами, будут ли такие программы интересны слушателям? Действительно ли вы полагаете, что ваша аудитория будет слушать именно такие программы и никакие другие?

Наверное, здесь нам стоит ненадолго задуматься над тем, верно ли мы определили свою аудиторию. У каждой передачи должна быть своя определенная аудитория по

возрасту и верованиям (христиане, либо другие). Это основные критерии разделения аудитории. Однако, чем точнее вы можете определить свою аудиторию, тем лучше для вас (опять же, это зависит от количества программ в эфире).

Диаграмма Грея во многом сможет помочь в точном определении типа вашей аудитории. Между ее секторами существуют очень большие различия. Если, к примеру, вы готовите три программы, то, возможно, они направлены на аудиторию в секторах А, Б и В соответственно. Если это так, то насколько соответствует своей аудитории программа для сектора А? Не может ли оказаться так, что ваша программа не направлена именно на эту аудиторию?

*3. Какие функции, по вашему мнению, стоило бы добавить к программам в вашем расписании?*

Ниже мы приводим функции, описанные в третьей главе, для того, чтобы вы, снова изучив каждую из них, могли предложить конкретные идеи новых программ.

### **ИНФОРМИРОВАТЬ: последние новости о происходящем**

Мир сегодня испытывает жажду информации, особенно новостей о происходящих событиях. В большинстве своем слушатели хотят слышать то, что способно оказать определенное влияние на их жизнь. Ваши слушатели хотят того же самого.

Каким образом ваши программы доносят до слушателей необходимую им информацию? Конечно, мы уже этим подразумеваем, что вам известно, какая информация им необходима. Видов информации существует великое множество, но мы ведем речь лишь о новостях — местного, государственного и международного масштаба. Слушатель также ждет от нас своего комментария к этим новостям — слушая мнение других, он формирует свое собственное мнение об этих событиях. Обладая достоверной информацией, человек способен принимать правильные решения в жизни. Радио — лучший способ получить такую информацию за небольшие затраты.

Новости и информация могут быть посвящены определенным темам: достижениям в области сельского хозяйства или медицины, а не только событиям в мире. Узнайте, какую информацию желает слышать ваша аудитория, а затем ищите пути донесения этой информации.

### **РАЗВЛЕКАТЬ: отдых и веселье**

Как вы помогаете слушателям отдохнуть после рабочего дня? (Большинство развлекательных программ идут вечером или в выходные). Это не значит, что нужно делать чисто развлекательные программы, но стоит всерьез задуматься о том, как сделать наши программы приятными на слух. Лучше всего использовать в них больше музыки, но это — путь меньшего сопротивления. Хорошо будет потрудиться над содержанием, чтобы и оно было интересным для слушателя и имело для него

содержанием, чтобы и оно было интересным для слушателя и имело для него определенную ценность.

Каким образом сделать обучение приятным для слушателя?

## **ОБУЧАТЬ — радио в роли учителя**

Большинство традиционных христианских программ чему-то учат, потому как мы видим себя именно в роли учителей. Но раз уж мы взялись обучать, то почему бы нам не попытаться найти наиболее эффективные способы этого обучения? В основном обучение — процесс сухой и воображение в нем отсутствует. От слушателя здесь требуется большое усердие. И все же, на сегодняшний день существует множество новых методик дистанционного обучения. Интерактивное обучение по радио — одна из таких методик, разработанная для программ о здравоохранении, показала большую эффективность. Одним из альтернативных методов также является и метод чтения рассказов.

## **ИЗМЕНЯТЬ МИР К ЛУЧШЕМУ**

Какие негативные социальные явления вы видите, когда изучаете среду, в которой живет ваша аудитория? Алкоголизм? Бездомность? Коррупцию? Развращенность в обществе? Низкий уровень медицинского обслуживания? Преступность? Засилье порнографии в СМИ? Издевательства над детьми?

Повсюду мы видим, как низко пало общество. Нам не нужно далеко ходить, чтобы увидеть, насколько все вокруг нас неверно и как глубока пропасть между этим миром и Царством Божиим — Бог открывает нам все это. Многие из бед современного общества затрагивают и власть, как местную, так и государственную. Об этом уже говорят многие церкви и христианские организации.

Радио — мощный инструмент в наших руках, с помощью которого мы можем говорить об этих проблемах и пробудить людей. Пробуждение станет первым шагом к поиску решений этих проблем и побудит людей к конкретным действиям. Мы же, христиане, не должны стоять в стороне. По примеру Иисуса Христа нам нужно показывать свое сострадание и находить творческие пути того, как выявлять изъяны современного общества.

Молитесь о том, чтобы Бог указал вам на эти изъяны и помог найти пути изменения к лучшему во славу Евангелия.

## **РАССКАЗЫВАТЬ о деятельности христиан в обществе**

Зачастую эта функция вытекает из предыдущей, когда вы привлекаете внимание к общественной деятельности христиан. Очень часто деятельность, которую осуществляют христиане, помогая бедным и униженным, никак не освещается

влияют христиане, помогая бедным и униженным, никак не освещается светской прессой, и поэтому на нее не обращают внимания. Миру необходимо слышать о любви христиан в действии, иначе все будут думать, что церковь вообще ничего не делает.

Посредством радио этого легко достичь. Давайте будем выдавать оперативную и воодушевляющую информацию о такого рода событиях, поддерживая тем самым церкви и организации, о которых ведем речь. В большинстве случаев все они будут только приветствовать нашу деятельность в этом отношении.

### **ВООДУШЕВЛЯТЬ: надежда, дружба, товарищество**

Довольно яркая функция радио, однако мы смогли бы добиться в ней гораздо больших успехов, особенно если бы могли выявлять группы людей, отверженные обществом. Само христианское сообщество также может являться такой отверженной группой, если его окружает общество, исповедующее иную религию. Эти люди могут чувствовать себя изолированными от общества, а из этого следует, что им нужна поддержка.

Есть также и престарелые, слепые, больные как физически, так и умственно.

Что мы можем сделать, чтобы скрасить каждый день их жизни и дать им то, чего им не хватает?

### **СВИДЕТЕЛЬСТВОВАТЬ о Творце и Его делах**

Нам важно показать людям то, что Бог живет среди нас. Он чудесным образом влияет как на жизнь отдельных людей, так и на жизнь семей и даже целых сообществ. Но зачастую мы не уделяем этому внимания.

Какими программами можно явным образом показать слушателю, как Бог действует в нашей жизни? Один из самых лучших способов сделать это — взять интервью у самих христиан. Когда человек сам делится тем, что Бог делает в его жизни, его рассказы имеют колоссальный эффект. Семейные люди могут поделиться тем, как Бог помог им сохранить семью, либо разрешить семейный конфликт. Бизнесмены могут поделиться тем, как Бог благословлял их бизнес, когда они действовали по Его заповедям и жили согласно христианским ценностям.

Возможно, у самих слушателей есть примеры того, как Бог творил чудеса, либо являл Себя сверхъестественным образом. Если это так, то дайте им возможность рассказать об этом в эфире. Это поможет многим укрепиться в вере, а также будет живым свидетельством живого Бога.

## **АПОЛОГЕТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ: сравнивать христианство с другими верованиями.**

Эту функцию не так часто используют, потому что сравнивать нелегко. Ведь делать это нужно с ясным пониманием культуры народа и системы верований. Для того же, кто с этим всем знаком, это замечательная возможность сеять Божье семя, которое вскоре принесет плоды.

Используйте творчество для создания таких программ. Можно сделать их в виде свидетельства, где люди делятся со слушателями тем, как они, будучи неверующими, разочаровались в жизни и она уже не приносила им удовлетворения, что они не могли найти ответа на множество вопросов.

## **ПРОВОЗГЛАШАТЬ ЕВАНГЕЛИЕ**

Наверное, это самая яркая функция. Хотя в программах, выполняющих эту функцию, многое нужно переработать. Классическим образцом христианского вещания, конечно же, является проповедь. Однако проповеди, выходящие в эфир, не адаптированы для чтения на радио.

Основная задача для нас на данный момент — как *провозглашать* Евангелие, не прибегая к проповедям?

Какие программы будут наиболее эффективными в этом случае, применительно к вашей аудитории? Каким образом нести Благою Весть, чтобы это было просто и нескудно? Традиционно это делалось путем непосредственного чтения Библии без какого-либо творчества. Несмотря на то, что такой стиль и может оказать влияние на отдельных слушателей, на основную часть аудитории он никак не подействует.

Интервью или дискуссия в этом случае будут более творческим решением. Попробуйте узнать, каким образом проводят такие программы на других станциях. Можно попробовать начать дискуссию с нескольких вопросов и попросить слушателей ответить на них. Обсуждая их ответы на эти вопросы о жизни, можно преподать истины из Евангелия.

## **НАСТАВЛЯТЬ: быть ближе к слушателю**

Насколько вы и ваша станция открыты для слушателя? Вселяют ли ваши программы доверие к вашей станции? Обращаются ли слушатели к вам за советом? Возможно, лучший показатель этого — переписка по почте.

Уделяете ли вы в своих программах время тому, чтобы стать ближе к аудитории? Каким образом вы поддерживаете обратную связь со слушателями? Возможно, вы

просите, порой даже умоляете их написать вам. Однако это не самый лучший вариант. Сначала нужно завоевать их доверие.

Исходя из своего опыта, мы знаем, что слушатели должны наглядно видеть, что мы предлагаем им то, что им нужно. Вряд ли кто-то станет тратить деньги на конверты, звонки по телефону, письма по электронной почте или факсы, если не будет с этого ничего иметь. Также контакты такого рода для многих могут иметь серьезные последствия.

Каким образом вы можете максимально приблизить к себе аудиторию? Возможно, тут нужна будет не просто новая программа, а комплексный подход с использованием новых методов поддержки обратной связи с аудиторией.

### **ДОПОЛНЯТЬ: обеспечивать полезной информацией**

Можете ли вы дать слушателю нечто такое, чего он не встретит больше нигде? Есть ли такая информация, которую вам найти легко, а слушателю ее нигде узнать? Если у вас есть доступ к новостям, газетам, телевидению, Интернету — у вас в распоряжении неисчерпаемый источник информации. Также можно использовать литературу на английском языке, переводя ее самостоятельно.

Самый лучший способ узнать, что хотят слышать от нас слушатели — внимательно изучать их письма. Какие нужды постоянно повторяются в их письмах? Какую помощь они просят оказать? Возможно, лучше всего помочь всем им можно в одной новой радиопрограмме.

### **ПРАЗДНОВАТЬ: делиться радостью Евангелия во всей ее полноте**

Празднование зачастую сводится лишь к пению, но разве нет других способов радоваться и праздновать? Ведь можно встретиться с христианским художником, музыкантом или поэтом и узнать, как он или она выражают радость своей веры. Можно всячески приветствовать желание слушателей писать музыку или стихи собственного сочинения и тем самым развивать христианское творчество на родном языке.

Проводятся ли в вашей местности христианские музыкальные мероприятия, о которых можно бы было рассказать в программах? Могли бы вы оказать спонсорскую поддержку таким мероприятиям и обеспечить им рекламу в своих программах? Возможно ли прямо у вас в студии организовать небольшое служение прославления специально для слушателей? В наших программах так много серьезного и тяжеловесного материала, что мы просто забываем о необходимости выражать радость спасения и надежду, которую имеем во Христе.

### **БЫТЬ ОБРАЗЦОМ ХРИСТИАНСКОГО ОБЩЕСТВА**

Этот образец мы не сможем показать, если мы не будем в наших эфирах объединять людей вместе. Какая программа покажет образец сообщества христиан всех деноминаций?

С этой целью можно посещать, либо приглашать каждую неделю пасторов из разных церквей. Либо можно устраивать беседы на одну и ту же тему как с лидерами церквей, так и с представителями христианских организаций и давать им возможность высказать собственные взгляды и свое понимание Писания. Основная задача всего этого — показать единство во Христе и то, что мы с пониманием относимся друг ко другу, несмотря на то, что являемся членами разных церквей. В местности, где церкви конфликтуют между собой, такая творческая программа поможет прийти к пониманию.

### **УЧАСТВОВАТЬ: взаимодействие и привлечение слушателей**

Каким образом показать, что вы являетесь частью общества? Как дать слушателю возможность почувствовать, что он важен для нас и является частью чего-то большого?

Возможно, вам удастся наладить механизм того, как получать от слушателей рассказы о своих семьях, местности, где они живут, а также принимать от них стихи либо прозу. Слушатели также могут присылать рисунки и фотографии, лучшие из которых можно отметить призами. Существует великое множество различных способов, как помочь слушателю почувствовать собственную значимость и что его мнение и творческие работы представляют для нас ценность.

Наверное, такой поход будет более продуктивным, нежели просто ждать от слушателей реакции на программу. Тем не менее, стоит отметить, что вместо того, чтобы давать слушателям готовые ответы на вопросы, лучше всего задать эти вопросы им самим и сначала услышать ответы от них.

Говорить о творчестве в радиовещании можно так же бесконечно, как бесконечно и само творчество. Как только вы начнете проявлять это творчество в программах, вы пойдете дальше по этому же пути, особенно, если это творчество будет иметь одобрение. Лучшее одобрение вашего творчества — ответная реакция слушателей и рост популярности ваших передач.

Успех будет только умножаться.

## НАЧАЛО

Последний раздел книги обычно называется "Заключение" или "Послесловие", в нем подводится итог всему вышесказанному. Мы же рассматриваем этот раздел как только *начало*. Осознание того, как различные функции радио могут стать частью программной стратегии, даст толчок к развитию ваших творческих способностей.

Помните, что на обучающих курсах FEBC вы сможете получить помощь и консультации по всем вышеизложенным вопросам и многому другому.

Ниже приводятся некоторые вопросы, на которые нам надо ответить, и несколько предложений, которые стоит обдумать, прежде чем начать путешествие в мир открытий:

Возьмите свое расписание программ и проанализируйте, какие функции представлены какими программами (в некоторых программах может заключаться несколько функций) Каким функциям отдается приоритет в вашем расписании? Почему? Насколько хорошо подходят они аудитории?

Какие из описанных выше функций, по-вашему, должны быть использованы в программах и добавлены к вашему расписанию?

Какая литература, консультативная помощь или обучение необходимы вам для успешного внедрения новых функций в программы?

## **ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

Rosario-Braid, F. 1995 (May 19). *The Continuing Challenge of Non-Commercial Broadcasting and Distance Education in the Philippines*. Paper presented at Broadcasting Conference '95, Hotel Nikko Manila Garden, Manila, Philippines

Sogaard, V. 1979. *Bangkok All Media Penetration Research*. Bangkok: Southern Baptist Mission.

## **ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ЧТЕНИЯ:**

Engel, James F. (1979). *Contemporary Christian Communications: Its Theory and Practice*. Nashville: Thomas Nelson.

Engel, James F., & Norton, Wilbert. (1976). *What's Gone Wrong with the Harvest?* Grand Rapids: Zondervan.

Flora, J., Maibach, E., & Maccoby, N. (1989). *The Role of Media Across Four Levels of Health Promotion Intervention*. *Annual Review of Public Health*, 10, 181-201.

Girard, B. (1992). *A Passion for Radio*. New York: Black Rose Books.

Gray, Francis A. (1989). *Radio In Mission*. Manila: Lausanne Committee for World Evangelization.

Imperial-Soledad, F. (1990). *Monograph on Development Communication*. Manila: Communication Foundation for Asia.

McKee, N. (1992). *Social Mobilisation & Social Marketing in Developing Communities*. Penang: Southbound.

McLeish, Robert (1994). *The Technique of Radio Production* (3rd Edition). London: Focal Press.

Melkote, S. (1991). *Communication for Development in the Third World: Theory and practice*. New Delhi: Sage Communications.

Mody, B. (1991). *Designing Messages for Development Communication*. London: Sage Publications.

Stuart, T. (1994). *Participation for Empowerment and Sustainability: How development support communication makes a difference*. *Media Asia*, 21(4), 213-220.

# ПРИЛОЖЕНИЕ

## Приложение 1

### РЕДАКЦИОННЫЕ КОЛЛЕГИИ

Росс Джеймс

#### Вступление

Куда бы я ни поехал в Азии, везде редакторы говорят об одних и тех же проблемах: как сохранять вещательные стандарты, как планировать новые темы и идеи, как к программам подходить творчески. Этого не происходило, когда я работал на коммерческом радио. Мы, редакторы, регулярно собирались для обсуждения программ, комментировали работу друг друга, обменивались идеями для будущих программ с коллегами.

Этого-то как раз и не происходит в некоторых студиях, которые мне довелось посетить. Редакторам кажется, что у них нет времени на то, чтобы общаться с коллегами. Руководство их к этому тоже не особо поощряет. Администраторы же говорили мне, что редактор должен работать и не тратить время на разговоры с коллегами. Такой подход нельзя назвать дальновидным. Если лишить людей возможности пополнять свои знания, их внутренние ресурсы вскоре иссякнут, они перестанут видеть направление, в котором надо двигаться. В одной студии больше половины сотрудников ни разу не слышали программ своих коллег! Когда же они стали собираться на редколлегии, у них появился новый энтузиазм, что повысило продуктивность.

#### Что представляет из себя редколлегия?

Редакторы регулярно встречаются для того, чтобы обсудить и оценить программы друг друга при помощи редакционного оценочного листа. Редакторы советуют автору программы пути ее улучшения. Предлагают идеи и темы для будущих программ. В конце концов редакторы обсуждают способы того, как связать отдельно взятую программу с другими программами в расписании.

#### Чем полезны редколлегии?

Обычно для оценки и планирования программ регулярно отводится определенное время. Редакторы, работающие индивидуально, узнают что-то новое, слушая, обсуждая и оценивая программы коллег. Такие встречи экономят время, ведь обдумать различные идеи автору помогает целый коллектив. В процессе ознакомления с программами своих коллег, редакторы начинают более четко видеть преследуемые ими цели, лучше понимают друг друга, у них вырабатывается чувство единства. Они

ясней осознают, как их собственные программы вписываются в общую картину. Редакторы могут поддерживать тесную связь, обмениваться знаниями. Благодаря редколлегиям вырабатывается более продуманное и стабильное программное расписание, так как скоординированность тематики программ исключает накладки.

## **План редколлегии**

**Выберите удобное для встречи редакторов время.** Лучше всего встречаться раз в неделю на один-два часа. Изберите ведущего редколлегии (им не должен быть редактор программ). Дайте каждому оценочный лист.

**Прослушайте программу.** Все участники оценивают ее, ставя отметки в оценочном листе во время прослушивания. Все участники встречи должны по истечении определенного срока дать прослушать другим свою программу. Периодичность прослушиваний зависит от количества записываемых на студии программ и времени, отведенного на редколлегию. Опыт показывает, что на анализ двух пятнадцатиминутных еженедельных программ требуется час собрания редколлегии, а на три программы уходит два часа. Программы могут быть выбраны произвольно. Можно рассмотреть программы, сходные по содержанию, например о здоровье (женские программы или молодежные) или же радиопостановки. Преимущество такого "тематического" подхода в том, что становятся ясны перспективы совершенствования содержания и уровень компетенции автора в той или иной области.

Примечание: пункты 3-8 надо рассматривать за короткое время, но не поверхностно, тщательно, но не вдаваясь в мельчайшие подробности. Пятнадцати-двадцати минут обычно достаточно. Цель заключается в том, чтобы найти новые темы для обсуждения. Индивидуально редакторы могут продолжать обсуждение и после оценивания. Любая возникающая серьезная тема должна быть обсуждена в следующий раз.

**Что понравилось?** Попросите участников высказаться о том, что им понравилось в программе и почему. Обсуждение может относиться к опросному листу, а может и не ограничиваться им. Вовлекайте людей в разговор о том, что они узнали о производстве программ, о написании сценария (можно начинать так: "Мне нравится, как ты задал вопрос в этом интервью. В будущем я тоже сформулирую его так..." Или "Я понял, что...", "Я узнал, что..." и т.д.).

**Что можно исправить?** Целью этого шага является определение тех аспектов программы, которые необходимо исправить. Опросный лист может в этом помочь. Однако ведущий должен строго удерживать участников встречи в русле конструктивной критики. Нельзя высказываться резко, негативно, несдержанно. Критика не должна превращаться в спор. Ведь цель обсуждения — помочь редактору. В случае с критикой ведущему лучше всего предложить участникам начинать свою речь со слов: "Если бы я был на твоём месте, то я... (+ позитивное предложение)". Можно попросить начинать свои высказывания и со слов: "В

попросить начинать свои высказывания и со слов: "В следующий раз тебе стоило бы подумать о... (+ позитивное предложение)".

**Ответ редактора.** Редактор программы оперативно отвечает на предыдущие комментарии, объясняя, почему программа была задумана именно так, либо рассказывая о проблемах, с которыми пришлось столкнуться при создании программы. Он или она может упомянуть проблемы, связанные с созданием цикла этих программ. Ведущий может предложить обсудить услышанное и обменяться опытом.

**"Мозговая атака".** Выделите несколько минут для того, чтобы участники встречи предложили новые темы, посоветовали литературу либо полезные контакты, внесли свои предложения по поводу программы. Редактор все это записывает!

**Возможна ли взаимосвязь с другими программами?** В одной студии, где я провел заседание редколлегии, мы давали оценку трем программам. Одна была для женщин, другая была образовательная и третья молодежная. Интересно, что во всех трех обсуждалась тема о прощении. Представьте, что все три редактора обратились к одним и тем же книгам, и в сценариях у них были одни и те же идеи. В результате мы пришли к тому, что у предварительного прослушивания программ перед эфиром есть следующие преимущества: 1). Скоординированные действия сокращают время на подготовку. 2). Каждый редактор мог бы сконцентрировать усилия в направлении, относящемся конкретно к его аудитории, вместо того, чтобы в программе говорить сразу обо всем. 3). Согласование усилий придало бы программам в расписании единую направленность, чем помогло бы им. Например, редактор каждой программы мог бы сделать анонс другим программам, посвященным этой же теме, но затрагивающим и другие ее аспекты. На этом этапе редколлегии редактору следует упомянуть и те программы, которые он планирует создать. Узнать, не планируют ли другие редакторы нечто похожее. Какими источниками можно было бы поделиться с другими? Как можно скоординировать усилия? Подумать, могут ли другие редакторы использовать ту же тему, рассмотрев ее под другим углом, при этом "рекламируя" слушателям программы своих коллег.

**Продолжайте процесс.** Вы можете вернуться к первому пункту и оценивать другую программу, либо договориться о следующей встрече. Выберите другого ведущего, решите, каким программам вы будете давать оценку. Решите, где и когда пройдет следующая встреча.

### **Последнее примечание.**

В раздел опросного листа, посвященный созданию программ, добавьте то, что нужно вам, и уберите то, что считаете лишним.

## **ОПРОСНЫЙ ЛИСТ**

Используйте данный лист для оценки прослушанной вами программы

1. Укажите предполагаемую аудиторию здесь:

## 2. ОБЗОР

Обведите цифру, которая, по-вашему, соответствует вещательному стандарту:

Выше среднего стандарта вещания = 4

Стандарт (обычные требования) = 3

Удовлетворяющий стандарту (кое-что надо улучшить, несмотря на недочеты можно вещать) = 2

Не отвечает стандарту (есть то, что не позволяет выходу программы в эфир) = 1

Будет ли программа понятна слушателям? 1 2 3 4

Затрагивает ли она проблемы и надежды слушателя? 1 2 3 4

Точно ли она отражает культуру, к которой принадлежит слушатель? 1 2 3 4

Достаточно ли изучена тема? 1 2 3 4

Уделено ли подготовке программы достаточно времени? 1 2 3 4

Насколько хорошо организована программа? Ясны ли основные мысли? 1 2 3 4

Хорошо ли выполнена программа технически? 1 2 3 4

Внушают ли расположение и доверие голоса участников программы? 1 2 3 4

Если использована музыка, она а) подходит? б) эффективна? 1 2 3 4

в) удовлетворяет ли качество записи использованной музыки? 1 2 3 4

Ясна ли цель? Помогает ли содержание программы раскрыть эту цель? 1 2 3 4

Сложите все полученные цифры и разделите сумму на десять. Результат и будет вашей оценкой: \_\_\_\_\_

Будьте готовы привести примеры, чтобы объяснить свое решение.

## 3. ПОДГОТОВКА (обсудите это в группе)

Как программа отвечает на вопросы и затруднения, которые вероятнее всего возникнут у слушателей?

Насколько практичны предложения / уроки для аудитории?

Подходит ли форма: а) к цели программы; б) слушателю?

Какие другие темы, идеи, концепции могли бы быть включены в программу для того, чтобы слушателя она увлекла?

Какие иллюстрации уместны, а какие — нет?

Дайте примеры того, как редактор творчески подходил к решению поставленной задачи: а) творчески, используя воображение; б) без творчества и вдохновения.

Адекватно ли использованы языковые средства? Дайте примеры непонятных слов, понятий, которые не были объяснены.

Вызывает ли программа у слушателя желание ответить? Что можно сделать, чтобы вызвать это желание?

Есть ли связь между началом, серединой и концовкой? Ощущается ли эта связь на протяжении всей программы, есть ли в программе "изюминка", которая вызывает желание слушать?

Есть ли возможность представить в одной программе другую?

4. Другие комментарии: