

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

Назарова Ульяна

**ПРОДВИЖЕНИЕ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
по направлению «Реклама и связи с общественностью»

Научный руководитель –
доцент, доктор философских наук
Дорский Андрей Юрьевич
Кафедра связей с общественностью в политике
и государственном управлении
Очная форма обучения

Вх. No _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург 2017

Оглавление

Введение	3
ГЛАВА 1. ЭЛЕКТРОННЫЙ PR КАК ВИД ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	7
1.1. Технологии и инструменты продвижения в сети Интернет	7
1.2. Продвижение некоммерческих организаций в сети Интернет	12
1.3. РПЦ как базисный субъект PR	21
ГЛАВА 2. PR-КОММУНИКАЦИИ РПЦ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	33
2.1. Ресурсы РПЦ в Интернете	33
2.2. Православные сообщества в социальных сетях	47
2.3. Рекомендации по улучшению PR РПЦ в Интернете	66
Заключение	74
Список использованных источников и литературы	78
Приложения	87

Введение

Актуальность темы исследования. В условиях непрерывно развивающейся экономики коммерческие и некоммерческие организации (НКО) должны постоянно и стремительно эволюционировать, приобретая умения рационально пользоваться новыми знаниями и рыночными технологиями. Интернет как один из видов электронных каналов передачи информации уже давно стал неотъемлемой частью общества и потому используется как инструмент влияния на массовое сознание. Продвижение в сети Интернет играет важнейшую роль для развития коммерческих и некоммерческих организаций. Религиозные организации, в том числе и Русская Православная Церковь (РПЦ), относятся к некоммерческим организациям. Деятельность РПЦ на современном этапе развития российского общества направлена на популяризацию собственной деятельности, своих идей и ценностей. Ведущая роль в трансляции дискурса принадлежит электронным масс медиа, связывающим аудитории через территориальные и социальные границы. По мнению Г. Миненкова, «благодаря электронным СМИ приобретают новые измерения практики конструирования “воображаемых сообществ”»¹. В таких опосредованных масс-медиа содружествах создаются возможности для социальных и политических действий.

Существует целая система под названием Православный Интернет² – явление, набирающее все большую популярность и являющееся инструментом в руках РПЦ по распространению своих намерений и образов. Это целая культура со своей символикой. В 2004 году, известный русский православный миссионер диакон Андрей Кураев³ предложил объявить апостола Иоанна

¹Миненков Г.Я. Политика идентичности: взгляд современной социальной теории // Политическая наука. – 2005. - № 6. - С. 22-23.

²Иванов А. Православие в Интернете [Электронный ресурс] // Православие.Ru. URL: <http://www.pravoslavie.ru/4844.html> (дата обращения: 27.03.2017).

³Миссионерский портал диакона Андрея Кураева [Электронный ресурс] // URL: <http://kuraev.ru/> (дата обращения: 27.03.2017).

Богослова покровителем православного Интернета⁴. Ранее, секретарь ученого совета Московской духовной академии Павел Великанов предложил признать покровителем русского интернета святителя Феофана Затворника, который провел много десятилетий в затворничестве, но активно общался с миром на расстоянии, при помощи писем⁵.

Святейший Патриарх Московский и Всея Руси благословил освоение Интернет пространства паствой. Предстоятель Русской Церкви Патриарх Кирилл, выступая с докладом в Архиерейском Соборе 3 февраля 2013 года, отметил: «Миссия Церкви может и должна быть широко распространена в интернет-пространстве. Блоги, социальные сети – всё это дает новые возможности для христианского свидетельства. Не присутствовать там – значит расписаться в собственной беспомощности и нерадении о спасении братьев. Сейчас, когда к церковной жизни в социальных медиа проявляется огромный интерес, пусть и не всегда здоровый, наш долг – обратить его во благо, создать условия для того, чтобы молодежь знала о Христе, знала правду о жизни людей Церкви...»⁶. В Православном Интернете есть свои собственные социальные сети, сайты знакомств, форумы, чаты и блоги, в которых активное участие принимают не только священнослужители, но и миряне. Все выше обозначенное, по мнению автора работы, и обуславливает актуальность темы исследования.

Исследованию проблем церковно-общественных отношений в России, положению РПЦ в государстве и обществе, ее деятельности уделяется значительное внимание в научно-исследовательской литературе.

⁴ Небесным покровителем православного Интернета предлагают объявить Иоанна Богослова [Электронный ресурс] // NEWSru.com. URL: <http://www.newsru.com/religy/01dec2004/internet.html> (дата обращения: 27.03.2017).

⁵ Покровителем Рунета станет Феофан Затворник [Электронный ресурс] // "Вести" интернет-газета ("VESTI.RU"), 30.09.2004. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=54193&cid=7> (дата обращения: 27.03.2017).

⁶ СВЯТЕЙШИЙ ПАТРИАРХ КИРИЛЛ: МИССИЯ В ИНТЕРНЕТЕ ВАЖНА, НО НЕ ЗАМЕНЯЕТ РЕАЛЬНОЙ ПРИХОДСКОЙ РАБОТЫ [Электронный ресурс] // ПРАВОСЛАВИЕ.RU. URL: <http://www.pravoslavie.ru/59208.html> (дата обращения: 27.03.2017).

Исследованию положения РПЦ МП в XX в. посвящены работы О.Ю. Васильевой, М.И. Одинцова, С.Л. Фирсова, Г. Штриккера и др.

Объектом исследования выступает продвижение в сети Интернет.

Предметом исследования являются способы PR Русской Православной Церкви в сети Интернет.

Цель и задачи исследования. Цель работы – исследование продвижения Русской Православной Церкви в сети Интернет.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих **задач**:

- 1) выделить основные инструменты продвижения в сети Интернет;
- 2) проанализировать PR некоммерческих организаций, их формы и специфику;
- 3) описать РПЦ как субъект PR;
- 4) проанализировать деятельность официальных органов РПЦ, направленную на продвижение в Интернете;
- 5) изучить продвижение РПЦ в Интернете, осуществляемое иными субъектами;
- 6) разработать рекомендации по улучшению PR РПЦ в Интернете.

В ходе выполнения работы были использованы следующие **методы**: анализ научной литературы по теме продвижения Русской Православной Церкви в сети Интернет, статистический анализ деятельности РПЦ в сети Интернет, структурный анализ официальных сайтов РПЦ общей направленности, сравнительный анализ деятельности православных сообществ в социальных сетях.

Теоретической основой исследования послужили труды зарубежных и отечественных авторов на тему связей с общественностью: Скотта М. Катлипа, Алена Х. Сентера, Глена М. Брума, Ф. Джефкинса, Р. Абрамова, И. В. Алешинной, В.А. Ачкасовой, А. Бекетова, Э. Галумова, А.П. Егоршина, А.Б. Зверинцева, Д. Игнатьева, Э. Кондратьева, А.Д. Кривоносова, Н.Д. Никандрова, Р.Ю. Почекаева, Г.Г. Почепцова, О.Г. Филатовой, А.Н. Чумикова М.А. Шишкина, Д. Ядина.

Эмпирической базой исследования послужили следующие ресурсы:

- 1) официальные сайты РПЦ общей направленности, проект «Батюшка - онлайн»;
- 2) аккаунты священнослужителей, православные сообщества и группы в основных социальных медиа с числом участников более 100 тысяч: «ВКонтакте»- 9, «Одноклассники»-8, Facebook-2, Instagram-1, Twitter-1 в период с 1.03.17 по 01.04.2017;
- 3) выступления представителей РПЦ на видеоканале официального сайта Московского Патриархата на Youtube.

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию PR РПЦ в Интернете.

Дипломная работа состоит из введения, двух глав, шести параграфов, выводов по каждой главе, заключения, списка используемых источников и приложений к работе.

ГЛАВА 1. ЭЛЕКТРОННЫЙ PR КАК ВИД ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

1.1. Технологии и инструменты продвижения в сети Интернет

Продвижение – это деятельность, направленная на улучшение имиджа, распространение информации, повышение лояльности у потенциальных потребителей для изменения убеждений, а в перспективе – формирования желательных ценностей.

Говоря о продвижении сегодня, нельзя не упомянуть о феномене сети Интернет. Интернет является рекордсменом по скорости распространения среди когда-либо существовавших средств массовой коммуникации.

По данным опроса фонда «Общественное мнение» и исследовательской группы TNS в России число пользователей сети Интернет на конец осени 2015 года составляет 83 миллиона человек. Данные исследования охватывают период с осени 2015 по весну 2016.⁷ Для наглядности, чуть больше 10 лет назад в 2007⁸ году количество интернет пользователей в России составляло около 20 миллионов человек, что в 4 раза меньше по сравнению с нынешней ситуацией в стране⁹. Во всем мире доступ к интернету есть у 3,5 миллиардов населения нашей планеты.

Это свидетельствует о том, что сеть Интернет является самым быстроразвивающимся каналом коммуникаций в истории человечества.

Благодаря огромной аудитории, которую возможно изучать, сегментировать, систематизировать все больше организаций осознают

⁷ Развитие интернета в регионах России [Электронный ресурс] // Яндекс.Исследования, 2016. URL: https://yandex.ru/company/researches/2016/ya_internet_regions_2016 (дата обращения: 27.03.2017).

⁸ Рост охвата граждан России интернетом [Электронный ресурс] // РИА Новости, 30.09.2012. URL: <https://ria.ru/spravka/20120930/761976690.html> (дата обращения: 27.03.2017).

⁹ Российский рынок Интернет-рекламы: итоги 2007 года [Электронный ресурс] // Контент-платформа Pandia.ru. URL: <http://pandia.ru/text/78/439/70034.php> (дата обращения: 27.03.2017).

необходимость использования сетевых средств для продвижения своих организаций, товаров и услуг. С появлением Интернета стало возможным говорить о понятии Интернет-продвижения, Интернет-маркетинга или online-маркетинга. Все эти понятия объединяют в себе совокупность приемов в Интернете, направленных на привлечение внимания к организации, товару или услуге, популяризацию этого товара в сети и его эффективного продвижения с целью продажи. Основными преимуществами продвижения в Интернете считаются:

- 1) информативность, так как потребитель получает максимум необходимой информации об услугах и продуктах: чтобы заинтересовать клиента, сведения о товаре должны быть не только полными, но и оригинальными (уникальными);
- 2) высокая результативность по сравнению с традиционной рекламой, при этом зачастую с минимальными затратами или и вовсе без них;
- 3) большой охват целевой аудитории. Количество потребителей конкретного продукта в Интернете ничем не ограничено: в теории – это все пользователи Интернета, так как сделать заказ на приобретение товаров и услуг можно из любой точки планеты.

С развитием Интернета у специалистов по продвижению появляется все больше технологий и методов влияния на общественность.

Продвижение в Интернете – это комплекс online мероприятий, как правило, являющихся неотъемлемой частью общей PR-кампании, направленных на оценку, поддержку и изменение информационной среды вокруг организации в Интернете.

Специалист по продвижению, работая в сети, должен учитывать специфические законы, принципы и инструменты продвижения, знание которых позволит управлять компанией, организацией или проектом с максимальной эффективностью. Существует ряд мероприятий направленных на продвижение в сети Интернет. Ниже приведем примеры некоторых из основных мероприятий.

К PR-мероприятиям в сети Интернет можно отнести¹⁰:

- воздействие на аудиторию посредством публикации материалов и новостей в интернет-СМИ, сетевых обозревателях, сайтах off-line информационных агентств и СМИ, специализированных и тематических серверах;
- осуществление контакта с представителями СМИ посредством Интернет;
- работа с аудиторией в on-line конференциях, рассылках;
- проведение в сети событий, лотерей, конкурсов.

Для продвижения в сети Интернет, помимо PR-мероприятий, существует ряд инструментов, которые необходимо использовать для качественной работы в медиaprостранстве, рассмотрим основные из них. К основным инструментам относятся:

1. Контекстная реклама - разновидность сетевой рекламы, при которой рекламное объявление появляется в соответствии с поисковыми запросами пользователя. Контекстная реклама работает избирательно: её видят посетители страниц, которым потенциально интересны рекламируемые товары или услуги. Для определения соответствия рекламы применяется принцип ключевых слов, эти же слова могут являться ориентиром для отображения рекламы на страницах сайтов. Таким образом, контекстная реклама с большой долей вероятности будет показана потребителю, использующему Интернет для поиска конкретных услуг и товаров. Интернет-реклама позволяет точно соотносить затраты с результативностью: оплачиваются только те пользователи, которые кликнули на соответствующее объявлению и перешли на сайт.

¹⁰ Бокарев Т. PR-мероприятия, их виды и способы проведения [Электронный ресурс] // Энциклопедия Интернет-рекламы. URL: http://book.promo.ru/book/article7_01 (дата обращения: 25.03.2017).

2. Контент-маркетинг – комплекс мероприятий по оптимизации содержимого сайта, работа с контентом, интересным потенциальным потребителям товаров и услуг.

3. Баннерная или медийная реклама. Баннеры -это графические изображения на сайтах, которые рекламируют товары и услуги. Они могут быть статичными, анимированными или интерактивными, где пользователям предлагают выполнить с помощью картинки конкретное действие, например- решить арифметическое уравнение. Баннерная (или медийная) реклама предполагает формирование устойчивой ассоциации конкретного бренда с определенными товарами или услугами. Повышение узнаваемости бренда - одна из целей интернет-продвижения. Баннер может рекламировать как конкретное предложение, являясь так называемой товарной рекламой, так и просто какой-либо бренд или компанию (имиджевая реклама). Такая реклама начинает работать, когда количество показов рекламного изображения достигает определенного количества. Это значит, что баннеры, брендированные фоны и подобную рекламу имеет смысл размещать на сайтах с высокой посещаемостью (от 1000 человек в сутки и более).

4. Почтовая e-mail рассылка – проверенный и эффективный метод интернет-маркетинга. Такая рассылка позволяет установить доверительные отношения между заказчиками и клиентами. Зачастую на сайтах можно встретить так называемую «форму захвата контактов», предлагая подписаться на обновления сайта или давая бесплатную полезную информацию взамен на имя и e-mail посетителя, после чего делается рассылка по подписной базе на адреса электронной почты посетителей сайта. Подписка на рассылку считается наиболее стабильным и продуктивным методом онлайн-продвижения. По статистике более 90% пользователей хотя бы раз в неделю заходят на свою электронную почту.

5. Профессиональная SEO-оптимизация – комплекс действий над сайтом, направленный на улучшение позиций выдачи сайта в популярных поисковых системах (Google, Яндекс). Эта стадия раскрутки является обязательной для

продвижения большинства коммерческих проектов в Интернете. Главная цель – привлечь целевых клиентов на страницы своего сайта. Обычно это делают с помощью платной рекламы, например: контекстной, баннерной, тизерной и так далее, но также можно привлекать посетителей напрямую из поисковых систем. SEO-продвижение обязательно включает техническую оптимизацию сайта, аудит и увеличение уровня релевантности. Современная поисковая оптимизация – реальный технологический инструмент, который повышает продажи гораздо эффективнее, чем традиционная реклама и не требует при этом больших средств.

5. Видеоролики - короткий видеофильм или клип информационного, рекламного и другого содержания. Сегодня, аудитория просмотра каналов на видеохостинге YouTube, RuTube и прочих ресурсов с видеоконтентом исчисляется миллионами. Оригинальная видео-реклама, видео с задействованием известных блогеров в интернете давно доказала свою эффективность. Для того, чтобы снимать качественные видеоролики можно обойтись без особых финансовых трат. В отличие от телерекламы, онлайн видео-реклама с разы дешевле и действует более целенаправленно.

6. Социальные сети - online платформа, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Социальные сети как инструмент электронного маркетинга имеют ряд преимуществ:

- сообщество или паблик (официальное представительство компании) создаётся бесплатно;
- клиенты пользуются привычным интерфейсом, а представители компании действуют на безопасной и комфортной для пользователей территории;
- широкие возможности для общения, обсуждения, консультаций напрямую с клиентами;

- возможность быстро продемонстрировать все достоинства товара, загрузив фото или видео;
- никакой дополнительной регистрации для участия в сообществе клиентам не требуется.

Представители компании могут с помощью социальных сетей проводить маркетинговые исследования, искать целевую аудиторию, определять тип наиболее интересного контента для пользователей, а также привлекать новых клиентов (участников сообщества) при помощи различных конкурсов, поощрительных призов и акций. К похожему виду веб-маркетинга можно отнести создание форумов и чатов (интернет-комнат для общения неограниченного количества пользователей в режиме реального времени). Данные сервисы приобретают всё большую актуальность как средство увеличения продаж.

1.2. Продвижение некоммерческих организаций в сети Интернет

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации¹¹ организации подразделяются на коммерческие и некоммерческие. Для первых основной целью деятельности является извлечение прибыли, вторые же предоставляют социальные услуги, способствуют развитию культуры, образования, оказывают благотворительную помощь и осуществляют другие общественно-полезные цели. Более подробно рассмотрим понятие некоммерческих организаций. Федеральный закон от 12 января 1996 г. «О некоммерческих организациях» дает следующее определение: «Некоммерческой организацией является организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая

¹¹ Гражданский кодекс РФ [Электронный ресурс]: последняя действующая редакция с комментариями // Официальный источник. URL: <http://stgkrf.ru/> (дата обращения: 28.03.2017).

полученную прибыль между участниками».¹² Далее, при определении целей деятельности НКО, в законе говорится «...они создаются для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ...»¹³.

Существуют различные формы некоммерческих организаций, в Гражданском кодексе РФ¹⁴ представлен перечень возможных форм. Итак, в соответствии с ч. 3 ст. 50 ГК РФ, некоммерческие организации могут создаваться в следующих организационно-правовых формах:

- потребительские кооперативы: жилищные, жилищно-строительные, гаражные кооперативы, садоводческие, огороднические, дачные потребительские, общества взаимного страхования, фонды проката, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, кредитные кооперативы;
- общественные организации: политические партии и профсоюзные организации, общественные движения, территориальные общественные самоуправления, органы общественной самодеятельности;
- ассоциации или союзы: некоммерческие партнерства, объединения профессиональных союзов, кооперативов и общественных организаций,

¹² О Некоммерческих организациях [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ // Справ.-правовая система «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/ (дата обращения: 28.03.2017).

¹³ Там же.

¹⁴ Гражданский кодекс РФ, п. 1, ст. 50 [Электронный ресурс] : последняя действующая редакция с комментариями // Официальный источник. URL: <http://stgkrf.ru/> (дата обращения: 28.03.2017).

саморегулируемые организации, объединения работодателей торгово-промышленные, нотариальные и адвокатские палаты;

- товарищества собственников недвижимости, к ним также относятся товарищества собственников жилья;
- общественные и благотворительные фонды;
- казачьи общества;
- учреждения, к которым относятся: государственные учреждения (в том числе государственные академии наук), муниципальные и частные (в том числе общественные) учреждения;
- общины малочисленных коренных народов Российской Федерации;
- автономные некоммерческие организации;
- публично-правовые компании;
- религиозные организации.

Некоммерческие организации (НКО) играют важнейшую роль в решении главных социальных и культурных проблем. Они выступают своеобразным посредником между государством и коммерческим сектором, реализуя социальные идеи и культурные программы по инициативе первых с помощью вторых. НКО осуществляют различную деятельность в образовании, науке, культуре, здравоохранении и других сферах жизни современного общества.

Большинство некоммерческих организаций уделяют огромное внимание вопросам продвижения своей продукции, своих идей и ценностей в сети Интернет, так как это способствует ускорению процессов реализации, повышению осведомленности у потенциального потребителя и поддержки отдельных программ.

В некоммерческой сфере находят применение некоторые элементы комплекса продвижения продукта: связи с общественностью и реклама. Предпринимательские структуры преследуют в основном коммерческие цели с помощью выделенных механизмов. К таким механизмам относятся:

увеличение количества продаж, объема чистой прибыли, завоевание новых рынков, внедрение нового товара и другие. Некоммерческие организации, привлекая дополнительных клиентов, спонсоров с помощью рекламы, прямого маркетинга, стимулирования сбыта и общественных связей, решают одновременно как социальные так и экономические задачи.

Социальные задачи заключаются в удовлетворении духовных потребностей населения, тогда как экономические - в привлечении средств для поддержания и развития основной деятельности некоммерческих организаций. Как правило, реклама, прямой маркетинг и стимулирование сбыта решают в некоммерческой сфере экономические задачи. Управление же общественными связями ориентируется на реализацию социальных целей и задач. Однако четких границ между этими элементами провести нельзя, так как и сама реклама, и прямой маркетинг влияют на решение социальных вопросов, а расширение общественных связей приводит к улучшению экономических показателей.

На современном этапе развития в России растет роль PR в формировании репутации некоммерческих организаций. Ни одна организация не может существовать бесцельно и у каждой из них должно быть реальное представление о том, каковы ее цели и перспективы развития, что ее ожидает и каких результатов она способна достичь. В книге «Паблик рилейшенз. Теория и практика» С. Катлип, А. Сендер, Г. Брум утверждают, что, «вынужденные постоянно решать проблему привлечения добровольных помощников и частных пожертвований, а также финансирования из других частных и общественных источников, некоммерческие организации полагаются на работу PR больше, чем любой другой общественный сектор»¹⁵. Отечественный исследователь Г.Г. Почепцов считает, что «связи с

¹⁵ Паблик рилейшенз. Теория и практика: Учебное пособие. 8 - е изд.: пер. с англ. С. Катлип, А. Сендер, Г. Брум. М.: Изд. дом Вильямс, 2011. С. 45.

общественностью – это эффективная стратегия в области управления общественным мнением»¹⁶.

Самым главным для НКО является продвижение определённой социальной значимой идеи. Скот Катлип выделяет следующие цели PR в НКО¹⁷:

- 1) увеличение популярности миссии организации;
- 2) разработка каналов коммуникаций;
- 3) создание и поддержание благоприятного имиджа для привлечения инвестиций;
- 4) способствование созданию и сохранению общественно-политического климата, который благоприятствует реализации миссии организации;
- 5) информирование и стимулирование главных движущих сил организации (служащих, добровольцев и опекунский совет) к непрерывной и продуктивной деятельности, направленной на поддержку миссии организации, её глобальных целей и задач.

Для реализации этих целей связи с общественностью в некоммерческой организации должны выполнять определённые функции.

Игорь Цыкунов¹⁸ – генеральный директор Центра социального программирования, выделяет семь функций PR в некоммерческой организации¹⁹:

- 1) приобрести доверие. Доверие – это ключевое слово для организаций связей с общественностью. Люди не доверяют тому, чего не знают и не готовы сотрудничать с теми, кто занимается неоднозначной деятельностью;

¹⁶ Почепцов Г.Г. Паблик рилейшенз для профессионалов. М.: Рефл-бук, Ваклер, 2007. С. 34.

¹⁷ Катлип С. Теория и практика PR [Электронный ресурс] // Букмейт. URL: <https://ru.bookmate.com/books/RkCHFHgс> (дата обращения: 20.03.2017).

¹⁸ Цыкунов И. Семь причин прервать заговор молчания, или зачем PR некоммерческой организации? [Электронный ресурс] // Центр социального программирования. URL: www.ngoprofile.ru/library/5.html (дата обращения: 25.03.2017).

¹⁹ Направления PR-деятельности в некоммерческой организации [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн. URL: http://studbooks.net/894342/marketing/-napravleniya_deyatelnosti_nekommercheskoy_organizatsii (дата обращения: 25.03.2017).

2) приобрести сторонников. У известной организации гораздо больше возможностей по привлечению сторонников, ими могут стать волонтеры, готовые помогать организации своими знаниями и умениями или состоятельные люди, способные организационно поддержать мероприятия;

3) привлечь финансирование. Известной организации гораздо проще привлекать средства для своего развития, так как нет необходимости постоянно устраивать презентацию деятельности организации;

4) привлечь властные ресурсы. Активно действующая организация, реализующая социальные программы может стать партнером местной власти, а, следовательно, получить административную поддержку;

5) обезопасить свою деятельность. Возможны ситуации, когда некоммерческие организации могут преследоваться властью. Чем более заметна организация, тем больше ресурсов понадобится для приостановки ее деятельности;

6) награда сторонникам. Сотрудникам нравится работать в известных организациях, их статус при этом существенно повышается;

7) повысить эффективность организации. Публичная организация по определению становится более эффективной, потому что появляется влияние, которое можно использовать для реализации в своей основной деятельности²⁰.

Основные задачи PR некоммерческих организаций:

- привлечение внимания общественности к социально значимым проблемам;
- мобилизация ресурсов (информационных, материальных, человеческих, организационных);
- лоббирование социально значимых законодательных решений;
- фандрайзинг;
- привлечение новых участников к своей деятельности;

²⁰ Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М., 2001. 564 с.

– работа с социально незащищенными группами (безработными, инвалидами, жертвами насилия) и с группами - источниками социального риска.

По мнению И. Бородиной, инструменты PR должны широко использоваться НКО в силу следующих причин²¹:

1) необходимость донесения до общественности миссии организации и формирования ее благоприятного имиджа в глазах общественности;

2) необходимость в создании и поддержании условий для привлечения денежных средств в таких объемах, которые позволяют организации достигать своих целей;

3) потребность в формировании каналов коммуникаций с потенциальными потребителями услуг, предоставляемых организацией;

4) необходимость распространения идей, соответствующих миссии организации в публичной политике;

5) необходимость эффективного мотивирования людей, привлекаемых для реализации миссии организации²².

Имидж и позиционирование организации играют огромную роль, имидж должен быть положительным, вызывать позитивные эмоции и чувство сплочённости. Перечислим основные особенности позиционирования НКО в сети Интернет.

Во-первых, несмотря на то, что НКО обладают рядом дополнительных возможностей по продвижению, так как проще продвигать организацию с общественно значимыми целями, чем с коммерческими, их доходы и средства, а, следовательно, и средства PR-службы на оплату труда PR-специалистов, рекламного эфирного времени, заказных статей и прочее - в целом более ограничены, чем у коммерческой структуры. А значит и всю PR-деятельность необходимо выстраивать с учетом этой немаловажной особенности. В России

²¹ Бородин И. Некоммерческий PR в коммерческих целях // Маркетолог. 2009. С. 14

²² Кострикин А.В. Молодежные общественные объединения как социальный институт // Молодежь – будущее цивилизации. Сборник материалов международной конференции. СПб: 2007. 421 с.

НКО часто считают «попрошайками», которым всегда не хватает средств. Кроме того, из-за того, что происходят «случаи, когда некоммерческие организации работают на интересы коммерческих структур, НКО приписывают такие качества, как жульничество и желание заработать на чужих проблемах». В целом, стереотипы, в разных их проявлениях, это важная проблема некоммерческого сектора, с которым очень сложно бороться. Многие продолжают проводить параллель между современными НКО и общественными организациями, существовавшими в СССР (профсоюзы, пионерская организация, комсомол и т.п.), и приписывать им те же характеристики²³.

Вторая проблема, которая встает при разработке PR-стратегии - это зависимость от помощи благотворителей. Под такой зависимостью понимаются два аспекта. Во-первых, это необходимость учитывать требования, интересы спонсоров, необходимость постоянно доказывать жизнеспособность и привлекательность организации для всей общественности, чтобы не потерять уже заинтересованных спонсоров и привлечь новых.

Кроме того, принимая во внимание специфику деятельности НКО, организация должна искать таких партнеров, которые бы не могли «очернить» ее репутацию. Искать благотворителей, которые бы не только согласились выделить средства на благое общественное дело, но при этом были теми людьми, которые могли бы улучшить, а не скомпрометировать образ организации в глазах ее клиентов, сторонников и всей общественности.

Другой чрезвычайно важной особенностью позиционирования имиджа и продвижения интересов НКО являются отношения со средствами массовой информации. Отношение СМИ к материалам НКО может очень различаться от одного издания к другому. В большей степени отношение СМИ зависит от

²³ Вьюгов А.И., Кривonosов С.С. Особенности организации и проведения PR-коммуникаций для некоммерческих молодежных организаций (НКО) [Электронный ресурс] // Российский новый университет. URL: http://www.rosnou.ru/pub...science...-NIR/gt/Vyugov_Krivosov.doc (дата обращения: 20.03.2017).

имиджа организации. СМИ заинтересованы в публикации материалов, особенно, если они подготовлены профессионально и содержат действительно интересную актуальную информацию, что, в свою очередь, находится уже в компетенции непосредственно работников PR-отдела организации. Взамен газета или радиостанция получает право говорить, что она поддерживает женщин, театр, повышает уровень образования, защищает природу или опекает сирот. С другой стороны, (в особенности для специализированных СМИ) эта информация представляет определенную ценность, она может привлечь определенный круг читателей.

Еще одной проблемой позиционирования и восприятия НКО является неграмотность населения именно в данной области, а также относительно низкий уровень культуры. Широкие массы относятся к НКО с недоверием, так как не понимают их целей и мотивов. Общественность не готова к тому, что некая структура готова функционировать не с целью личного или корпоративного обогащения, а с целью достижения какого-то общественного блага. Поэтому одной из первоочередных задач НКО в России является просвещение, информирование и общее образование.

Другой особенностью является тот факт, что результаты работы НКО очень сложно измерить, особенно в краткосрочной перспективе. Многие достижения не поддаются никакому количественному измерению и не укладываются ни в какие формулы расчета эффективности и пр. Таким образом, налицо проблема оценки работы НКО и поиска тех критериев и формул, которые могли бы адекватно отразить эффективность работы организации.

Также можно упомянуть, что НКО берет на себя выполнение часть государственных функций, вследствие чего у государства или муниципального образования появляется возможность преподнести положительные результаты, достигнутые НКО, как свои собственные достижения, так как они находятся в сфере компетенции тех или иных государственных структур.

Особого внимания, на наш взгляд, заслуживают некоммерческие религиозные организации с точки зрения позиционирования. Религиозные организации также ведут работу с общественностью. В Отделе внешних церковных сношений Русской Православной Церкви²⁴ есть позиция протоиерея по связям с общественностью.

1.3. РПЦ как базисный субъект PR

Взаимодействие религиозных организаций и общества в России, являясь одним из видов коммуникации, обладает рядом особенностей.

Основной отличительной особенностью связей с общественностью религиозных организаций (как и большинства некоммерческих организаций) является постановка качественно иных по сравнению с бизнесом или политическими структурами коммуникационных целей. То есть, обращаясь к обществу, религиозная организация «стремится сформировать духовный мир человека и не претендует на его потребительские сиюминутные личные или групповые интересы»²⁵. Такой подход к коммуникации определяет характер взаимоотношений между конфессиональным сообществом и населением, то есть религиозные организации в первую очередь имеют целью формирование духовных ценностей, распространение своего вероучения и привлечение как можно большего числа людей. Создание позитивного имиджа своей конфессии или отдельных лидеров, межконфессиональный диалог, участие в социальных и культурных проектах являются не целью, а скорее инструментом для достижения обозначенных целей.

Второй особенностью PR-взаимодействия между религиозными организациями и обществом в России является противоречивое понимание

²⁴ Русская Православная Церковь. Отдел внешних церковных связей [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <https://mospat.ru/ru/> (дата обращения: 28.03.2017).

²⁵ Михальченко В.Л. Особенности связей с общественностью в конфессиональной среде (на материале деятельности Русской православной церкви) [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2011. №1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/723> (дата обращения: 30.03.2017).

сущности коммуникации такого рода. Часть конфессионального сообщества воспринимает связи с общественностью как часть миссионерской деятельности своей религиозной организации, что требует применения к этой сфере общих для этой деятельности принципов. Ряд организаций, таких как Католическая церковь или Русская Православная Церковь, накопили в этой сфере значительный опыт. При этом другая часть конфессионального сообщества относится к PR-деятельности как к новому, до этого несвойственному направлению²⁶ деятельности религиозных организаций. Соответственно при построении связей с общественностью преимущественно используются методы, предложенные светскими специалистами.

Таким образом, представляются особенно актуальными для всех религиозных организаций работа над теоретическим осмыслением сути и места PR в структуре их деятельности, выработка общих концептуальных подходов к этому вопросу.

Следующей особенностью, на которую необходимо обратить внимание, это недостаток квалифицированных специалистов, обладающих знаниями как в области религии, так и в сфере связей с общественностью. В этом вопросе следует отметить опыт российского Православного института святого Иоанна Богослова²⁷, где функционирует кафедра журналистики и связей с общественностью, на которой готовят будущих сотрудников PR-служб православной церкви. Важно отметить, что многие конфессии занимаются проведением различных курсов и семинаров по повышению квалификации специалистов, работающих в сфере взаимодействия с группами общественности. Говоря о подготовке специалистов в сфере построения связей с общественностью, также следует отметить, что каждая конфессия обладает

²⁶ Солодов В. PR-деятельность Римской католической церкви: пример Франции [Электронный ресурс] // ProPR. URL: [http:// propr.com.ua /ru/public/view/10643](http://propr.com.ua/ru/public/view/10643) (дата обращения: 27.03.2017).

²⁷ В России впервые будут учить религиозному PR [Электронный ресурс] // Православие и мир, 5.08. 2010. URL: [http:// www.pravmir.ru/v-rossii-vpervye-budut-uchit-religioznomu-pr/](http://www.pravmir.ru/v-rossii-vpervye-budut-uchit-religioznomu-pr/) (дата обращения: 27.03.2017).

помимо различной догматики своей спецификой и определенной культурой взаимоотношений внутри сообщества, соответственно обучение PR на базе какой-то одной конфессии специалистов другого конфессионального сообщества практически невозможно. В данной ситуации представляется актуальным повсеместное введение в программу подготовки PR-специалистов дисциплины «Религиоведение» или дисциплин, направленных на изучение особенностей коммуникации в религиозной среде. Одним из важнейших факторов снижения напряжения в обществе в вопросах религии является установление коммуникационных связей между религиозными организациями и обществом. Их основная задача заключается в преодолении существующего непонимания посредством образовательных и культурных программ, а также информирования о происходящих внутри конфессионального сообщества процессах.²⁸

Так, введение религиоведения позволило бы студентам, дать базовое представление о мировых религиозных системах, догматике, истории различных конфессий и религиозных направлений, познакомить с основными нравственными и духовными ценностями. Кроме того, изучение вышеназванных дисциплин позволило бы познакомиться с базовыми российскими и международными документами и правовыми актами в сфере реализации принципа свободы совести и свободы мысли²⁹.

Таким образом, PR-взаимодействие религиозных организаций и общественности обладает рядом особенностей, обусловленных как внутренним содержанием (догматика, социальная позиция), так и исторически сложившимся характером государственной политики в отношении религиозной жизни страны.

²⁸ Желновакова М. Ф. Особенности осуществления PR-взаимодействия между религиозными организациями и обществом // Реклама и PR в России современное состояние и перспективы развития: материалы X Всероссийской научно-практической конференции, 12 февраля 2013 года / С.-Петербург. гуманитар. ун-т профсоюзов; [отв. ред.: Л. И. Харченкова, М. В. Лукьянчикова]. - Санкт-Петербург: Издательство СПбГУП, 2013. - 173 с.

²⁹ Гридина В. В. Религиоведческие знания в подготовке будущих PR-специалистов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2012. № 1. С. 49.

Особенно это важно для России, где в последнее время наблюдаются межрелигиозное напряжение и непонимание³⁰. Одним из важнейших факторов снижения напряжения в обществе в вопросах религии является установление коммуникационных связей между религиозными организациями и обществом, основная задача которых заключается в преодолении существующего непонимания посредством образовательных и культурных программ, а также информирования о происходящих внутри конфессионального сообщества процессах.

Среди общественных организаций, широко использующих PR как диалогически ориентированную социальную коммуникацию в решении обозначенных проблем, Русская Православная Церковь (РПЦ) занимает особое место. Можно утверждать, что в условиях охватившего современное российское общество духовно-нравственного кризиса, происходит кардинальная переоценка роли РПЦ в жизни общества. Все увереннее звучат заявления политиков, ученых, представителей культуры и искусства, общественных деятелей об объективной необходимости интеграции церкви в решение общественных проблем как национального, так и международного значения, и содействия достижению социального согласия, гармонизации общественных отношений и, как следствие, консолидации социума.

Сегодня перед РПЦ актуализируются задачи расширения присутствия в общественном и интернет пространстве, отработки и эффективного использования PR-инструментов в установлении диалога с группами общественности. Рассмотрим наиболее важные, с нашей точки зрения, аспекты информационно-коммуникационной деятельности РПЦ.

Анализ официальных церковных документов, заявлений, выступлений, интервью, статей представителей РПЦ позволяет сделать вывод, что в настоящее время одним из приоритетов в деятельности РПЦ является

³⁰ Федоров В. Христианский экуменизм и религиозная толерантность в контексте диалога культур и цивилизаций [Электронный ресурс] // СПбГУ. Институт философии. URL: <http://philosophy.spbu.ru/library/7682/7688> (дата обращения: 25.03.2017).

донесение до широкой общественности позиции по значимым вопросам бытия социума. В этой связи нужно отметить, что в работе над проблемными вопросами современного российского общества необходимо достижение широкого церковно-государственно-общественного партнерства³¹. Действенным инструментом, дающим возможность прийти к конструктивным партнерским отношениям, по мнению Предстоятеля Русской Православной Церкви, является диалог, именно в диалоге стороны используют «не язык спора, но язык взаимной поддержки и общего дела»³². Обращаясь к проблеме социальной роли РПЦ в современном информационном российском обществе, Патриарх Московский и всея Руси Кирилл отметил в статье «Православное единство и православное свидетельство в современном мире», что в период, последовавший за крахом государственного атеизма, церковью «была занята единственно правильная позиция, подразумевающая следование принципу информационной открытости»³³.

Осознание острой необходимости информационного развития и открытости РПЦ находит подтверждение в положениях официального церковного документа «Основы социальной концепции Русской Православной Церкви», утвержденного Архиерейским Собором в 2000 г., и в определении Архиерейского Собора 2008 г. «О вопросах внутренней жизни и внешней деятельности Русской Православной Церкви».

В настоящее время РПЦ накоплен значительный опыт организации диалогического PR-взаимодействия с государством и общественными

³¹ Худяков С. Социокультурная динамика и консолидация российского общества [Электронный ресурс] // Власть. 2009. № 3. URL: <http://www.isras.ru/files/File/Vlast/2009/03/Sociokulturnaya%20dinamika.pdf> (дата обращения: 29.03.2017).

³² Комитет – платформа для диалога и сотрудничества [Электронный ресурс] // Христианский межконфессиональный консультативный комитет. URL: <http://www.xmkk.org/2009/10/35> (дата обращения: 29.03.2017).

³³ Митрополит Смоленский и Калининградский Кирилл. Православное единство и православное свидетельство в современном мире [Электронный ресурс] // Церковь и время. 2008. № 3(44). URL: <http://www.mospat.ru/churchtime/churchtime44.pdf> (дата обращения: 29.03.2017).

организациями. Так, например, традиционной является работа представителей РПЦ, Министерства образования и науки Российской Федерации, других органов государственной власти и институтов гражданского общества в рамках Международных Рождественских образовательных чтений – крупного ежегодного PR-мероприятия, которое проводится отделом религиозного образования и РПЦ. По словам президента РФ В.В. Путина, сегодня Международные Рождественские образовательные чтения предоставляют возможность для широкого и открытого обсуждения «проблем, связанных с совершенствованием системы отечественного образования, укреплением конструктивного диалога церкви и государства в этой важнейшей сфере»³⁴. Говоря о PR-формате Международных Рождественских образовательных чтений, Патриарх Московский и всея Руси Кирилл в своем выступлении, посвященном их открытию в 2009 г., отметил: «... за годы своего существования чтения стали представительным общецерковным форумом, удачно сочетающим научно-образовательные конференции, круглые столы, практические семинары, различные формы братского общения»³⁵.

Чрезвычайно важным направлением работы РПЦ в решении проблемы общественной дезинтеграции, преодолении социального напряжения является «миротворчество на международном, межэтническом, и гражданском уровнях, содействие взаимопониманию и сотрудничеству между людьми, народами и государствами»³⁶. Практика показывает, что деятельность РПЦ в данной

³⁴ Президент России В.В. Путин направил приветствие участникам XVIII Международных Рождественских образовательных чтений [Электронный ресурс]: Интернет-портал Правительства Российской Федерации. URL: <http://premier.gov.ru/events/messages/9123/> (дата обращения: 29.03.2017).

³⁵ Слово Святейшего Патриарха Кирилла на открытии XVII Международных Рождественских образовательных чтений [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/559408.html> (дата обращения: 29.03.2017).

³⁶ Основы социальной концепции Русской Православной церкви [Электронный ресурс] // Русская Православная Церковь. Официальный сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422.html> (дата обращения: 29.03.2017).

области осуществляется посредством постоянного использования различных PR-инструментов в социальной коммуникации.

Прежде всего, следует отметить, что РПЦ является активным участником Христианского межконфессионального консультативного комитета СНГ и стран Балтики (ХМКК), целью функционирования которого выступает «координация совместной деятельности христианских конфессий в деле содействия гражданскому миру, предотвращения межнациональных, межрелигиозных и иных конфликтов, обеспечения согласия и стабильности в обществе»³⁷. Работа ХМКК выстраивается преимущественно на диалогической основе. Среди основных направлений деятельности данной организации, подчеркивающих ее PR-характер, можно отметить следующие:

- проведение международных конференций, симпозиумов, семинаров и иных мероприятий в России и за рубежом;
- информирование PR-средствами широких групп общественности об опыте урегулирования межрелигиозных конфликтов и развития конструктивного диалога.

По мнению Председателя Отдела внешних церковных связей Московского Патриархата (ОВЦС) митрополита Волоколамского Иллариона, в настоящее время ХМКК представляет «платформу для диалога и сотрудничества, позволяет выработать согласованную позицию христианских церквей по ключевым вопросам, которые ставит перед нами современность. Сам инструмент ХМКК уникален, он является моделью «большой Европы», так как в нем состоят представители христианских церквей целого ряда государств, входящих в различные политические объединения, – в Европейский Союз, СНГ»³⁸.

³⁷ О Комитете [Электронный ресурс] // Христианский межконфессиональный консультативный комитет. URL: <http://www.xmkk.org/about-committee> (дата обращения: 29.03.2017).

³⁸ Комитет – платформа для диалога и сотрудничества [Электронный ресурс] // Христианский межконфессиональный консультативный комитет. URL: <http://www.xmkk.org/2009/10/35> (дата обращения: 30.03.2017).

PR как социальная коммуникация, обладающая высоким интеграционным потенциалом, также используются в качестве основного инструмента организации двухстороннего диалога и развития многогранного сотрудничества между РПЦ и традиционными нехристианскими религиями – исламом, буддизмом, иудаизмом. Примером долгосрочного PR-сотрудничества в сфере развития и укрепления межнационального и межрелигиозного диалога можно считать работу представителей РПЦ и мусульманской общины Исламской Республики Иран. Заседания Совместной российско-иранской комиссии по диалогу «Ислам – Православие» регулярно проводятся с 1998 года.

Необходимо отметить, что деятельность по установлению межнациональных, межэтнических отношений, а также преодолению целого ряда актуальных социальных проблем и установлению PR-диалога с международными организациями осуществляется Отделом внешних церковных связей Московского Патриархата.

Примером эффективного использования РПЦ PR-коммуникаций для развития партнерских отношений с международными организациями является коммуникационная деятельность ОБЦС по привлечению внимания к актуальным проблемам российского общества агентств ООН, функционирующих на территории России. По словам заместителя председателя ОБЦС игумена Филиппа (Ю.А. Рябых), в настоящее время работа РПЦ со структурами ООН «переходит в русло конкретного практического взаимодействия»³⁹. Так, в ноябре 2009 г. в Москве состоялся Круглый стол на тему «Укрепление партнерства между Русской Православной Церковью и агентствами ООН в Российской Федерации», на котором стороны определили основные направления совместной деятельности: защита прав и достоинства

³⁹ Липич О. РПЦ и ООН начнут взаимодействовать в социальной сфере [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <http://www.rian.ru/society/20091126/195538375.html> (дата обращения: 25.03.2017).

человека, решение проблем образования и здравоохранения, помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях, работа с молодежью и др.⁴⁰

Важным аспектом социально-коммуникационной деятельности РПЦ, способствующей интеграции российского социума и развитию общественного дискурса, является организация PR-диалога между РПЦ и структурами гражданского общества. Председатель Синодального отдела по взаимоотношениям церкви и общества протоиерей В. Чаплин в статье «Состояние и актуальные вопросы церковно-государственных и церковно-общественных отношений» акцентирует внимание на том, что сегодня РПЦ не только участвует в мероприятиях, проводимых политическими партиями, общественными, научными, профсоюзными, предпринимательскими, культурными, молодежными, медийными и иными объединениями, но все чаще осуществляет с ними совместные программы и проекты⁴¹.

Высокая PR-активность РПЦ по установлению масштабного церковно-общественного и церковно-государственного диалога, привлечению внимания широкой общественности к актуальным проблемам современного российского общества подтверждает информационно-коммуникационная деятельность РПЦ, осуществляемая в рамках Всемирного Русского Народного Собора (ВРНС) – международной общественной организации-форума, возглавляемой Патриархом Московским и всея Руси Кириллом.

С 1993 г. в работе ВРНС⁴² как крупного ежегодного общественного форума принимают участие представители традиционных религий России, органов государственной власти, общественных организаций, работники

⁴⁰ В Москве завершил работу Круглый стол по вопросам взаимодействия между Русской Православной церковью и агентствами ООН [Электронный ресурс] // Офиц. сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/954492.html> (дата обращения: 25.03.2017).

⁴¹ Протоиерей Чаплин В. Состояние и актуальные вопросы церковно-государственных и церковно-общественных отношений [Электронный ресурс] // Церковь и время. 2008. № 3(44). URL: <http://www.mospat.ru/churchtime/churchtime44.pdf> (дата обращения: 25.03.2017).

⁴² Всемирный Русский Народный Собор [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/77467.html> (дата обращения: 25.03.2017).

сферы образования, деятели искусства, культуры, ученые, студенты, участники молодежных организаций и др. Следует отметить, что определяющим условием установления диалогических отношений между многочисленными участниками форума, консолидации их усилий в процессе поиска эффективных гуманистических инструментов решения социально-значимых проблем современности является дискуссионный PR-формат мероприятий, традиционно формирующих официальную программу ВРНС.

Выводы по главе 1.

С появлением Интернета стало возможным говорить о понятии Интернет-продвижения, Интернет-маркетинга или online-маркетинга. Все эти понятия объединяют в себе совокупность приемов в Интернете, направленных на привлечение внимания к товару или услуге, популяризацию этого товара в сети и его эффективного продвижения с целью продажи.

Основными преимуществами продвижения в Интернете считаются: информативность, высокая результативность по сравнению с традиционной рекламой, большой охват целевой аудитории.

Для эффективного продвижения в сети Интернет используется ряд инструментов: контекстная реклама, контент-маркетинг, баннерная реклама или медийная, почтовая рассылка, SEO-оптимизация, социальные сети и видеоролики.

Продвижением своей деятельности занимаются большинство организаций, в том числе некоммерческие. «Некоммерческой организацией является организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками» определение понятия НКО в Федеральном законе от 12 января 1996 г. «О некоммерческих организациях».

Некоммерческие организации могут создаваться в различных организационно-правовых формах, в соответствии с ч. 3 ст. 50 ГК РФ: потребительские кооперативы, общественные организации, ассоциации или

союзы, товарищества собственников недвижимости, к ним также относятся товарищества собственников жилья, общественные и благотворительные фонды, казачьи общества, учреждения, к которым относятся: государственные учреждения (в том числе государственные академии наук), муниципальные и частные (в том числе общественные) учреждения, общины малочисленных коренных народов Российской Федерации, автономные некоммерческие организации, публично-правовые компании, религиозные организации.

Основные особенности позиционирования НКО в сети Интернет: недостаточное количество денежных средств, зависимость от помощи благотворителей, важность отношения со СМИ, неграмотность населения именно в данной области, результаты работы в этой области очень сложно измерить.

Относящаяся к религиозным организациям, РПЦ является субъектом масштабной информационно-коммуникационной деятельности, ориентированной на гуманизацию, гармонизацию отношений в социальном мире.

Важным направлением работы РПЦ в решении проблемы общественной дезинтеграции, преодолении социального напряжения является «миротворчество на международном, межэтническом, и гражданском уровнях, содействие взаимопониманию и сотрудничеству между людьми, народами и государствами»⁴³. Практика показывает, что деятельность РПЦ в данной области осуществляется посредством постоянного использования различных PR-инструментов как социальной коммуникации.

Сегодня РПЦ активно реализует, с одной стороны, воспитательную функцию, заключающуюся в формировании морально-нравственного сознания российского социума, с другой, важную функцию модератора, координатора

⁴³ Основы социальной концепции Русской Православной церкви [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422.html> (дата обращения: 27.03.2017).

взаимодействия субъектов социально-культурного и политического пространства в процессе решения актуальных социальных проблем.

Высокая PR-активность РПЦ по установлению масштабного церковно-общественного и церковно-государственного диалога, привлечению внимания широкой общественности к актуальным проблемам современного российского общества подтверждает информационно-коммуникационная деятельность РПЦ. Основным инструментом информационно-коммуникационной деятельности РПЦ являются связи с общественностью как демократическая, гуманистическая социальная коммуникация, направленная на достижение понимания, согласия между субъектами коммуникативных интеракций.

ГЛАВА 2. PR-КОММУНИКАЦИИ РПЦ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

2.1. Ресурсы РПЦ в Интернете

В качестве эффективного коммуникационного средства особую значимость для деятельности РПЦ приобретает Интернет, с его помощью на данном этапе развития:

- РПЦ взаимодействует с другими сетевыми актерами;
- обозначает официальную позицию руководства Церкви по актуальным вопросам современной действительности;
- способствует сохранению «традиционных нравственных» ценностей;
- занимается миссионерской деятельностью.

Более того, посредством Интернета осуществляется взаимодействие различных структур Церкви с мирянами и со всем обществом в целом.

Первые православные сайты появились еще в 1996 году. Но благословение Патриарха было получено только в 1997 году, когда Отдел внешних церковных связей открыл официальный сайт Московской патриархии. Тогда же, на Пасху в 1997 году, открылся первый независимый православный сетевой проект «Православие в России». Он существовал в рамках РАО МЭС - Международного экономического сотрудничества, а руководителями проекта были журналисты Сергей Чапнин, Дмитрий Шушарин и преподаватель Московской духовной академии Алексей Пентковский. Проект был амбициозным: работала полноценная новостная лента, тематические рубрики были более разнообразными, чем на официальном сайте.

Православный сегмент Рунета с самого начала развивался довольно бурно, констатирует CNews⁴⁴. В 1998 году, когда он насчитывал около 150 сайтов, информационно-исследовательская группа «Метафразис» провела первую конференцию «Православные ресурсы интернета сегодня и завтра». Веб-мастера, журналисты и священники пытались определить возможные направления развития православного Рунета. Основной вопрос, который волновал авторов православных сайтов тогда – можно ли рассматривать Сеть как миссионерскую территорию, или православный сегмент станет своеобразным гетто, не интересующим широкую аудиторию. Также вставал вопрос о том, будет ли Сеть использоваться только для распространения информации, преимущественно сверху вниз, или станет полноценной площадкой для общения⁴⁵.

С момента появления первых православных сайтов в России, прошло уже 20 лет, и, конечно, на сегодняшний день подсчитать их количество невозможно. По прошествии лет видно как широко распространяется деятельность РПЦ в Интернете, и если изначально православные сайты носили только информационный характер, то сейчас они предоставляют гораздо больше возможностей. Появились не только целые поисковые системы для православных, например Rublev.com, но и сайты знакомств для православных, например «Прихожане»⁴⁶, которая насчитывает 75 000 пользователей, огромное количество форумов, блогов, онлайн церквей, часовен и даже сайт исповеди онлайн «Е-батюшка»⁴⁷. В 2008 году появился инструмент для создания сайтов церковных организаций «Приход.ру» (Prihod.ru). Это

⁴⁴ Православные рингтоны поступили в продажу [Электронный ресурс] // CNews. URL: http://www.cnews.ru/news/top/pravoslavnye_ringtony_postupili_v_prodazhu (дата обращения: 26.03.2017).

⁴⁵ Лученко К. Русский журнал [Электронный ресурс] // Русская народная линия. Информ.-анал. служба. URL: http://ruskline.ru/monitoring_smi/2003/12/17/internet_po-pravoslavnomu/ (дата обращения: 26.03.2017).

⁴⁶ Прихожане [Электронный ресурс] // Официальный сайт: <http://prihozhane.ru/> (дата обращения: 26.03.2017).

⁴⁷ Е-Батюшка. Сервис онлайн исповеди [Электронный ресурс] // Официальный сайт: <https://ebatyushka.com/> (дата обращения: 26.03.2017).

бесплатный конструктор сайтов для православных организаций. На 16 декабря 2016 года на сайте Prihod.ru зарегистрировано 24815 православных организаций, их число быстро растет, 31 марта 2017 года на сайте было зарегистрировано 25811 организаций.

Официальные сайты имеют в основном все значимые структуры Русской Православной Церкви, большинство из которых регулярно, а зачастую ежедневно обновляются.

Можно отметить, что почти все епархии имеют свои собственные сайты. Структура этих сайтов во многом схожа. Основная цель – это постоянное общение с прихожанами и распространение веры посредством Интернета.

Если рассматривать официальный сайт Московского Патриархата, то можно выделить такие разделы: «Патриарх», «Новости», «Документы», «Межсоборное присутствие», «Публикации», «Организации», «Персоналии», «Фото», «Видео», «Аудио», «Анонсы». Также есть разделы «Летопись епархиальной жизни», «Журнал Московского Патриархата», «Епархия города Москвы», «Единая карта храмов Русской Православной Церкви», «Календарь». В каждом разделе много подразделов. Например, в разделе «Новости» – встречаются такие подразделы, как «Архиерейский Собор-2016», «Архиерейский Собор-2013», «Архиерейский Собор-2011», «Поместный Собор-2009», «Архиерейский Собор-2009», «Патриарх», «Высший Церковный Совет», «Межсоборное присутствие», «Синодальные учреждения», «Московская Патриархия», «Епархии и Экзархаты», «Поместные Церкви», «Церковь и государство», «Церковь и общество», «Наука и образование», «Издательства и СМИ», «Памятные даты», «Старообрядчество», «Межрелигиозные отношения», «Инославие».

В разделе «Новости» идет освещение всей православной жизни и деятельности Патриархата. Можно отметить, что новость о передаче Исаакиевского собора в Санкт-Петербурге Русской Православной Церкви освещалась неоднократно. По запросу «Исаакиевский собор» было найдено 12 материалов за период март-апрель 2017 года.

Если рассматривать отдельные сайты епархий, их содержание примерно одинаковое. Так, на сайте Георгиевской епархии есть такие разделы как – «Главная/Новости», «Видео», «Пожертвование», «Контакты», «Архиерей» (подразделы – «Биография», «Служение Архиерея», «Слово Архипастыря», «Послания»), «Епархия» (подразделы – «История», «География», «Отделы», «Монастыри», «Кафедральный Собор», «Благочиния И Храмы»), «Издания» (подразделы – «Епархиальный Вестник», «Детская Газета»), «Образование» (подразделы – «Воскресные Школы», «Религиозное Образование»), «Архив Публикаций», «Карта Епархии», «Православный Календарь».

Если рассматривать сайт Владимирской епархии, мы можем отметить следующие разделы – «Новости», «Правящий архиерей», «Благотворительность», «Межсоборное присутствие», «Религиозное образование», «Работа с молодежью», «Миссионерская деятельность», «Архитектура и строительство». А также – «Главная», «Патриарх», «Церкви», «Историческая справка», «Мероприятия», «Благочиния», «Актуальные интервью», «Статьи и публикации», «Приходы: страницы истории», «Епархиальное духовенство», «Епархиальные СМИ», «Епархиальный календарь», «Контакты», «Паломничество», «Святыни», «Состав храмов». И также в каждом разделе есть несколько подразделов.

Церковь с конца 90-х пытается вернуть себе прихожан различными способами. Она старается влиять на различные сферы жизни человека. Через свои епархии Церковь оказывает влияние на воспитание будущего поколения. Так на сайте Георгиевской епархии размещена детская газета, в которой размещается информация о церковных праздниках, рассказы нравственной направленности, события из жизни воскресной школы⁴⁸.

На некоторых сайтах для прихожан существует функция «Обратная связь», предоставляющая возможность оставить вопрос или предложение. На других сайтах вместо функции «Обратная связь» существует раздел «Вопросы

⁴⁸ Детская православная газета «Николушка» [Электронный ресурс] // Георгиевская епархия. URL: <http://www.georg-eparhia.ru/newspaper.html> (дата обращения: 20.03.2017).

священнику», где зарегистрированные пользователи могут задать свой вопрос. Через данные разделы РПЦ может электронно взаимодействовать с общественностью, привлекая потенциальных посетителей на свои сайты.

Для успешного взаимодействия Церкви с государством и СМИ, был создан отдельный сайт Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ⁴⁹. Отдел создан путем слияния Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви и общества и Синодального информационного отдела в целях оптимизации работы и повышения эффективности, а также исключения параллельных процессов в деятельности синодальных учреждений. Новому Отделу поручено выполнение функций вышеупомянутых отделов, при том, что часть их обязанностей была передана Отделу внешних церковных связей (межрелигиозный диалог) и пресс-службе Патриарха Московского и всея Руси. Председателем Отдела был назначен Владимир Романович Легойда⁵⁰.

На сайте отдела можно выделить следующие разделы: «Патриарх», «Об отделе», «Деятельность», «Мероприятия», «Материалы», «Проекты», «Медиа», «Справка». Даже проводятся пресс-конференции⁵¹ online («В.Р. Легойда провел онлайн-совещание с представителями епархий ЮФО и СКФО⁵²»). Церковь участвует в политической сфере страны – как внешней,

⁴⁹ Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <http://sinfo-mp.ru/obshhaya-informaciya> (дата обращения: 27.03.2017).

⁵⁰ Там же.

⁵¹ В пятницу, 11 апреля в 09:30 в ИТАР-ТАСС состоится пресс-конференция, посвященная фестивалю «Пасха в Москве» [Электронный ресурс] // Владимирская епархия. URL: http://www.eparh33.ru/churchnews/Press_konferentsiya_posvyashchennaya_festivalyu_Pasha_v_Moskve (дата обращения: 27.03.2017).

⁵² В.Р. Легойда провел онлайн-совещание с представителями епархий ЮФО и СКФО [Электронный ресурс] // Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ <http://sinfo-mp.ru/v-r-legojda-provel-onlajn-soveshhanie-s-predstavitelyami-eparxij-yufo-i-skfo.html> (дата обращения: 7.04.2017).

так и внутренней («Председатель Отдела внешних церковных связей встретился с председателем Национального совета Сирии»)⁵³.

Также уделяют внимание и образовательному процессу. Этим во многом занимается «Фонд по премиям памяти митрополита Московского и Коломенского Макария (Булгакова)» (Макариевский фонд)⁵⁴. Структура сайта фонда: – «Главная», «Митрополит Макарий» (подразделы – «Биография», «Труды митрополита Макария», «Труды о митрополите Макарии»), «История Фонда», «Руководители Фонда», «Лауреаты кон. XIX–нач. XX вв.», «Номинанты», «Архив», «Медиа» (подразделы – «Видео», «Аудио», «Фото»), «Новости», «Контакты». Макариевский Фонд участвует в пропаганде научных исследований в области исторических знаний и стимулирует соискателей конкурса⁵⁵. Деятельность Отдела религиозного образования и катехизации Владимирской епархии (ЕОРОиК)⁵⁶ направлена на создание и развитие системы религиозного образования мирян на всех ее ступенях и уровнях: в воскресных школах всех типов при приходах и монастырях Владимирской епархии Русской Православной Церкви, в дошкольных православных воспитательных учреждениях, в православных гимназиях и лицеях. Отдел содействует подготовке православных педагогов и катализаторов. ЕОРОиК занимается религиозным просвещением в государственных и частных учебных заведениях всех типов, продвижением информации о религиозном образовании через

⁵³Председатель Отдела внешних церковных связей встретился с председателем Народного совета Сирии [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4858706.html> (дата обращения: 11.04.2017).

⁵⁴Торжественная церемония вручения Макариевских премий 2015 г. [Электронный ресурс] // Фонд по премиям памяти митрополита московского и коломенского Макария. URL: <http://www.m-fond.ru/archive> (дата обращения: 12.03.2017).

⁵⁵Фонд по премиям памяти митрополита московского и коломенского Макария [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <http://www.m-fond.ru/> (дата обращения: 28.03.2017).

⁵⁶Отдел религиозного образования и катехизации Владимирской епархии (ЕОРОиК) [Электронный ресурс] // Владимирская епархия. URL: http://www.eparh33.ru/Otdel_religioznogo_obrazovaniya_i_katehizatsii_Vladimirskoy_eparhii_EOROiK (дата обращения: 28.03.2017).

печатные и электронные СМИ, включая радио и телевидение⁵⁷. Северобайкальская епархия Русской Православной Церкви проводят различные конкурсы малых грантов⁵⁸.

Русская Православная Церковь уделяет внимание молодежи. Ведется работа по различным аспектам – знакомство молодежи с Церковью, через такие мероприятия как молодежные встречи, паломнический лагерь, автопробеги, кинопоказы⁵⁹. Создан даже Синодальный отдел по делам молодежи. На его сайте мы можем увидеть следующие разделы – «Главная», «Новости», «Об отделе», «Координационные центры», «Видео», «Контакты», «Проекты», «Партнеры». В разделе «Новости» часто встречается информация об акциях в поддержку передачи Исаакиевского Собора («Православная молодёжь Томской епархии организовала в социальной сети региона голосование в защиту передачи Исаакиевского собора Русской Православной Церкви», «25 марта в Краснодаре прошла акция в поддержку передачи Исаакиевского собора», «27 марта в Тульской епархии стартовал молодежный флешмоб в поддержку передачи Исаакиевского собора Русской Православной Церкви»). Основными направлениями работы в деятельности отдела являются: организация миссионерской работы среди молодежи, привлечение молодежи к социальному служению Церкви, обобщение и распространение опыта православного молодежного движения на приходском, благочинническом, епархиальном и общецерковном уровне, поддержка православного семейного воспитания, организация различных форм общения православных молодых

⁵⁷ ПОЛОЖЕНИЕ об Отделе религиозного образования и катехизации Владимирской епархии Русской Православной Церкви (Московского Патриархата) [Электронный ресурс] // Отдел религиозного образования и катехизации Владимирской епархии. URL: <http://oroik33.ru/polozhenie-ob-eparhialnom-otdele> (дата обращения: 26.03.2017).

⁵⁸ «Православная инициатива» объявляет о старте конкурса малых грантов [Электронный ресурс] // Религиозная организация «Северобайкальская епархия Русской Православной Церкви (Московский Патриархат)». URL: <http://sbk-eparh.ru/%d0%ba%d0%be%d0%bd%d0%ba%d1%83%d1%80%d1%81%d1%8b/> (дата обращения: 26.03.2017).

⁵⁹ Работа с молодежью. Мероприятия [Электронный ресурс] // Владимирская епархия. URL: http://www.eparh33.ru/Rabota_s_molodezhyu/Meropriyatiya/ (дата обращения: 26.03.2017).

людей, создание информационного пространства для православной молодежи, организация воспитательной работы, досуга и дополнительного образования для детей и молодежи в церковном приходе, подготовка педагогов к деятельности по традиционному духовно-нравственному воспитанию детей и юношества, подготовка священнослужителей и мирян к педагогической деятельности, оказание помощи общественным и государственным организациям в проведении воспитательных программ, опирающихся на традиционное духовно-нравственное образование детей и молодежи⁶⁰.

Проанализировав сайты православной тематики, можно утверждать, что большинство из них было сделано по средствам онлайн-конструктора сайтов церковных организаций Prihod.ru, но при этом отсутствует стилистическое сходство.

При рассмотрении официальных сайтов РПЦ отчётливо прослеживается их разнообразная структура. Раздел, который встречается на многих из них, – это «Патриарх». Часто на главной странице сайтов религиозных организаций можно встретить календарь или карту храмов. Также, как и на сайтах практически любой организации существуют такие разделы, как «Новости», «Контакты». В разделе «Новости» часто освещаются не только религиозные события, но политические, с точки зрения православия (Владимир Легойда: «В прошлое воскресенье в ряде российских городов тысячи людей вышли на митинги. Среди них было много молодежи - студентов и даже школьников. Что вывело их на улицы? Вряд ли в данном случае есть какое-то одно объяснение или одна причина...»⁶¹).

Но официальные сайты имеют не только структуры РПЦ, но и у деятелей церкви есть свои сайты, блоги или страницы в самых популярных

⁶⁰ Направления работы [Электронный ресурс] // Синодальный Отдел по делам молодежи Русской Православной Церкви. URL: <http://sinodmrpc.ru/napravleniya/> (дата обращения: 27.03.2017).

⁶¹ Сакральный митинг простит все? [Электронный ресурс] // Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ. URL: <http://sinfo-mp.ru/sakralnyj-miting-prostit-vse.html> (дата обращения: 27.03.2017).

социальных сетях. Аккаунт в социальной сети «ВКонтакте» есть и у главы Синодального отдела Московского Патриархата по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ Владимира Легойды. На своей официальной странице он публикует новости по общественно-значимым проблемам. Например 14 марта 2017 года Владимир Легойда опубликовал запись на своей стене с ссылкой на интервью, в котором отвечает на вопросы о передаче Исаакиевского собора в Собственность РПЦ. «По закону правом собственности на Исаакиевский собор может обладать только государство. Претензии Церкви на собственность – это медийное искажение, которое, кстати, стало одной из причин волнений в данной ситуации. Речь идет о пользовании. Собственником остается город. Так это произошло с другими памятниками из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО: Троице-Сергиевой лаврой, Новодевичьим монастырем в Москве. Процесс передачи религиозным организациям имущества религиозного назначения идет с 1980-х...»⁶².

Таким образом, можно утверждать, что Церковь активно реагирует на повестку дня и дает свои комментарии о важных общественно значимых проблемах на официальных сайтах. Еще одним примером служит статья в «Новой газете», которая была опубликована 16 мая 2016 года обозревателем Галиной Мурсалиевой⁶³. В статье рассказывается о секте в социальной сети «ВКонтакте», причастной к самоубийствам 130-ти подростков по всей территории России. Позже, в начале 2017 года появились новые факты о группах смерти и их жертвах. 19 февраля 2017 года Екатеринбургские священники решили вступить в борьбу с «группами смерти», в которых детей доводят до самоубийства. Протоиерей, кандидат педагогических наук, магистр

⁶² 7 Вопросов Владимиру Легойде, церковному и общественному деятелю [Электронный ресурс] // Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ. URL: <http://sinfo-mp.ru/7-voprosov-vladimiru-legojde-cerkovnomu-i-obshhestvennomu-deyatelyu.html> (дата обращения: 25.03.2017).

⁶³ Профиль Галины Мурсалиевой на официальном сайте «Новой газеты» [Электронный ресурс] // Новая газета. URL: https://www.novayagazeta.ru/authors/62?date_from=16.05.16 (дата обращения: 25.03.2017).

богословия Игорь Бачинин рассказал одному из журналистов Портала 66.ru⁶⁴: «В церкви есть табу: не убей. Нельзя не только убивать другого человека, но и лишать жизни себя, наносить себе какой-то физический вред. Когда эта норма ушла из жизни общества, начали появляться подобные отклонения. Церковь всегда готова помочь любому человеку, учитывая его нужды. Мне приходится сталкиваться с родителями и подростками, которые не хотят жить, и это связано с различными аспектами. Есть такое понятие, как когнитивный диссонанс, который возникает в обществе и личности, и когда он формируется, человеку надо куда-то уйти от реальности - в компьютерную зависимость, например. Я думаю, если мы сможем взрастить те традиции (в первую очередь - духовно-нравственные), которые существовали раньше, то мы сумеем предупредить те или иные шокирующие события и вовремя на них реагировать»⁶⁵. Важно отметить, что 13.03.2017 на сайте Православие.Фм была опубликована памятка для родителей разработанная православными психологами «Что делать, если ваш ребенок попал в суицидальную группу?»⁶⁶.

Таким образом, данные примеры демонстрируют, что сегодня Русская Православная церковь активно участвует в жизни общества в online пространстве.

Все выше обозначенное также подтверждает то, что РПЦ за последние годы стала более современной. Эта модернизация стала возможной благодаря критическому пересмотру форм и методов работы священнослужителей с верующими⁶⁷.

⁶⁴ Городской портал Екатеринбурга [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <https://66.ru/> (дата обращения: 25.03.2017).

⁶⁵ ЦЕРКОВЬ ПРОТИВ «ГРУПП СМЕРТИ»: ЕКАТЕРИНБУРГСКИЕ СВЯЩЕННИКИ РАССКАЗАЛИ, КАК БОРОТЬСЯ С ДЕТСКИМИ СУИЦИДАМИ [Электронный ресурс] // Православие.РУ. URL: <http://www.pravoslavie.ru/101198.html> (дата обращения: 25.02.2017).

⁶⁶ «Что делать, если ваш ребёнок попал в суицидальную группу?» - памятка для родителей от православных психологов [Электронный ресурс] // Православие. ФМ. URL: <https://pravoslavie.fm/glavnoe/chto-delat-esli-vash-rebyonok-popal-v-suicidalnuyu-gruppu/> (дата обращения: 25.03.2017).

⁶⁷ Баранов Н.А. Взаимодействие церкви и государства в современной России // Человек. Сообщество. Управление. 2009. №4. С. 97-108.

Еще при предыдущем Патриархе, а особенно при нынешнем, в Церковь стала привлекаться образованная, социально и экономически успешная молодежь⁶⁸.

По мнению Н. Митрохина⁶⁹, после 2005 года возник неформальный идеологический блок (не без помощи форумов, сайтов, блогов, страниц в «Живом Журнале»), который он называет «молодой церковью». В 2009 году ее представители оказались на значимых должностях в Московской патриархии. Твердая убежденность в избранном пути, высокая теоретическая подготовка, креативное мышление интеллектуалов от РПЦ – все эти качества все в большей степени привлекают общество, которое перестало с недоверием относиться к Церкви⁷⁰.

Особо следует выделить проект «Батюшка-онлайн». Проект был создан в Ульяновске 11 мая 2011 года в социальной сети «ВКонтакте» по благословению митрополита Симбирского и Новоспасского Прокла: «Если Вы сможете помочь хотя бы одному человеку, значит, уже существуете не зря»⁷¹.

Проект «Батюшка-онлайн» был создан в Православном клубе при УлГТУ. Создание проекта было связано с тем, как пишут сами создатели на сайте проекта, что молодежи особо необходимо общение со священниками. «Мы в этом наглядно убедились, когда стали приглашать батюшек на наши мероприятия в университете. Студенты всегда активно участвуют в дискуссии, задают множество вопросов, даже остаются после встреч, чтобы пообщаться с батюшкой. Но не все успевают задать, некоторые просто стесняются что-то спросить. Поэтому мы решили создать такой Интернет-ресурс, где каждый

⁶⁸ Баранов Н.А. Русская православная церковь: ресурсы и политические возможности // Теодицея. Альманах. 2012. №2. С. 75-82.

⁶⁹ Митрохин Н. Русская православная церковь в России в 2000--2008 годах: очерк некоторых структурных проблем [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. 2009. № 1 (63). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2009/1/mi13-pr.html> (дата обращения: 25.01.2017).

⁷⁰ Баранов Н.А. Русская православная церковь: ресурсы и политические возможности // Теодицея. Альманах. 2012. №2. С. 75-82.

⁷¹ В проекте «Батюшка онлайн» уже 20000 виртуальных прихожан [Электронный ресурс] // Безформата.Ру. URL: <http://uliyanovsk.bezformata.ru/listnews/proekte-batyushka-onlajn-uzhe/7071642/> (дата обращения: 25.01.2017).

человек смог бы задать свой вопрос и практически сразу, в режиме онлайн, получить от батюшки ответ»⁷².

Оценил проект сам Патриарх Кирилл: «Хотелось бы отметить миссионерский проект «Батюшка-онлайн». Этот проект создан по инициативе Симбирской епархии, но на вопросы участников, которых набралось уже несколько десятков тысяч, отвечают священники со всей России. Призываю духовенство принимать участие в работе данного Интернет-ресурса»⁷³.

Идея проекта заключается в том, что на вопросы пользователей Интернета в режиме реального времени отвечают известные священники Русской Православной Церкви. Проект представляет сеть Интернет-ресурсов, объединенных общей задачей и методами работы с пользователями.

На данный момент в проекте участвуют более 50 священников, среди которых есть: профессиональные музыканты, ученые, юристы, спортсмены, телеведущие, журналисты, потомственные священники. Это батюшки из разных городов России, Украины, Белоруссии, Германии, Америки, Китая и других стран мира. Более того, ежегодно география стран расширяется.

Миссия проекта заключается в том, что проект рассказывает о вере в доступном и интересном формате. Основная цель - «вести православную миссию в глобальной сети, оказывая сопротивление пропаганде греха, исповедуя истинные ценности и приобщая людей к Православию»⁷⁴.

Данный проект широко освещается в СМИ, по запросу «проект Батюшка - онлайн» в поисковой системе Яндекс найден 85 миллион результатов, в Google – 429 000 результатов на 1 апреля 2017 года. Одним из первых о проекте сообщил портал «Интерфакс-Религия»⁷⁵.

⁷² Прим. авт.: Надежда Земскова автор и руководитель интернет-проекта «Батюшка онлайн».

⁷³ Батюшка-онлайн [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <http://batyushka-online.ru/> (дата обращения: 25.03.2017).

⁷⁴ Там же.

⁷⁵ Интерфакс Религия [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <http://www.interfax-religion.ru/> (дата обращения: 25.03.2017).

Важно отметить, что деятельность проекта осуществляется во всех популярных социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Twitter, Instagram, Periscope, Telegram и пользуется большой популярностью у подписчиков. Деятельность проекта в социальных сети Instagram в большей степени направлена на привлечение молодежи, на сегодняшний день там 173 тысячи подписчиков. Посты публикуют несколько раз в день, существуют интересные рубрики, например: #спрашиваютзвезды, где популярные актеры, певцы, ведущие и другие, задают свои видео вопросы батюшкам. Привлечение молодежи в церковь на сегодняшний день одна из основных идей РПЦ, с которой они постепенно начали справляться.

Аккаунты проекта в социальных сетях:

- «ВКонтакте» - 87 122 участника;
- «Одноклассники» - 11 979 участников;
- Instagram- более 173 000 подписчиков;
- Facebook-15 620 читателей;
- Twitter- 1 128 читателей;
- Periscope- 32 235 читателей.

Проект адресован всем заинтересованным лицам. Подписчики проекта - люди разных возрастов, сфер деятельности и религиозных взглядов.

Важно то, что если мы проанализируем интернет сайт проекта «Батюшка - онлайн» и страницы в социальных сетях, то мы можем обнаружить, что многие подписчики выражают признательность и благодарность как за оказанную им помощь, так и за создание ресурса, в общем.

Многие пользователи данного ресурса получили:

- конкретную помощь и поддержку;
- нашли ответы на важные вопросы.

По мнению автора работы, сегодня, наверное, как никогда, люди испытывают сильную духовную жажду. И данный проект - скорая духовная

помощь, призванный помочь каждому в поиске добра, любви и истины. Вопросы, касающиеся духовной жизни нельзя оставлять без ответа.

Автор проекта «Батюшка - онлайн» Надежда Земскова, член Союза журналистов России, отмечает: «Могу привести много примеров, когда люди после разговора с батюшкой находят утешение и поддержку, обретают эту ни с чем несравнимую радость жизни с Богом! И если у вас есть такая душевная необходимость, мы будем рады, если сможем помочь».

Значительную часть своего времени большинство проводит в сети, а особенно молодежь, которая часто сталкивается с пропагандой греха в Интернете. Поэтому особенно важно показать альтернативу церкви, говорить людям об истинных ценностях, о добре и нравственности, об истинной любви на просторах всемирной паутины. Присутствие Церкви в интернете на сегодняшний день крайне необходимо, и глобальная сеть – это тоже место для проповеди.

Отдельного внимания заслуживает Благотворительный фонд проекта, который на данный момент времени, осуществляет следующие направления деятельности, для удобства визуализируем данные посредством таблицы 1.

Таблица 1 - Благотворительный фонд проекта «Батюшка - онлайн», основные направления деятельности.

Под проект	Осуществляемая деятельность
«ПРАВОСЛАВИЕ ДЕТЯМ»	Экскурсии в храмах и паломнические поездки для ребят из детдомов, дошколят, школьников и студентов. Съемки проекта «Батюшка онлайн детям: видео-версия», в которой самые известные батюшки проекта отвечают на вопросы малышей.
«БАТЮШКА ОНЛАЙН: LIVE-версия»	При поддержке Министерства образования самые известные священники и архиереи отвечают на вопросы учащихся в школах и ведущих ВУЗах страны.
«ИЗДАТЕЛЬСТВО»	К пятилетию проекта вышла первая книга вопросов и ответов «О любви». Идет работа над изданием новых книг «О вере», «О людях» и «О жизни» по материалам проекта.

За 6 лет существования проекта, батюшки ответили более чем на 200 тысяч вопросов. Председатель Синодального миссионерского отдела МП РПЦ митрополит Белгородский и Старооскольский Иоанн наградил батюшек-участников проекта синодальными грамотами и выразил благодарность за их усердные труды во благо Святой Церкви⁷⁶.

Более того, в декабре 2015 года Общественная палата Ульяновской области подвела итоги конкурса «Общественное признание - 2015», где были отмечены проекты, внесшие особо значимый вклад в развитие гражданского общества в регионе. В самой многочисленной номинация «Просветитель года» с большим отрывом в народном голосовании победила руководитель Всероссийского проекта «Батюшка- онлайн».

Также проект стал лауреатом Всероссийского фестиваля достижений молодёжи «Славим Отечество» в номинации «Сохранение духовно-нравственных ценностей в современном информационном пространстве».

2.2. Православные сообщества в социальных сетях

30 января 2017 года появилась новость о том, что Русская Православная Церковь намерена взяться за активное продвижение своей деятельности в Интернете, в частности, в социальных сетях. Для этого РПЦ намерена привлекать неких известных блогеров, об этом рассказал агентству городских новостей «Москва»⁷⁷ руководитель управления по работе с общественными организациями Синодального отдела по взаимоотношениям церкви с обществом и СМИ, протоиерей Дмитрий Рощин. Организация намерена увеличивать своё присутствие в социальных сетях, а для всех епархий, и,

⁷⁶ БАТЮШКА ONLINE [Электронный ресурс] // Журнал Санкт-Петербургской Духовной Академии "Небо". URL: <http://nebo-journal.com/2015/06/02/batyushka-online/> (дата обращения: 25.03.2017).

⁷⁷ Агентство городских новостей «Москва» [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <http://www.mskagency.ru/materials/2632422> (дата обращения: 11.03.2017).

желательно для всех храмов, вскоре может стать обязательным наличие собственного сайта.

«Также работа будет проводиться с интернет-сообществом, известными блогерами, чтобы показать им церковь такой, какой мы её видим, и снизить с их стороны некую напряжённость и негативное отношение к нам, основанное на незнании того, что происходит в церкви на самом деле. Нам надо научиться подавать информацию о себе в привлекательной форме, и для этого нужны хорошие спикеры. У нас есть замечательные священники, прекрасные богословы и учёные, которые замечательно могут говорить»,⁷⁸ – заявил Дмитрий Рощин. Священнослужитель добавил, что Синодальный отдел уже запустил работу с некими популярными блогерами, которые известны критикой РПЦ. Их, по словам представителя церкви, собирают вместе, а затем отвозят в детский дом или в монастырь, чтобы показать работу священнослужителей изнутри. Протоиерей также отметил, что церковь больше не может игнорировать «кибер-войны, которые приобретают всё большую популярность»⁷⁹. В планах у РПЦ публикация лекций и проповедей, а также организация интернет-дискуссий на религиозные темы. Кроме того, в церкви обсуждают вопрос продвижения конкретных священников, имеющих определённый авторитет.

Священнослужитель отметил, что на данный момент официальных «рекомендаций и циркуляров сверху» по поводу продвижения в интернете, нет. Однако РПЦ уже начинает обсуждать работу в социальных сетях с экспертами.

23 января 2017 года председатель Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ, профессор МГИМО

⁷⁸ Там же.

⁷⁹ Яна Рубина «РПЦ будет продвигать себя в социальных сетях с помощью блогеров» [Электронный ресурс] // Санкт-Петербург.Ру. URL: <http://saint-petersburg.ru/m/society/rubina/355700/> (дата обращения: 25.03.2017).

Владимир Легойда⁸⁰ назвал современное поколение – «поколением дизайна», и чтобы достучаться до него нужна «соответствующая обложка».

25 октября 2016 года глава РПЦ Патриарх Кирилл⁸¹ сравнил информационное пространство с минным полем и заявил, что в погоне за лайками люди теряют жизненные ориентиры. Важно отметить, что 24 мая 2015 года в социальной сети «ВКонтакте» появилась официальная страница Патриарха Московского и всея Руси Кирилла; открытие блога было приурочено ко Дню славянской письменности и культуры, который, ежегодно отмечается 24 мая в день памяти святых равноапостольных Кирилла и Мефодия. Сегодня на странице Патриарха 372 тысячи подписчиков.

На самом деле, тема Православия в социальных сетях, развивается довольно давно, пример тому – многочисленное число групп и сообществ в «ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook, Instagram, Twitter.

Нами были проанализированы сообщества в социальной сети «ВКонтакте» в период с 1.01.17 по 1.04.17, количество подписчиков которых превышает 100 тысяч человек и выявлено насколько увеличилось число подписчиков в данных сообществах за 3 месяца, данные приведены в таблице 2 и 3. (см. Приложения) Проанализировав деятельность основных православных сообществ в социальной сети «ВКонтакте» за период с 1.01.17 по 1.04.17, можно сделать вывод об активности данных сообществ. Например, число подписчиков за 3 месяца, в группе «Православные шутят!» увеличилось на 3 тысячи, а в группе «Верую † Православие» на 142 тысячи человек.

⁸⁰ Интервью ТАСС с Владимиром Легойда на сайте информационного агентства [Электронный ресурс] // ИАР ТАСС. URL: <http://tass.ru/opinions/interviews/3963152> (дата обращения: 25.03.2017).

⁸¹ Выступление Патриарха Кирилла перед участниками фестиваля для церковных журналистов и епархиальных пресс-секретарей "Вера и слово" в зале церковных соборов храма Христа Спасителя [Электронный ресурс] // ИАР ТАСС. URL: <http://tass.ru/obschestvo/3731444> (дата обращения: 25.03.2017).

Таким образом, можно говорить о заинтересованности православных людей и их вовлеченности в тематику, а также высоком уровне интереса к деятельности русской церкви, ее идеям и ценностям.

Также нами были проанализированы эти же сообщества в период с 1.03.17 по 1.04.2017 и установлено примерное количество публикаций в месяц, их тематика и вовлеченность аудитории к новостям сообществ.

По запросу «Православие» в социальной сети «ВКонтакте» по состоянию на 1.03.2017 было найдено 7 820 сообществ, из них в том числе:

- Православная церковь-731
- Епархия-1 674

Ниже представлен список наиболее популярных сообществ «ВКонтакте», где количество участников превышает 100 тысяч человек. Рассмотрим список этих сообществ в таблице 2 (числовые показатели за 01.04.17), ниже проанализирует подробнее каждое из них:

Таблица 4 - Анализируемые православные сообщества «ВКонтакте» и количество подписчиков каждого из них

	Название сообщества	Количество подписчиков
1	«Верую † Православие» ⁸²	1 096 901
2	«Доброе слово •Православие•» ⁸³	293 911
3	«Православие †» ⁸⁴	182 504
4	«Православие. Ru» ⁸⁵	150 407
5	«Православие и мир» ⁸⁶	135 916
6	«†ПОСТНАЯ ТРАПЕЗА. ВЕЛИКИЙ ПОСТ. РЕЦЕПТЫ†» ⁸⁷	112 372

⁸²Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: https://vk.com/pravoslavnie_hristiane (дата обращения: 29.03.2017).

⁸³Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: <https://vk.com/slovodobroe> (дата обращения: 29.03.2017).

⁸⁴Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: <https://vk.com/public26919587> (дата обращения: 29.03.2017).

⁸⁵Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: https://vk.com/pravoslavie_ru (дата обращения: 29.03.2017).

⁸⁶Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: <https://vk.com/pravmir> (дата обращения: 29.03.2017).

⁸⁷Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: https://vk.com/p_trapeza (дата обращения: 29.03.2017).

7	«Православные шутят!» ⁸⁸	110 752
8	«Православие» ⁸⁹	107 716
9	«Православная психология» ⁹⁰	101 293

Все посты в православных сообществах в социальных сетях мы разделили на две основные категории по тематике: религиозная тема и нравственная. Встречаются и другие рубрики, например: новости церковной жизни, просьбы о пожертвованиях, реклама и религиозный быт (рецепты постных блюд), но по отношению к основным темам им посвящается гораздо меньшее количество публикаций.

Ключевые слова религиозной тематике: Бог, Пост, молитва, Евангелие, Господь, святые лики, Ангел-Хранитель, Иисус, Христианство, Исповедь, Православные Христиане и др.

Ключевые слова нравственной тематике: любовь, семья, душа, доброта, дружба, честность, вера и др.

В самом многочисленном сообществе «ВКонтакте», «Верую† Православие» нет фото, видео и обсуждений, нельзя писать комментарии, при этом посты выставляются с периодичностью в 20-30 минут каждого часа. Приблизительное число публикаций в месяц 1620, в день 54. Опубликованные посты посвящены, как религиозной, так и нравственной теме в формате: небольшой текст и картинка. Количество нравственных постов больше. Также в сообществе публикуются новости религиозной жизни, религиозные праздники. Самая популярная новость за март 2017 года была опубликована 8 марта. («8 марта – день памяти блаженной Матроны Московской. Поздравляем!...»). Количество лайков данной новости – 14 332, количество репостов – 2 885, 241 000 просмотров. При том что среднее количество лайков

⁸⁸Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: https://vk.com/orthodox_smile (дата обращения: 29.03.2017).

⁸⁹Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: <https://vk.com/pravoclavie> (дата обращения: 29.03.2017).

⁹⁰Группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. URL: <https://vk.com/orthodoxpsiholog> (дата обращения: 29.03.2017).

за один пост – 3000, репостов – 800, а просмотров – 100 тысяч за период с 1.03.17 по 1.04.17.

На втором месте по количеству подписчиков среди православных сообществ группа «Доброе слово. Православие». В данной группе практически равное количество публикаций на религиозную (300) и нравственную тему (260), также 4 раз за месяц были опубликованы рекламные посты (продажа церковных платков). Используются визуальные коммуникации: фото и видео, большинство постов в формате: текст и картинка. Среднее количество постов за месяц 570, в день 19. Посты публикуются с периодичностью в 1 час или полтора часа. Запись сообщества, опубликованная 4 марта («Если кто-то отдалился от вас, не печальтесь. Возможно это ответ Бога на вашу молитву: "Но избави нас от лукавого!"») набрала наибольшее количество лайков 1708, репостов 371, просмотров 25 тысяч за месяц. Учитывая тот факт, что среднее количество лайков в месяц 450, репостов 70, а просмотров 10 тысяч. Самое меньшее число отметок «мне нравится» получают большие тексты и стихотворения. Как и в предыдущей группе, у участников нет возможности писать комментарии.

Следующая группа по количеству подписчиков «Православие†». Большинство постов посвящено религиозной теме, в отличие от предыдущих сообществ. Среднее число постов в месяц 150, в день 5. Примечательна группа тем, что в ней публикуется много видео-постов, например выступления священнослужителей, видео молитвы, монологи священников и интервью, а также ссылки на скачивание православных фильмов и аудиозаписей. Так же в группе иногда публикуются просьбы о помощи и пожертвованиях. Несмотря на контент сообщества, можно судить о низкой вовлеченности аудитории группы к видео постам, они получают значительно меньшее количество лайков, чем запись в текстовом формате с изображением. Так же, как и в предыдущих сообществах записи группы нельзя комментировать. Самая популярная публикация «У Бога ни одна молитва не пропадает даром, ни одна молитва не остается без ответа. Наберись терпения и жди» (Архимандрит Андрей; 17 марта

2017). Отметку «мне нравится» поставили 1 237 человек, репостов 137, просмотров 22 тысячи. Среднее количество «мне нравится» в месяц 300, репостов 100, просмотров 10 тысяч.

Далее рассмотрим сразу два сообщества, занимающие 4 и 5 места в выборке. Мы объединили их по общему признаку, а именно, потому что эти сообщества еще и Православные интернет-издания, которые имеют свой собственный сайт, а также страницы в Facebook. Важно отметить, что проанализировав социальную сеть Facebook, по запросу «Православие» было найдено не так много сообществ, крупнейшими из них оказались как раз «Православие и мир» – 106 173 подписчика и «Православие.Ru» - 97 017 подписчиков. (см. Приложения 4)

В «ВКонтакте», «Православие.Ru» - 146 122 подписчика, а в сообществе «Православие и мир» -130 686. У данных изданий настроена автоматическая выгрузка материалов с сайта в социальные сети и информация дублируется, поэтому нет смысла рассматривать эти сети отдельно. Проанализировав эти два сообщества, мы определили основную тематику публикаций. Большинство постов посвящено религии, церковным новостям, религиозным праздникам чуть меньше посвящено нравственной теме. Также в сообществах примерно дважды в день появляются публикации о благотворительности о помощи больным детям. В сообществе «Православие и мир» более 50-ти постов в месяц посвящены благотворительной теме. Кроме того, мы изучили среднее количество публикаций в месяц, количество лайков, репостов и комментариев. Было выявлено, что самые комментируемые новости посвящены новостям церковной жизни, например новость о передаче Исаакиевского собора. Далее рассмотрим сообщество «†ПОСТНАЯ ТРАПЕЗА. ВЕЛИКИЙ ПОСТ. РЕЦЕПТЫ†», в котором участвуют 112 372 человека. Кроме постных фото рецептов («Вафли постные. Фото-рецепт Елены Лисовец...») и меню постных блюд на день или неделю, которые появляются с периодичностью раз в два часа, в группе так же публикуются религиозные праздники и напоминания о днях Великого поста, например «Напоминание! Сегодня, 31 марта, В Пятницу

Вечером Будет Прочитан Акафист Пресвятой Богородицы. Это единственный день в Великом посту, когда по Уставу на службе положено чтение акафиста.», также молитвы. Среднее количество публикаций в месяц 330, лайков 215, репостов 90, комментариев 6.

Еще одно сообщество, входящее в выборку - «Православные шутят!». Все публикации сообщества можно поделить на две основные темы: религиозная и юмористическая. Контент группы наполнен изображениями с подписью, либо на самом изображении либо сверху. В основном это шутки о Великом посте. За месяц было опубликовано 25 записей, среднее число лайков 2 000, репостов - 200, просмотров 30 тысяч.

Рассмотрим группу «ПРАВОСЛАВИЕ». В данном сообществе публикуются записи преимущественно за религиозную тему. Видеозаписи с участием батюшек, аудиозаписи хора, религиозные праздники и памятные дни в православном календаре, книги, духовные притчи, фотографии храмов и прочее. Редко можно встретить посты на нравственную тему или просьбы о пожертвованиях. Не смотря на большое количество участников в данной группе, прослеживается низкая заинтересованность подписчиков. Среднее количество лайков 100, репостов 70, просмотров 5 тысяч.

Последняя группа, входящая в наше исследование в социальной сети «ВКонтакте» – это «Православная психология». В группе публикуется примерно равное количество постов как на тему религии (270), так и на нравственную тему (235). Кроме того, среди записей сообщества в марте, можно встретить около 60-ти благотворительных постов, в том числе просьбы о помощи. Среднее количество лайков на одной публикации - 500, репостов около 70, просмотров около 7 тысяч.

Далее проанализируем православные сообщества в социальной сети «Одноклассники» и сделаем общие выводы.

По запросу «Православие» в социальной сети «Одноклассники» было найдено 2289 групп на 1.03.2017. Для анализа были выбраны самые многочисленные из них, чье количество участников превышает 100 тысяч

человек. Таких сообществ восемь, ниже рассмотрим каждое из них подробнее. В таблице 3 представлены все сообщества участвующие в выборке в порядке убывания.

Таблица 3 - Анализируемые Православные сообщества в «Одноклассники» и количество подписчиков каждого из них.

	Название сообщества	Количество подписчиков
1	« † Православные фильмы и молитвы на видео»	554 794
2	« † ВЕРА - мощная сила † »	389 220
3	«Православие. Вера, Надежда, Любовь»	332 318
4	«ПРЕСВЯТАЯ БОГОРОДИЦА»	274 158
5	«БАТЮШКА СЕРАФИМ САРОВСКИЙ И ЕГО ДИВЕЕВО»	244 657
6	«Группа † Слава Богу за всё † »	231 764
7	«ПРАВОСЛАВИЕ И МИР»	107 210
8	«Православие и жизнь»	101 098

« † Православные фильмы и молитвы на видео» – первое сообщество из 8 и самое многочисленное по количеству участников, число подписчиков превышает 556 тысяч. В группу ежедневно добавляется много информации. Здесь можно найти высказывания святых и старцев, молитвы и акафисты, православное видео, песни, проповеди, беседы со священниками, жития святых, чтение Евангелия с разъяснением, фильмы о православных чудесах и святых местах, православные мультфильмы и много другой православной информации, в данной группе нет рекламных постов. Самое многочисленное видео по количеству просмотров это «Социальный ролик против суицида подростков» (754 501 просмотр) было опубликовано 15 марта 2017 года, прокомментировали данное видео 169 человек, поделились 6 134 человека, отметку «Класс» поставили 37 351 человек (закрепленная запись).

Следующая группа, проанализированная нами « † ВЕРА – мощная сила † ». Группа наполнена видеозаписями на тему религии, например можно послушать Евангелие в видео формате, цитатами и фотографиями, также

можно встретить поздравления с религиозными праздниками и православный календарь. Публикации выставляются каждый час, в день 24. В среднем на одной публикации около 400 отметок «Класс», а делятся постами около 80 человек.

«Православие. Вера, Надежда, Любовь» – данная группа наполнена большим количеством публикаций на тему нравственности, много цитат, советов и изречений священнослужителей («Любовь – это не чувство. Любовь – это состояние воли. Любовь, как говорит апостол Павел, это совокупность совершенств. А совершенств, добродетелей невозможно достичь без волевых усилий...» Священник Даниил Сысоев). Все записи сообщества опубликованы в формате: изображение и подпись к нему. В день публикуется в среднем 5 новостей, количество отметок «Класс» к одному посту около 1000, делятся записью около 100 человек. Самые популярные записи-цитаты святых.

«ПРЕСВЯТАЯ БОГОРОДИЦА» – группа о Пресвятой Богородице, Её чудесах, иконах, праздниках в честь Неё и молитвах к Ней(из информации о сообществе в шапке группы). Пример записи на стене «Богородица – Мать всех христиан, и Она по-матерински неумолимо и нежно заботится о всех нас. По словам старца Силуана (Афонского), «любовью Своею Она объемлет весь мир, и в Духе Святом видит все народы на земле, и подобно Сыну Своему, всех жалеет и милует» Игуменья Домника (Коробейникова). Кроме того, в группе публикуются записи о религиозных праздниках. Примечательно, что участники данной группы могут самостоятельно опубликовывать записи на стену группы, но из-за этого просчитать среднее количество постов в день становится маловероятным.

Далее рассмотрим группу, в которой около 250 тысяч подписчиков-«БАТЮШКА СЕРАФИМ САРОВСКИЙ И ЕГО ДИВЕЕВО». Здесь, как и в предыдущей группе, которую мы анализировали, участники группы сами выставляют публикации на стену, в основном это картинки, изображения святых или фото храмов. Иногда участники сообщества делают репосты из других православных групп и публикуют на стене данного сообщества.

Встречаются поздравления с религиозными праздниками и просьбы о помощи, иногда встречаются публикации на тему нравственности. Приблизительное количество поделившихся одной записью, около 20, отметку «Класс» ставят примерно 100 человек на одну запись.

Важно уделить внимание еще одному сообществу «Группа † Слава Богу за всё †». В данном сообществе около 232 тысяч подписчиков, но к сожалению, это закрытая группа и для доступа к записям сообщества необходимо отправить запрос. Это первая группа, из проанализированных нами, с ограниченным доступом. На наш взгляд, закрытые сообщества являются эффективным маркетинговым инструментом в тех случаях, когда требуется четкое деление аудитории и выстраивание различных подходов к коммуникации с каждой из групп, но не в случае с РПЦ.

Еще одно сообщество, входящее в выборку - «Православие и мир» с количеством участников 107 тысяч. Несмотря на название группы, она не имеет никакого отношения к известному православному интернет-изданию, которое мы анализировали ранее. Основную часть публикаций составляют посты с изображениями религиозной тематики, участники группы самостоятельно могут опубликовывать записи, иногда это поздравления с православными праздниками, чаще цитаты. Среднее количество поделившихся одной записью составляет 20 человек, среднее количество участников поставивших отметку «Класс» к одной публикации - 150.

Последняя группа, которую мы проанализировали «Православие и жизнь», количество подписчиков 101 тысяча человек. В разделе информации о группе, написано следующее: «О жизни церкви. Мудрые высказывания Святых отцов, очень много полезной и важной информации для души. Мы рады видеть пришедших сюда с миром, открывших для себя Истину в православном христианстве, тех, кто в этом поиске ещё находится, и всех искренне симпатизирующих православию». У сообщества также есть страница в социальной сети «ВКонтакте», но там количество подписчиков не превышает

400 человек. Большинство постов это цитаты, стихотворения, поздравления с церковными праздниками, иногда встречаются видеозаписи. Направленность публикаций: религиозная и нравственная, примерно в равном соотношении. Среднее количество поделившихся одной записью около 30, отметку «Класс» ставят приблизительно 200 человек.

Интересно, что ни в одной из рассмотренных групп в социальной сети «Одноклассники» не публикуются новости церковной жизни и не освещаются общественно-значимые события. Только в одной из рассмотренных групп встречается видео ролик об общественно значимой проблеме, а именно о подростковых самоубийствах («† Православные фильмы и молитвы на видео»). С большой вероятностью можно утверждать, что это связано с аудиторией социальной сети, которая по своим социально-демографическим признакам отличается от других исследуемых нами.

Все представленные в выборке сообщества можно разделить на три группы по признаку содержания: общеправославного контента, краткого контента, тематические сообщества.

Первую группу обозначим как группу общеправославного контента. Это сообщества в несколько сотен тысяч человек, обсуждающие различные православные темы. Из нашей выборки к ним относятся сообщества «Православие.Ru», «Православие и мир», важно отметить, что публикации дублируются в Facebook и связаны с действующими православными интернет-журналами. В эту же группу могут входить крупные сообщества, не связанные с каким-либо сайтом. Общие темы практически у всех сообществ общеправославного контента – это поздравления с церковными праздниками и разъяснение их значения. Эти темы являются одинаково значимыми не только в группе сообществ общеправославного контента, но и во всех других группах. Также важной темой для сообществ общеправославного контента являются новости церковной жизни. В сообществе «Православие.Ru» можно прочитать новости не только Русской Православной Церкви, но и других Православных Церквей. Также обращает на себя внимание то, что в крупнейших сообществах

данной группы («Православие и мир», «Православие.Ru») присутствует не только религиозная, но и общественно-политическая проблематика. При этом общественно-политические темы освещаются с православных позиций. «Русская Православная Церковь за рубежом призвала убрать тело Ленина с Красной площади», «Владимир Путин наградил Наину Ельцину орденом Святой великомученицы Екатерины» («Православие и мир»). Интересно и освещение международной повестки дня с православной точки зрения: «В Ливане прошло арабско-славянское богослужение», «Священный Синод постановил включить в месяцеслов имена нескольких святых, подвизавшихся в Центральной и Западной Европе до 1054 года, в западных странах.», «Отец Арсений поблагодарил митрополита Георгия за внимание к нуждам Бейрутского подворья Московского Патриархата, в частности за благословение на безвозмездное выделение участка земли под строительство русского кладбища вблизи монастыря Нурие, расположенного на канонической территории митрополии Гор Ливанских» («Православие.Ru»).

Ко второй группе относятся сообщества краткого контента. В качестве основного наполнения они используют цитаты святых отцов и современных церковных деятелей, притчи, краткие поучительные истории. Представителями данной группы являются сообщества в социальной сети «ВКонтакте»: «Православие†», «Верую†Православие», «Доброе слово. Православие», «ПРАВОСЛАВИЕ», а также все проанализированные группы в «Одноклассниках», кроме «ПРЕСВЯТАЯ БОГОРОДИЦА». Больше всего представителей нашей аудитории находится именно в данной группе (кроме «ПРАВОСЛАВИЕ» в «ВКонтакте»). Это неудивительно, поскольку сегодня одна из тенденций развития коммуникации в социальных сетях состоит в том, что аудитория больше тяготеет к коротким и сверхкоротким заметкам (твиттер-формат). В нашем случае это цитаты, высказывания и картинка, краткие притчи и истории. Безусловным лидером в этой группе является сообщество «Верую†Православие», которое насчитывает более 1 миллиона 100 тысяч участников (по состоянию на апрель 2017 года). Данное сообщество

наиболее активно влияет на своих участников и, тем самым, привлекает новую аудиторию – по состоянию на январь 2017 года его аудитория составляет 950 000 человек, а на апрель 2017 г. – 1 100 000 человек, то есть за 3 месяца число участников сообщества выросло на 150 000 тысяч человек. Общая для всех православных сообществ данной группы тема – цитаты святых отцов и современных церковных деятелей, посвященные, преимущественно, духовной жизни: «Если вы знаете за человеком, что он постоянно осуждает других, сердится, сплетничает, - сторонитесь его. Потому что как невозможно среди сплошной смолы не испачкаться, так невозможно не перепачкаться духовно среди людей, которые порицают и злословят ближних. Протоиерей Сергей Филимонов», «Как сохранять душевный мир, если кругом суета? – Постоянно молитесь. Душевный мир – это не отсутствие войны в душе, а присутствие Бога. Игумен Ватопедского монастыря архимандрит Ефрем» («Верую†Православие»). В сообществе «Православие†», помимо уже упомянутых цитат святых отцов, часто встречаются высказывания современных церковных деятелей (причем, не только священнослужителей, но и известных мирян, например, Петра Мамонова («Целая жизнь дана, чтобы душу изменить», «Для меня Господь – это постоянная радость Его присутствия. Я хочу жить так, мне так очень хорошо – крепко, плотно, сильно... А если я в грехе, то сразу чувствую – я один, этот день прожит мимо. Схема очень проста: с Богом – жизнь, без Бога – смерть» (Пётр Мамонов) и видео с интервью Федора Емельяненко, а также различные притчи и поучительные истории – в более расширенном формате, чем в сообществе «Верую†Православие». В сообществе «ПРАВОСЛАВИЕ» также распространен формат притч, однако в нем есть и рассказы о церковном календаре, фильмы, подробно рассказывающие о православном вероучении и трудах святых отцов, и даже православные мультфильмы духовно- нравственного содержания для детей («Сегодня в православном календаре: 31 марта. Седмица 5-я Великого поста. Глас 7. Великий пост. Монастырский устав: сухоядение (хлеб, овощи, фрукты). Евангельские чтения: На 6-м часе: Ис. XLV, 11-17. На веч.: Быт.

XXII, 1-18. Притч. XVII, 17 - XVIII, 5. Литургия Преждеосвященных Даров. На утрене субботы (обычно в пятницу вечером) поется акафист Пресвятой Богородице».)

Третья группа – тематические сообщества. К ним относятся: «Православная психология», «Православные шутят!», «†ПОСТНАЯ ТРАПЕЗА. ВЕЛИКИЙ ПОСТ. РЕЦЕПТЫ†», а также «Батюшка-онлайн» (2.1.), «ПРЕСВЯТАЯ БОГОРОДИЦА» («Одноклассники»). В тематических сообществах состоит 25,8% всей аудитории православных сообществ «ВКонтакте»⁹¹.

Несмотря на все разнообразие сообществ, представленных в тематических группах, можно выделить две основные темы, которые так или иначе встречаются во всех сообществах. Это – православная семья (здесь большое разнообразие заметок – от православных знакомств до воспитания детей и внуков) и просьбы о помощи кому-либо. Тема православной семьи подается в разных сообществах по-разному: в виде притч – «Притча о вере и неверии», «Притча любви и дружке» («Православная психология»); советов священников – «Верующая благочестивая женщина, которая стремится к святости, излучает свет и любовь, привлекая внимание своей духовной красотой и добрым всепрощающим сердцем. Таких мужчин готовы любить вечно!» («Батюшка-онлайн»).

В группе «Православные шутят!» большинство постов юмористических и посвящено Великому посту, чаще всего это картинки с подписью. В еще одном тематическом сообществе, «†ПОСТНАЯ ТРАПЕЗА. ВЕЛИКИЙ ПОСТ. РЕЦЕПТЫ†» несколько раз в день выставляют фото- рецепты постных блюд «Пироги к празднику. В этот воскресный день совершается память преподобного Иоанна Лествичника и по традиции пекут пироги и печенье в виде лесенок», а также молитвы и советы «10 важных дел, которые надо успеть сделать до окончания Великого поста».

⁹¹ Писаревский В. Г. Православные сообщества в пространстве интернет-ресурсов и их влияние на социальные сети: диссертация ... кандидата социологических наук: 22.00.04. Москва, 2016. 224 с.

Интересный факт: влияние одного из тематических православных сообществ – «Батюшка-онлайн» на пользователей «ВКонтакте» уже обсуждается на страницах печатных церковных СМИ, например, в «Журнале Московской Патриархии».

Отличительной особенностью православных сообществ в группе тематического контента является большее, чем во всех других группах православных сообществ, количество различных инициатив, акций и т. д.

Для полноты исследования мы также проанализировали православные аккаунты в Instagram – приложении для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей, и в Twitter- социальной сети для публичного обмена короткими сообщениями. Публикация коротких заметок в формате блога получила название «микроблогинг».

Основываясь на выборке исследования, можно сделать заключение, что только один аккаунт подходит для анализа в Instagram- это проект «Батюшка-онлайн» («batyushkaonline»), количество подписчиков сообщества превышает 173 тысячи. Но мы также рассмотрели еще один аккаунт «Православное обозрение» («pravoslavnoe_ozobrenie»), число подписчиков которого достигает около 90 тысяч. Все рассмотренные нами публикации за 1 месяц (с 1.03.17 по 1.04.17) представлены в формате видео или изображений с подписью.

В профиле проекта «Батюшка-онлайн» в большинстве постов используется неформальная речь, смайлы, хэштэги. Проект активно продвигается в сети, за счет доступного формата и различных рубрик (например: #спрашиваютзвезды, #батюшкаонлайнкачает). В профиле проекта также обсуждаются общественно значимые проблемы, семейный ценности, нравственные проблемы (13 марта было опубликовано 2 поста о Диане Шурыгиной — 17-летней девушке, ставшей жертвой изнасилования весной 2016 года), новости церковной жизни, анонсы мероприятий проекта, православные праздники, советы по подготовке к причастию, рекламируются православные куклы для детей («Мирянка», «Сестренка», «Пасхальная»).

Среднее количество постов в день 7, отметок «мне нравится» 4000, до 882 комментариев (18 марта 2017 года).

Другое, выделенное нами сообщество «Православное обозрение» принципиально отличается, от рассмотренного выше. Наибольшее количество постов посвящено религии. Часто встречаются цитаты священнослужителей, освящаются религиозные праздники и дни памяти святых, иногда новости церковной жизни («Дорогие Братья и Сестры! В Троицкой Реконьской пустыни состоялось освящение Креста строящегося храма Св. Блж. Матроны Московской», молитвы. Все публикации представляют графические изображения. Среднее количество публикаций в день около 10, количество отметок «Мне нравится» 2100.

В социальной сети Twitter ни одно из аккаунтов не входит в выборку. Наибольшее количество подписчиков, 15 595 тысяч, у аккаунта информационного портала о православии и жизни общества «Православие и мир». Сообщества издания мы рассматривали в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook.

Основные выводы исследования можно сформулировать следующим образом.

Во-первых, интернет-исследования в социальных сетях представляют собой значительный научный интерес, который может быть реализован с помощью методологического аппарата новой отрасли социологического знания – цифровой социологии, где само содержание новизны определяется в основном цифровыми технологиями.

Во-вторых, в рамках эмпирического исследования было выявлено, что ценностные ориентации участников православных сообществ «ВКонтакте» в полной мере соответствуют традиционным ценностям. В отношении к жизни – это семья и дети, саморазвитие (понимаемое как духовное развитие личности) и совершенствование мира. В отношении к людям – доброта и честность, смелость и упорство, юмор и жизнелюбие.

Отдельно хотелось бы отметить, что Русская Православная Церковь запустила первый в России православный мессенджер «Правжизнь Telegram». Об этом 3 февраля 2017 года, заявили в Синодальном отделе по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ⁹². Пятью месяцами ранее, в октябре 2016 года в мессенджере Telegram был открыт информационный канал пресс-службы Патриарха Московского и всея Руси.

Функционал приложения «Правжизнь Telegram» дает пользователям возможность не только обмениваться мгновенными сообщениями, отправлять файлы и пересылать фото-, видео- и аудиоматериалы, но и подписываться на различные каналы, чтобы следить за событиями из жизни того или иного храма или монастыря.

С помощью «Правжизнь Telegram»⁹³, священнослужители могут «принимать просьбы о молитвенной помощи от прихожан» и «оперативно получать прошения о требах». Кроме того, с запуском приложения стало возможным собирать пожертвования, организовывать волонтеров, создавать каналы и делать рассылку по подписчикам.

По словам создателей приложения, теперь православные пользователи смогут поближе познакомиться друг с другом, найти новых друзей и знакомых, обсудить новости и оказать молитвенную или иную помощь верующим.

«Правжизнь Telegram» поддерживает восемь языков общения и доступна пользователям ПК и Android. Создание приложения благословил Патриарх Московский и всея Руси Кирилл. По словам авторов программы, она должна стать «важным звеном единой коммуникационной платформы» РПЦ и удовлетворить потребности верующих в «интерактивном общении и непрерывной связи прихожан с церковью». Поводом для создания мессенджера послужили запросы пользователей социальной сети «Елицы», в которой

⁹² В России заработал православный мессенджер на платформе Telegram [Электронный ресурс] // ИАР ТАСС. URL: <http://tass.ru/obschestvo/3994644> (дата обращения: 04.02.2017).

⁹³ Православные, объединяйтесь! Присоединяйтесь к простой и удобной социальной сети для православных верующих [Электронный ресурс] // Правжизнь Телеграмм. URL: <https://pravzhizn.ru/downloadmessenger> (дата обращения: 29.03.2017).

зарегистрировано более 100 тысяч пользователей, включая около тысячи священнослужителей.

Нельзя не отметить, что РПЦ представлена не только в социальных сетях и мессенджере Telegram, но и на видеохостинге YouTube. Патриарх Московский и всея Руси Кирилл благословил открытие собственного канала Русской православной церкви на видеохостинге YouTube. Презентация канала прошла 11 октября 2011 года в Храме Христа Спасителя в рамках четвертого международного фестиваля православных СМИ «Вера и слово».

Приветствие Патриарха размещено на канале клиента «russianchurch». «Мы делаем это только для того, чтобы приблизить к жизни современного, особенно молодого, человека слово божие, божественную мудрость, божественный закон, который является законом жизни»⁹⁴, - сказал Патриарх. Он также выразил надежду, что те, кто посмотрит видеоматериалы на канале РПЦ, «почувствуют интерес к жизни церкви». «Пусть благословение божие пребывает со всеми, кто откроет соответствующую страничку, и будет зрителем и пользователем представительства Русской Православной церкви в YouTube»⁹⁵, - подытожил Патриарх Кирилл.

На канале Православной церкви более 24 тысяч подписчиков и всего около 15 миллионов просмотров. Материалы канала делятся на разделы: «Все видео», «Все плейлисты», «Актуальное. 2017 год», «Проповеди. 2017 год», «Патриаршие богослужения. 2017 год», «Интервью», «Выступления. 2017 год», «Встречи. 2017 год», «Священный синод». Канал ежедневно пополняется новыми видеозаписями.

Кроме социальных медиа, в которых представлена РПЦ нам также удалось проанализировать православные интернет-телеканалы и интернет радиостанции. Основные данные приведены в таблице 7, 8 (см. Приложения).

⁹⁴ Патриарх Кирилл благословил открытие канала РПЦ на YouTube [Электронный ресурс] // Лента.ру. URL: <https://lenta.ru/news/2010/10/11/bless/> (дата обращения: 29.01.2017).

⁹⁵ Там же.

2.3. Рекомендации по улучшению PR РПЦ в Интернете

Благодаря новейшим технологиям Русская Православная Церковь активно присутствует в интернет пространстве. Сегодня большинство организаций, в том числе некоммерческих, не могут полноценно осуществлять свою деятельность, не присутствовав в онлайн-пространстве.

Очевидно, что коммуникациям в сети уделяется большое внимание. Существует множество официальных сайтов и групп «ВКонтакте», «Одноклассниках», Facebook, Twitter, Instagram на православную тематику. РПЦ ведет активную идеологическую и миссионерскую деятельность по средствам сети Интернет. Основная цель работы церкви с обществом заключается, в том числе, и в сохранении духовных и нравственных ценностей у нынешнего поколения. После проведения исследования православных сайтов, сообществ и аккаунтов в социальных сетях, нами были разработаны рекомендации по продвижению РПЦ в Интернете.

Для более успешного продвижения РПЦ во всемирной сети необходимо пересмотреть формы подачи материала. Проанализировав православные сообщества в социальных сетях, мы установили, что самые популярные записи и новости представляют собой короткие цитаты и тексты на нравственную тему с изображением. Религиозная тема чаще всего представлена в труднодоступном для восприятия формате. Для того чтобы православие стало действительно религией большинства, необходимо подавать информацию в более понятном и удобном формате. Отрывки из Библии не всегда доходчивы. Публикации с видео и аудиозаписями в большинстве случаев не популярны у подписчиков сообществ.

На наш взгляд, чтобы православные группы были более востребованы и интересны потенциальным посетителям, необходимо больше внимания уделять событиям современной жизни. Важно также давать комментарии по общественно значимым проблемам в жизни общества, высказывать позицию церкви и давать советы по решению этих проблем. В большинстве

православных групп новость о передаче Исаакиевского собора РПЦ, которая вызвала общественный резонанс и много критики, никак не комментировалась. Данная тема освещалась только на официальном сайте Московского Патриархата, на сайте Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ Русской Православной Церкви, в православных интернет-изданиях, на официальных сайтах некоторых епархий и, конечно, в новостях. Было бы разумно комментировать ситуацию и в православных сообществах, в которых состоят сотни тысяч участников. Церковь, на наш взгляд, должна принимать большее участие в общественной жизни и поддерживать население страны в трудные для нее периоды.

Также для продвижения РПЦ в социальных сетях стоит уменьшить частотность публикуемого материала, так как многие православные сообщества слишком часто выставляют записи на свою стену (каждые полчаса или час). Это может привести к обратному эффекту и люди начнут отписываться от сообществ, которые занимают всю новостную ленту, не освещая при этом важных событий для жизни общества. В книге Дамира Халилова «Маркетинг в социальных сетях»⁹⁶, которая считается бестселлером, даются советы для продвижения сообществ в «ВКонтакте». Например оптимальная частота обновлений один – пять раз в день-микроблог, один раз в день – фотоальбомы и видеозаписи, два новых обсуждения ежедневно.

Поэтому мы предлагаем многим сообществам определить формат и содержание публикаций и следовать этой структуре, например выставлять посты 5 раз в день: рано утром, позднее, в обед, по окончанию рабочего дня и в ночное время перед сном. Утренние записи могут содержать в себе мотивирующие цитаты или молитвы с графическими изображениями, позднее можно публиковать новости о религиозных праздниках или поздравления с православными праздниками. Публикации в обеденное время могут освещать новости страны и жизни общества с позиции РПЦ. Давать советы или

⁹⁶ Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях/ 2-е изд.-М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.- 240 с.

опубликовывать притчи духовно нравственного содержания логично в конце рабочего дня, когда уже можно расслабиться. А в ночное время уместно выкладывать цитаты или также как и утром-молитвы. Это позволило бы сформировать у участников сообщества привычку читать новости группы и ждать следующие публикации, также привлекло бы внимание потенциальных подписчиков, понравилось бы скорее всего не только глубоко религиозным, но и сомневающимся. Таким образом, у сообществ были бы свои запоминающиеся особенности, которые могли бы заинтересовать публику в социальных сетях.

В 2012 году Русская Православная Церковь и Министерство культуры Российской Федерации заключили соглашение в целях объединения усилий развития национальной культуры, духовно-нравственного воспитания россиян в традициях уважения к отечественной истории, укрепления межнационального мира и согласия⁹⁷. Это дает возможность церкви взаимодействовать с Министерством культуры, в том числе и в целях продвижения РПЦ в социальных сетях. У Православных групп есть возможность проводить конкурсы и акции для участников сообществ. Совместно с Министерством культуры в конкурсах и акциях можно разыгрывать билеты в музеи, театры, кино, на концерты, фестивали и другие развивающие мероприятия. Проведение конкурсов и акций, как правило, привлекает большое количество участников, которые, помимо всего прочего, распространяют конкурсный контент, что дает дополнительный приток аудитории в группу, вызывает интерес у общественности, повышает активность участников сообществ. Все это поспособствовало бы улучшению рейтинга церкви и Министерства культуры.

Во многих сообществах православного контента отключена функция комментировать записи, это делает Православную Церковь более закрытой. На наш взгляд, комментарии очень важны и могут передавать отношение

⁹⁷ Соглашение между Министерством культуры РФ и Русской Православной Церковью. Официальный сайт Московского Патриархата. [Электронный ресурс] // URL.: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2199116.html> (дата обращения: 15.04.2017).

общественности к тем или иным событиям, цитатам, православным праздникам и к церкви в целом. В трёх самых популярных сообществах «ВКонтакте», которые мы проанализировали нет возможности комментировать публикации, но в сообществах где эта функция включена большая часть комментариев положительного содержания. Благодаря мониторингу комментариев, можно было бы выявлять и стараться устранять недостатки в деятельности РПЦ по мнению подписчиков, а также формировать новые подходы для взаимодействия с группами общественности.

Отдельное внимание стоит обратить на молодежь. Существует Синодальный отдел по делам молодежи РПЦ, но в социальных сетях нет популярных православных сообществ посвященных работе с этой группой общественности. Русская Православная Церковь должна более внимательно относиться к молодежи в социальных сетях и укреплять свой имидж в глазах молодого поколения. Необходимо доносить нравственные ориентиры, способствовать формированию правильных идей. Сегодня в Интернете огромное количество материалов, противоречащих нравственным ценностям, важно оказывать им сопротивление, приобщая людей к Православию. Для привлечения молодежи можно вовлекать в работу популярных блогеров и лидеров мнений, которые будут рассказывать о Русской Православной Церкви на своих аккаунтах и страницах в социальных сетях. Кроме того, стоит проводить опросы в школах и других учебных заведениях на тему Православной церкви, чтобы выявить отношение молодых людей к РПЦ. Также для церкви важно организовывать общественные мероприятия совместно с Министерством культуры в городах России, которые могли бы широко освещаться в Интернете.

На наш взгляд, было бы уместно взаимодействовать с блогерами не только для привлечения молодежи, но и других целевых групп. Мы видим возможным создавать православные и культурные проекты, например организовывать экскурсии «10 самых красивых церквей и храмов России» или «Соборы Санкт-Петербурга», где популярные блогеры смогут посещать

уникальные архитектурные сооружения вместе с деятелями церкви. Такая работа будет активно освещаться в сети Интернет, привлекать людей в церковь и улучшать имидж РПЦ. Финансовые затраты могут осуществляться за счет фандрайзинговых компаний или спонсоринга.

Проведя исследование деятельности РПЦ в социальных медиа, мы убедились, что большинство групп посвященных православию, в которых самое большое число участников, не являются официальными группами РПЦ. В официальной группе «Русская Православная Церковь» «ВКонтакте» меньше тысячи подписчиков. Таким образом, можно сделать вывод что неофициальные группы привлекают гораздо больше внимания. Мы считаем, что официальные православные сообщества должны активнее взаимодействовать с обществом. Возможно, сотрудничество между группами помогло бы решить эту проблему. Анонсирование в сторонних группах – один из способов увеличить аудиторию. Для того, чтобы в группах размещали ссылки или рекламировали православные сообщества, необходимо связываться с администраторами популярных пабликов, в которых мы хотим опубликовать информацию. Чаще всего размещение проводится на условиях абонентской платы, но в некоторых случаях и бесплатно.

В качестве продвижения РПЦ использует не все возможные средства, предоставленные Интернетом. Это стало известно в результате анализа деятельности церкви. Самым популярным инструментом продвижения являются социальные сети, а также используются видеоролики на видеохостинге и в православных сообществах. Возможно, в качестве рекомендаций мы бы посоветовали использовать и другие инструменты, например: контекстную рекламу. Она действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает с тематикой рекламируемого целевой группе общественности, что повышает вероятность их отклика на рекламу. Также мы считаем, что использование баннерной рекламы в Интернете увеличило бы число заходов потенциальных посетителей на православные сайты и православные

сообщества. В качестве рекламируемой информации могли бы выступать официальные сайты РПЦ, приближающиеся православные праздники или важные новости церковной жизни.

Еще одним инструментом, который могут использовать для продвижения сайты РПЦ – это e-mail рассылка. Для этого на сайты РПЦ необходимо ввести форму, где посетитель сможет оставить адрес своей электронной почты и получать в дальнейшем уведомления о религиозных праздниках, новостях Русской Православной Церкви, выступлениях Патриарха, предстоящих мероприятиях и прочую информацию, которая может быть интересна православному человеку.

Известно, что на Русская Православная Церковь может являться целью информационной атаки. Поэтому, в качестве рекомендаций для РПЦ мы предлагаем продумать и запустить борьбу с информационными атаками, чтобы своевременно устранять негатив связанный с религиозной организацией. Для этого необходимо привлекать «медиа-адвокатов», людей и организации которые занимаются мониторингом упоминаний РПЦ в социальных сетях, в том числе негативных новостей и комментариев наносящих репутационный вред, и нейтрализуют эту информацию. Для решения этой задачи должны быть задействованы обученные люди и специализированные программные комплексы, которые смогут переубедить общественность, и минимизировать негатив.

Из семи функций PR НКО выделенных Игорем Цыкуновым, которые мы рассмотрели в параграфе 1.2., РПЦ выполняются все из них. Но особого внимания, на наш взгляд, заслуживает функция приобретения доверия, с которой Русская Православная Церковь не всегда справляется. Многих волнует экономическая деятельность церкви и вопрос куда уходят пожертвования. В сети Интернет даже ведутся расследования на эту тему. Таким образом, в качестве рекомендаций мы предлагаем РПЦ опубликовывать на официальных сайтах в открытом доступе документы о доходах и расходах церкви.

Все перечисленные нами рекомендации могут способствовать более успешному взаимодействию церкви и общества в виртуальном пространстве.

Выводы по главе 2.

В качестве эффективного коммуникационного средства особую значимость для деятельности РПЦ приобретает Интернет, с его помощью РПЦ взаимодействует с другими сетевыми акторами, обозначает официальную позицию руководства Церкви по актуальным вопросам современной действительности, способствует сохранению «традиционных нравственных» ценностей, занимается миссионерской деятельностью.

Более того, посредством Интернета осуществляется взаимодействие различных структур Церкви с мирянами и со всем обществом в целом. Насчитывается огромное количество сайтов церквей, храмов, епархий, отделов. Православные сообщества встречаются во всех популярных социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Twitter, Facebook, Instagram, у Русской Православной Церкви есть канал на видеохостинге YouTube. Количество участников групп в социальных сетях составляет в среднем по несколько тысяч человек, но есть группы и с несколькими сотнями тысяч участников, в самой многочисленной группе «ВКонтакте» более миллиона участников. Мы анализировали сообщества, с числом участников более 100 тысяч, в «ВКонтакте» таких групп 9, в «Одноклассниках» - 8, в Facebook и Instagram 1. Организаторами православных групп выступают как священнослужители, так и обычные пользователи Интернета. Большинство рассмотренных нами групп, не являются официальными группами РПЦ. Но некоторые православные проекты получили одобрение Патриарха Кирилла.

Один из таких проектов «Батюшка-онлайн». Основная мысль проекта заключается в том, что батюшки из разных городов и стран отвечают на вопросы пользователей. Миссия проекта рассказывать о вере в доступном и интересном формате. В рамках проекта существует благотворительный фонд,

который осуществляет такие направления деятельности: экскурсии в храмах и паломнические поездки для ребят из детдомов, дошколят, школьников и студентов, съемки проекта «Батюшка онлайн детям: видео-версия», в которой самые известные батюшки проекта отвечают на вопросы малышей, также при поддержке Министерства образования самые известные священники и архиереи отвечают на вопросы учащихся в школах и ведущих ВУЗах страны, ведется работа над изданием книг по материалам проекта. Проект был отмечен Патриархом Кириллом.

Проанализировав публикации на официальных сайтах РПЦ и личные страницы священнослужителей, можно сделать вывод, что сегодня Русская Православная церковь активно участвует в жизни общества в online пространстве благодаря пересмотру форм и методов работы.

Русская Православная Церковь, используя возможности коммуникаций, предоставляемые законодательством Российской Федерации, активно участвует в общественной и государственной жизни страны. РПЦ претендует на роль посредника в общении верующих граждан и власти, что следует из ее моральных принципов и позиций, выработанных в последние годы. Возглавив борьбу за нравственность, Русская Православная Церковь применяет большинство предоставленных ей возможностей, используя Интернет, но в ходе работы мы выяснили, что РПЦ могла бы более эффективно использовать средства сетевого взаимодействия.

Заключение

Неотъемлемым средством продвижения большинства организаций в современном социуме является Интернет. PR в Интернете – это комплекс online мероприятий, как правило, являющихся частью общей PR-кампании, направленных на оценку, поддержку и изменение информационной среды вокруг организации в Интернете.

Сегодня большинство организаций, в том числе и некоммерческие, представлены в Интернете для более успешного функционирования. К некоммерческим относятся религиозные объединения, а соответственно и Русская Православная Церковь.

Целью дипломной работы было исследование продвижения Русской Православной Церкви в сети Интернет.

Подводя итог исследованию, сформулируем основные выводы, сделанные в ходе работы.

Продвижение в сети Интернет осуществляется благодаря инструментам продвижения. В ходе работы мы выделили основные из них, к таким инструментам относятся:

- контекстная реклама;
- контент-маркетинг;
- баннерная и медийная реклама;
- почтовая e-mail рассылка;
- профессиональная SEO оптимизация;
- видеоролики;
- социальные сети.

Всеми этими инструментами пользуются большинство организаций.

Проанализировав PR некоммерческих организаций и их специфику, мы убедились что в некоммерческой сфере находят применение некоторые элементы комплекса продвижения продукта: связи с общественностью и

реклама. Несмотря на то, что НКО играют важнейшую роль в решении социальных и культурных проблем, они сталкиваются с некоторыми сложностями продвижения. В данной работе нам удалось выделить основные из них:

- недоверие со стороны общественности;
- неграмотность населения страны в этой области;
- недостаточное количество сторонников;
- поиск благотворителей и финансирование;
- неоднозначное отношение со СМИ;
- сложность определения оценки эффективности.

Особого внимания с точки зрения позиционирования заслуживают религиозные организации. Деятельность РПЦ на современном этапе развития российского общества направлена на популяризацию собственной деятельности, своих идей и ценностей. Участие РПЦ в решении проблем общественной дезинтеграции, преодолении социального напряжения, содействие взаимопониманию и сотрудничеству между людьми осуществляется посредством постоянного использования различных PR-инструментов как социальной коммуникации. Преодоление целого ряда актуальных социальных проблем и установление PR-диалога с международными организациями осуществляется Отделом внешних церковных связей Московского Патриархата. PR как социальная коммуникация также используются в качестве основного инструмента организации двухстороннего диалога и развития сотрудничества между РПЦ и традиционными нехристианскими религиями – исламом, буддизмом, иудаизмом. В формировании морально-нравственного сознания российского общества активно реализуется воспитательная функция, а также функция модератора, координатора взаимодействия субъектов социально-культурного и политического пространства в процессе решения актуальных социальных проблем. Основным инструментом деятельности РПЦ являются связи с

общественностью.

Проведя анализ деятельности Русской Православной Церкви в виртуальном пространстве, мы установили, что Интернет в качестве эффективного коммуникационного средства приобретает особую значимость. Всемирная сеть активно используется Православной Церковью. С помощью Интернета РПЦ на данном этапе развития:

- взаимодействует с другими сетевыми акторами;
- обозначает официальную позицию руководства Церкви по актуальным вопросам современной действительности;
- способствует сохранению «традиционных нравственных» ценностей;
- занимается миссионерской деятельностью.

Изучив множество православных информационных интернет-ресурсов в период с 1.03.2017 по 1.04.2017, мы пришли к заключению об основных темах публикаций. На официальных сайтах РПЦ общей направленности большинство публикаций посвящено новостям религии и церковным праздникам, иногда освещаются политические события, с точки зрения Православия. Также нами был выполнен структурный и тематический анализы официальных сайтов РПЦ. Все сайты имеют различную структуру и у них отсутствует стилистическое сходство.

Сравнительный анализ деятельности Православных сообществ в социальных сетях, количество участников которых превышает 100 тысяч человек показал, что большинство проанализированных нами сообществ публикуют материалы на религиозную или нравственную тему. В выборку вошли 9 сообществ в «ВКонтакте», 8 в «Одноклассниках», 1 сообщество в Facebook, 1 аккаунт в Instagram. Надо признать, что активность некоторых сообществ в социальных сетях в рассматриваемый период была более высокой, ввиду того что для всех православных верующих 27 февраля 2017 начался Великий пост.

Некоторые из рассмотренных нами проектов получили благословение Патриарха Кирилла. Один из них и самый популярный, это проект «Батюшка-онлайн». Проект рассказывает о вере в доступном и интересном формате. Основная цель – вести православную миссию в глобальной сети, оказывая сопротивление пропаганде греха, исповедуя истинные ценности и приобщая людей к Православию. Деятельность проекта осуществляется во всех популярных социальных сетях. Кроме того, в рамках проекта существует благотворительный фонд, который занимается различными направлениями деятельности (собственное издательство, под проект «Православие детям», «Батюшка-онлайн: Live-версия»). Также благословение Патриарха получил официальный канал Русской Православной Церкви на видеохостинге YouTube, создание первого Православного мессенджера «Правжизнь Telegram» и др. В ходе исследования мы также выяснили, что большинство самых многочисленных сообществ в социальных сетях, которые были нами проанализированы, не являются официальными группами РПЦ.

При очевидных успехах продвижения для сохранения положительных тенденций в отношениях Русской Православной Церкви с государством и обществом РПЦ следует еще более тщательно формировать свою информационную политику, формы и методы присутствия в Интернете, находясь в постоянном контакте с общественностью. В связи с этим мы разработали рекомендации по улучшению продвижения РПЦ в сети Интернет, которые могут способствовать более успешному взаимодействию церкви и общества в виртуальном пространстве.

Список использованных источников и литературы

1. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2009. - 219 с.
2. Ачкасова, В.А., Володина, Л.В. Связи с общественностью как социальная инженерия / В.А. Ачкасова, Л.В. Володина. - СПб.: Речь, 2005. - 336 с.
3. Баранов, Н.А. Взаимодействие церкви и государства в современной России / Н.А. Баранов // Человек. Сообщество. Управление. - 2009. - №4. - С. 97-108.
4. Баранов, Н.А. Русская православная церковь: ресурсы и политические возможности / Н.А. Баранов // Теодицея. Альманах. - 2012. - №2. - С. 75-82.
5. БАТЮШКА СЕРАФИМ САРОВСКИЙ И ЕГО ДИВЕЕВО : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/sv.serafim>.
6. Батюшка-онлайн : страница в соц. сетях [Электронный ресурс] // Инстаграм. - Режим доступа: <https://www.instagram.com/batyushkaonline/>
7. Большакова, З.Г. Взаимодействие Русской Православной церкви и СМИ на региональном и федеральном уровне [Электронный ресурс] / З.Г. Большакова // Медиаскоп. - 2011. - № 4. - Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/967#11>.
8. Большой толковый социологический словарь. Т. 1-2 / Пер. с англ. - М.: Вече АСТ, 2014. - 986 с.
9. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие / Б.Л. Борисов. - М., 2014. - 624 с.
10. Бородина, И. Некоммерческий PR в коммерческих целях / И. Бородина // Маркетолог. - 2000. - №10. - С. 11-16.
11. ВЕРА - мощная сила ☩ : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/veramoshch>.
12. Верую † Православие : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: https://vk.com/pravoslavnie_hristiane.
13. Всероссийский интернет-портал «Батюшка онлайн» [Электронный ресурс]

// Официальный сайт. - Режим доступа: <http://batyushka-online.ru>.

14. Вьюгов, А.И., Кривоносов, С.С. Особенности организации и проведения PR-коммуникаций для некоммерческих молодежных организаций (НКО) [Электронный ресурс] / А.И. Вьюгов, С.С. Кривоносов, // Российский новый университет. - Режим доступа: http://www.rosnou.ru/pub...science...-NIR/gt/Vyugov_Krivososov.doc

15. Гридина, В.В. Религиоведческие знания в подготовке будущих PR-специалистов / В.В. Гридина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2012. - № 1. - С. 49.

16. Группа † Слава Богу за всё † : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/slavaboguz>.

17. Доброе слово •Православие• : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: <https://vk.com/slovodobroe>.

18. Добрускин, М.Е. О социальных функциях церкви: (на материалах русской православной церкви) / М.Е. Добрускин // Социологические исследования. - 2002. - № 4. - С. 76-85.

19. Емельяненко, В.Д., Александрова, Н.В. Интернет и мировоззренческие основания религиозного сознания / В.Д. Емельяненко, Н.В. Александрова // Альманах современной науки и образования. - 2015. - № 2 (92). - С. 28-33.

20. Ермакова, М. Репрезентация РПЦ в виртуальном пространстве (на основе сравнений с репрезентацией Англиканской церкви) / М. Ермакова // Известия Тульского Государственного Университета. Гуманитарные науки. - 2013. - С. 182-189.

21. Ермакова, М.В. Использование интернет-коммуникаций Святым Престолом и Русской Православной Церковью / М.В. Ермакова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. - 2014. - №1. - С. 91-100.

22. Желновакова, М.Ф. Особенности осуществления PR-взаимодействия между религиозными организациями и обществом / М.Ф. Желновакова // Реклама и PR в России : современное состояние и перспективы развития :

материалы X Всероссийской научно-практической конференции, 12 февраля 2013 года / С.-Петербург. гуманитар. ун-т профсоюзов; [отв. ред.: Л. И. Харченкова, М. В. Лукьянчикова]. - Санкт-Петербург: Издательство СПбГУП, 2013. - 173 с. - С. 145-147.

23. Звоновский, В.Б., Соловьева, Ю.В. Информационный фактор отношения к РПЦ / В.Б. Звоновский, Ю.В. Соловьева // *Primo Aspectu*. - 2016. - № 2 (26). - С. 36-53.

24. Зыкова, Н.А. Технологии связей с общественностью в религиозных организациях [Электронный ресурс] / Н.А. Зыкова // Научная электронная библиотека. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=21170639>.

25. Иванов, А.М. Русская Православная Церковь в контексте основных прав человека и гражданина в современной России / А.М. Иванов // *Известия вузов. Правоведение*. - 2008. - № 4. - С. 19-35.

26. Интернет-улов : ответы священника на вопросы в социальных сетях / Сост. игумен Лука (Степанов). - Изд. 1-е. - Рязань: Рязанская обл. тип., 2014. - 109 с.

27. Казьмина, О.Е. Проблема прозелитизма и формирование новой религиозной ситуации в России / О.Е. Казьмина // *Вестник Московского университета. Сер. 8. История*. - 2007. - № 6. - С. 70-82.

28. Карпушкин, А.В. Конституционно-правовые аспекты религиозной толерантности во взаимоотношениях государства с религиозными объединениями / А.В. Карпушкин // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*. - 2008. - № 4(8). - С. 91-95.

29. Каршева, Н.А. Культура интерактивной коммуникации в интернет-СМИ (на примере комментариев к публикациям по православной тематике) / Н.А. Каршева // *Медиаисследования*. - 2015. - № 2. - С. 184-192.

30. Катлип, С., Сентер, А., Брум, Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика: учебное пособие / С. Катлип, А. Сентер, Г. Брум. - 8 - е изд.: пер. с англ. Изд. дом Вильямс, 2011. - С. 45.

31. Катлип, С.М., Сентер, А.Х., Брум, Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и

- практика / С.М. Катлип, А.Х. Сентер, Г.М. Брум. - М., 2001. - 564 с.
32. Кирилл (Гундяев), митр. Возрождение православия и обновление России / митр. Кирилл // Журнал Московской Патриархии. - 1993. - № 9. - С. 67-71.
33. Кирилл (Гундяев), митр. Церковь в отношении к обществу в условиях перестройки / митр. Кирилл // Журнал Московской Патриархии. - 1990. - №2. - С. 33-37.
34. Кирилл (Гундяев), митр. Церковь и общество в свете Основ социальной концепции Русской Православной Церкви / митр. Кирилл // Церковь и время. - 2002. - № 2(19). - С. 15-19.
35. Кострикин, А.В. Молодежные общественные объединения как социальный институт / А.В. Кострикин // Молодежь - будущее цивилизации. Сборник материалов международной конференции. - СПб., 2007. - 421 с.
36. Костюк, К.Н. Возникновение социальной доктрины Русской православной церкви / К.Н. Костюк // Общественные науки и современность. - 2001. - № 6. - С. 114-131.
37. Кривоносов, А.Д., Филатова, О.Г., Шишкина, М.А. Основы теории связей с общественностью / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. - М.: Питер, 2011. - С. 384
38. Кузнецов, П.А. Социальная реклама: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 030602 "Связи с общественностью" / П.А. Кузнецов. - Москва: ЮНИТИ, 2010. - 175 с.
39. Кырлежев, А. Церковь и мир в социальной концепции Русской Православной Церкви / А. Кырлежев // Русская мысль. - 2000. - № 4334. - С. 56-59.
40. Лаза, В. Православие в мире новейших информационных технологий / В. Лаза // Вестник Государственного лингвистического университета
Издательство: Редакция научного журнала "Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета" (Пятигорск). - 2012. - № 4. - С. 320-328.

41. Липич, О. РПЦ и ООН начнут взаимодействовать в социальной сфере [Электронный ресурс] / О. Липич // РИА Новости. - Режим доступа: <http://www.rian.ru/society/20091126/195538375.html>.
42. Лученко, К.В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.01.10 [Электронный ресурс] / К.В. Лученко. - Москва, 2009. - 22 с. // Электронная библиотека диссертаций. - Режим доступа: www.dissercat.com/content/internet-v-informatsionno-kommunikatsionnoi-deyatelnosti-religioznykh-organizatsii-rossii#ixzz2fE2XzoBF.
43. Маленков, В.В. Государство и православная церковь в России : монография / В.В. Меленков. - Москва: Спутник+, 2013. - 121 с.
44. Методические рекомендации по решению проблем организации работы с молодежью на приходе: итоговые материалы работы секции «Организация работы с молодежью на приходе: начало и развитие» конференции Санкт-Петербургской Митрополии Русской Православной Церкви «Работа с молодежью 2014», 21 декабря 2014 г. / Под редакцией А.В. Розмыслова; Отдел по делам молодежи Санкт-Петербургской епархии РПЦ (МП). - СПб.: 2015.
45. Михальченко, В.Л. Особенности связей с общественностью в конфессиональной среде (на материале деятельности Русской православной церкви) [Электронный ресурс] / В.Л. Михальченко // Медиаскоп. - 2011. - №1. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/723>.
46. Мчедлов, М.П. Проблемы толерантности в постсоветской России / М.П. Мчедлов // Философские науки. - 2002. - № 4. - С. 64-70.
47. Наумов, С. Церковь и государство: история и современность / С. Наумов // Государственная служба. - 2004. - № 3. - С. 119-123.
48. О вопросах внутренней жизни и внешней деятельности Русской Православной церкви: определение Архиерейского Собора [Электронный ресурс] // Церковь и время. - 2008. - № 3(44). - Режим доступа: <http://www.mospat.ru/churchtime/churchtime44.pdf>.
49. Основы конституционного строя [Электронный ресурс] / Совет Федерации

// Справочно-правовая система Гарант. - Режим доступа:
<http://graph.garant.ru:8080/SESSION/PILOT/main.htm>.

50. Официальный канал РПЦ на видеохостинге [Электронный ресурс] // Youtube. - Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/russianchurch>.

51. Официальный сайт Московского Патриарха [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/52719.html>.

52. Патриарх Кирилл: миссия Церкви должна быть широко распространена в интернет-пространстве [Электронный ресурс] // Интерфакс - религия. - Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru/?act=news&div=49867>.

53. Писаревский, В. Социологический анализ интернет-сообщества «Православие и Мир» в социальной сети «ВКонтакте» / В. Писаревский. - Краснодар: «Издательский дом «ХОРС», 2013.

54. Позиция Русской Православной Церкви по актуальным проблемам экологии [Электронный ресурс] // Официальный сайт Московского Патриархата. - Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2775125.html>.

55. ПОСТНАЯ ТРАПЕЗА. ВЕЛИКИЙ ПОСТ. РЕЦЕПТЫ† : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: https://vk.com/p_trapeza.

56. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшенз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук, Ваклер, 2007. - С. 34.

57. Православие : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: <https://vk.com/pravoclavie>.

58. Православие † : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: <https://vk.com/public26919587>.

59. Православие и жизнь : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/ozhiznitse>.

60. Православие и мир : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Facebook. - Режим доступа: <https://www.facebook.com/pravmir/?fref=ts>.

61. ПРАВОСЛАВИЕ И МИР : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/pravmir>.

62. Православие и мир : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: <https://vk.com/pravmir>.
63. Православие. Вера, Надежда, Любовь : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/pravoslavnie>
64. Православие.Ru : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Fассеbook. - Режим доступа: <https://www.facebook.com/pravoslavie/?fref=ts>.
65. Православие.Ru : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: https://vk.com/pravoslavie_ru.
66. Православная психология : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: <https://vk.com/orthodoxpsiholog>.
67. Православное обозрение : страница в соц. сетях [Электронный ресурс] // Инстаграм. - Режим доступа: https://www.instagram.com/pravoslavnoe_ozobrenie/
68. Православные фильмы и молитвы на видео : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/-vgruppes>.
69. Православные шутят! : группа в соц.сетях [Электронный ресурс] // Вконтакте. - Режим доступа: https://vk.com/orthodox_smile.
70. Православные, объединяйтесь! Присоединяйтесь к простой и удобной социальной сети для православных верующих [Электронный ресурс] // Правжизнь Телеграмм. - Режим доступа: <https://pravzhizn.ru/downloadmessenger>.
71. ПРЕСВЯТАЯ БОГОРОДИЦА : группа в соц. сетях [Электронный ресурс] // Одноклассники. - Режим доступа: <https://ok.ru/bogoroditsa>.
72. Путилкин, П.А. Взаимодействие права и религии в регулировании общественных отношений / П.А. Путилки // Право и государство: теория и практика. - 2010. - № 8. - С. 9-12.
73. Религии и СМИ : материалы круглого стола, 15 ноября 2011 года / Нижегородский гос. лингвистический ун-т им. Н. И Добролюбова, Нижегородский гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского, Нижегородская гос.

сельхозакад., Общероссийская организация содействия защите свободы совести. - Москва: Медина; Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2012. - 210 с.

74. Рубина, Я. РПЦ будет продвигать себя в социальных сетях с помощью блогеров [Электронный ресурс] / Я. Рубина // Санкт-Петербург.Ру. - Режим доступа: <http://saint-petersburg.ru/m/society/rubina/355700/>.

75. Русская Православная Церковь в советское время (1917-1991): пер. с нем. Кн. 1. / Сост. Г. Штриккер. - М. ПроPILEI, 1995. - 399 с.

76. Свистунов, М.Н. О влиянии Русской Православной Церкви на формирование основ русской цивилизации / М.Н. Свистунов // Социально-гуманитарные знания. - 2004. - № 1. - С. 252-261.

77. Синодальный отдел по делам молодежи [Электронный ресурс] // Официальный сайт. - Режим доступа: <http://sinodmrpc.ru/>.

78. Собрание документов Русской Православной Церкви. Т. 2, ч. 1: Деятельность Русской Православной Церкви. - М.: Издательство Московской Патриархии Русской Православной Церкви, 2014. - 656 с.

79. Тарасевич, И.А. Конституционно-правовой статус Русской Православной Церкви в Российской Федерации / И.А. Тарасевич // Конституционное и муниципальное право. - 2006. - № 10. - С. 11-18.

80. Тюрин, А.И. Конституционное право военнослужащих на свободу вероисповедания: проблемы его реализации в войсках / А.И. Тюрин // Право в Вооруженных Силах; Воспитательная работа в военных организациях. - 2006. - № 1. - С. 110-112.

81. Устав Русской Православной церкви [Электронный ресурс] // Официальный сайт РПЦ. - Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/document/133114/>.

82. Устинова, О.А. Интернет как канал информирования о деятельности Русской Православной Церкви и ее социальном служении / О.А. Устинова // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия. - 2016. - № 1(4). - С. 16-20.

83. Филатова, О.Г. Технологии и методы PR-продвижения информационных

- ресурсов. Вводный курс: Учебное пособие / О.Г. Филатова. - СПб.: НИУ ИТМО, 2012. - 73 с.
84. Филиппов, Б. Церковь и государство / Б. Филиппов // Эксперт. - 2009. - № 4. - С. 21- 22.
85. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях/ Дамир Халилов.- 2-е изд.-М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.-240 с.
86. Холмогоров, Е. Застенчивая иерократия. Заметки на полях «Основ социальной концепции РПЦ» / Е. Холмогоров // Отечественные записки. - 2001. - № 1. - С. 4-11.
87. Худяков, С. Социокультурная динамика и консолидация российского общества [Электронный ресурс] / С. Худяков // Власть. - 2009. - № 3. - Режим доступа: <http://www.isras.ru/files/File/Vlast/2009/03/Sociokulturnaya%20dinamika.pdf>.
88. Церковь и общество в России на переломных этапах истории : Всероссийская научная историческая конференция Московской духовной академии "Церковь и общество в России на переломных этапах истории" [12-13 октября 2012 года] : сборник тезисов. - Сергиев Посад: Московская духовная акад., 2012. - 227 с.

Приложения

Таблица 2 - Основные числовые показатели в самых популярных православных сообществах «ВКонтакте» на 01.01.17 21:00

	Название сообщества	Количество подписчиков	Записи на стене	Фото	Аудио	Видео	Обсуждения
1	«Верую † Православие»	949 655	11 949	-	-	-	-
2	Доброе слово •Православие•	289 602	32 904	1601	242	24	4
3	Православие †	175 573	6 867	2 282	1914	2045	-
4	Православие.Ru	146 122	19 783	10 572	-	304	
5	«Православие и мир»	130 686	56 019	13 721	70	523	331
6	«†ПОСТНАЯ ТРАПЕЗА. ПРАВОСЛАВНЫЙ ПОСТ РЕЦЕПТЫ†	107 520	14 017	16 429	420	563	169
7	«Православные шутят!»	107 658	13 874	1 437	-	68	9
8	«Православие»	105 189	47 700	42 329	-	8 823	61

Таблица 3 - Основные числовые показатели в самых популярных православных сообществах «ВКонтакте» на 1.04.17 22: 20

	Название сообщества	Количество подписчиков	Записи на стене	Фото	Аудио	Видео	Обсуждения
1	«Верую † Православие»	1 096 901	17 223	-	2		
2	«Доброе слово •Православие•»	293 911	34 808	1 720	244	24	4
3	«Православие †»	182 504	6 979	2 311	1 963	-	-
4	«Православие.Ru»	150 407	20 836	10 619	123	344	-
5	«Православие и мир»	135 916	58 613	13 720	74	579	330
6	«†ПОСТНАЯ ТРАПЕЗА. ВЕЛИКИЙ ПОСТ. РЕЦЕПТЫ†»	112 372	15 167	16 742	427	1201	180
7	«Православные шутят!»	110 752	14 450	1 758	-	74	11
8	«Православие»	107 617	50 424	42 541	6 460	9 287	61
9	«Православная психология»	101 293	28 806	3 042	159	440	794

Таблица 4 - Примерные сведения по результатам исследования в социальной сети Facebook за период с 01.03.17 по 01.04.17

	Название сообщества	Количество подписчиков	Количество публикаций	Количество лайков	Количество репостов	Комментарии
1	«Православие и мир»	106 173	682	462	67	17
2	«Православие.Ru»	97 017	382	136	36	5

Таблица 5 - Православные Twitter –аккаунты на 01.04.17

	НАЗВАНИЕ	ТВИТЫ	ЧИТАЕМЫ Е	ЧИТАТЕЛ И (тыс.)	НРАВИТС Я	СПИСКИ
1	«Православие и мир»	40,8	41	15,5	3	-
2	«Православие (по всему миру)»	29,2	170	5 892	5	4
3	«Православие.Ru»	25,3	1	23	8	-
4	«Блог о Православии»	4 227	379	4 395	4 444	3
5	«Православие»	2 860	364	2 079	243	-
6	«Православие, цитаты»	1 862	794	5 019	-	7

Таблица 6 - Православные аккаунты в Instagram от 10 тысяч подписчиков на 01.04.2017

	Название	Количество публикаций	Подписчики (тыс.)	Количество публикаций	Отметки "Мне нравится"	Комментарии
1	pravoslavnoe_ozornie	7 710	86,6	304	2030	25
2	pravoslavnyaya_mysl	4 505	52,7	167	1510	15
3	pravoslavnyayobitel	4 200	43,5	184	1300	20
4	prav_rus_mir	5 973	33,3	300	1108	3
5	rpc.ru	475	29	33	1540	7
6	nashi_svyatini	1 355	27,3	188	1090	5

7	zhiteyskoe_more	1 418	24,7	102	920	20
8	orthodox_smile	1 225	18,8	150	1212	12
9	bolgar.pравoslavny	298	17,4	34	800	15
10	rpconline	411	17,4	1	1664	27
11	mosmolod	2 045	14,9	86	463	5
12	pdobro	1 721	10,2	123	437	2

Таблица 7 - Православные интернет-телеканалы и их направленность

	Название интернет-телеканала	Направленность
1	«Союз»	Первое в России конфессиональное СМИ. Отличительной чертой содержания программ телеканала является отсутствие коммерческой рекламы, а также любых политических оценок. Телеканал является православным по духу, но не чисто религиозным по содержанию СМИ. Это позитивное, семейное, домашнее телевидение, основанное на традиционных нравственных ценностях и традициях отечественной истории и культуры.
3	«Радость моя»	Детский семейный образовательный телеканал. «Радость моя» - так великий русский святой Серафим Саровский обращался к каждому человеку, приходившему к нему. Эти слова способны отразить не только внутреннее содержание телеканала, но и его основную задачу, возложенную на творческий коллектив: донести до зрительской аудитории Радость Любви, Радость Познания, Радость Творчества и Радость Общения.
4	«Радонеж»	Это позитивное, семейное, домашнее телевидение, основанное на традиционных нравственных ценностях и традициях отечественной истории и культуры. Телеканал освещает деятельность многих епархий Русской Православной Церкви не только в

		России, но и, расположенных на территориях некоторых стран СНГ.
5	«Спас»	Позиционирование телеканала в целом совпадает с общецерковной тенденцией по усилению социальной активности Русской православной церкви и углублению её конструктивного диалога с российским обществом. Основные темы вещания: документалистика, просветительские и образовательные программ

Таблица 8 - Православные интернет-радиостанции и их направленность

	Название интернет-радиостанции	Направленность
1	«ВЕРА»	В эфире только светлая музыка, а среди программ - рассказы о любви, детях и самых обычных жизненных радостях, а также церковный календарь, программы об истории, о воспитании детей и семейных ценностях.
2	«Радонеж»	Программы включают в себя беседы, лекции, дискуссии, открытый эфир, встречи со священноначалием, с ведущими представителями духовенства, церковной и гражданской науки, с общественными деятелями, новости, проповеди, музыкальные передачи, литературные композиции и многое другое.
3	«Благовест»	В эфире передачи, охватывающие практически весь спектр жизни: политику, экономику, социальные проблемы, образование, здравоохранение, культуру и искусство.
4	«Образ»	В эфире музыка, гости студии рассказывают о христианских ценностях, воспитании детей и многом другом, многочисленные аудиокниги и рассказы, детские радио спектакли и региональные новости. Эфир радио ориентирован на широкую аудиторию.

5	«Град Петров»	Радио имеет церковно и культурно-просветительскую направленность, рассказывает о сегодняшней жизни Церкви. Ежедневно в эфир выходят литературные, исторические, музыкальные программы, передачи для детей и молодежи.
6	«Благовестие»	Большую часть эфирного времени занимает музыка советских времен, преимущественно акустическая рок, поп, фолк и бардовская песня, а также новости, программы о православии и познавательные передачи.
7	«Воскресение»	В эфире можно услышать новости Русской Православной Церкви, жития святых и церковные праздники, духовные и народные песнопения, классика и хорошая эстрадная музыка.
8	«Православное Радио Санкт-Петербурга»	Вещание в Санкт-Петербурге с 1997 года с целью консолидировать усилия православных христиан Санкт-Петербурга. В Эфире часто можно услышать Евангельское чтение с толкованием, Передачи об Истории России, рассказы о литературе.
9	«Радио Благо»	В эфире духовная музыка, классическая музыка, чтение книг, радио-сказки, а также программы об истории Отечества. Радиостанция позиционирует себя, как первое некоммерческое радио в Коломне.
10	«Теос»	В эфире возможность поговорить о реальной жизни и серьезно, и с юмором, часто говорится о надежде во всех жизненных обстоятельствах и об альтернативах всему негативному, пессимистичному и безнадежному.