

**В. Л. Амельченков
(Серафим)**

*епископ Истринский,
доктор теологии, кандидат
исторических наук, Синодальный
отдел по делам молодежи РПЦ,
Российский государственный
социальный университет
E-mail: seraphim@list.ru*

ПРАВОСЛАВНАЯ КУЛЬТУРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Осуществлен функциональный, содержательный и формоорганизационный анализ продвижения православной культуры в информационном пространстве России, направленный на совершенствование данного процесса. Предмет исследования: процесс информационно-коммуникативной работы православной церкви по продвижению православной культуры в современной России. Статья опирается на контент-анализ теоретических источников по информационно-коммуникативной деятельности РПЦ и развитию сети медиасферы. Задействованы социологические данные общероссийских исследований ВЦИОМ, «Медиа-стандарт» и Комитета гражданских инициатив Евгения Ясина совместно с исследовательской группой ЦИРКОН. Основу материала составляет изучение христианских священных текстов, а также публикаций и выступлений иерархов Русской Православной Церкви. Используются данные включенного наблюдения за религиозной коммуникацией субъектов Русской Православной Церкви. Подведены итоги совершенствования информационного поля РПЦ в пространстве России за последнее десятилетие. Выделены «узкие места» информационной религиозной работы. Особое внимание уделяется обращению к «внутреннему» человека, развитию интерактивного диалога, утверждению в обществе гуманистических идеалов и укреплению созидательно-преобразовательных позиций граждан страны. Рассмотрена тема расширения территории действия православных СМИ в условиях интернетизации, создания новых массмедиа и цифровизации культуры России. Сделан вывод о том, что коммуникативная деятельность Русской Православной Церкви является частью общероссийской информационно-коммуникационной системы. Православная культура выступает весомым фактором укрепления действенной идентичности российского общества, развития созидательной активности граждан страны и важнейшим маркером культуры Русского мира с ее спецификой общественного сознания, менталитета и взаимодействия с другими.

Ключевые слова: *православие, православная культура, Русская Православная Церковь, церковная тематика, массмедиа, религиозная коммуникация, информационное поле Русской Православной Церкви*

Для цитирования: *Амельченков, В. Л. (Серафим) Православная культура в информационном пространстве современной России / В. Л. Амельченков (Серафим) // Вестник культуры и искусств. — 2019. — № 3 (59). — С. 39–46.*

Сегодняшний мир оценивается как глобализирующийся не только экономически, но прежде всего информационно [5; 11]. Медиасфера в этом процессе играет ключевую роль. В данном тренде находится и реформируемая Россия [6]. Последние социологические опросы фонда «Медиастандарт» и Комитета гражданских инициатив Евгения Ясина совместно с исследовательской группой ЦИРКОН

(2018 г.) показали, что для 75 % россиян телевидение остается самым популярным каналом информации. На втором месте — Интернет (48 %). Тройку лидеров замыкает печатная пресса [2, с. 3]. По данным опросов, половина населения регионов России вполне доверяет средствам массовой информации.

Телевидение, Интернет и печать должны активно «осваиваться» православной

церковью, ибо только так и через эти каналы можно сегодня обеспечить свое присутствие в сфере внимания граждан и особенно молодежи. В данном ключе церковь призвана учитывать динамичность информационного пространства. Для этого требуются квалифицированные кадры, поскольку необходим постоянный мониторинг православной информационной ситуации. Данным фактом и обусловлена актуальность предлагаемого материала.

Объект исследования: информационное пространство современной России в створе православной культуры.

Предмет исследования: процесс информационно-коммуникативной работы РПЦ по продвижению православной культуры в современной России.

Цель статьи: представить функциональный, содержательный и формоорганизационный анализ продвижения православной культуры в информационном пространстве России, направленный на совершенствование данного процесса.

Русская Православная Церковь, осуществляя активное сотрудничество с государственной системой СМИ, обладает собственной информационной сетью. Анализ освещения православной тематики только в ведущих газетах России и на радиостанциях за более чем двадцатилетний период деятельности этих секторов (с 1980-х до 2000-х гг.) показывает, что сделан серьезный шаг в развитии системы религиозной коммуникации и ее содержательного контента, каналов распространения информации, аудиторий. Можно утверждать, что пройдет «ранний этап становления, отличающийся непрофессионализмом разработки информационно-тематической структуры и низким уровнем полиграфии, деперсонификацией, назидательным монологизмом и использованием аналога зарубежных программ в электронных СМИ» [8, с. 122]. При этом современная религиозная пресса страны являет собой многопрофильную конфессиональную печать, ориентированную на все мировые религии, с более разветвленной сетью православных изданий; созданы специализиро-

ванные религиозные радиоканалы («Вера», например), рассчитанные на определенные аудиторные группы; организовано интернет-вещание сетевых СМИ.

Вместе с тем существует и немало проблем. В первую очередь следует отметить все еще недостаточно полное освещение жизни Русской Православной Церкви. Профилированные СМИ, представленные средневолновыми радиоканалами, пока не сумели найти оптимального освещения церковной тематики в эфирном поле. Наряду с такими зонами, как богословие и вероучение, канонические проблемы, здесь выявляются и информационные лакуны. Например, бледно высвечивается социальная проблематика. Радиоканалы все еще слабо интересуются вопросами церкви и семьи, личности и веры в Бога. При этом в данных сетях больше склоняются к форме православного монолога. Не ставшая преимущественной диалогичность эфира отодвигает его от режима «использования суждений других лиц» [8].

Следует отметить, что информационное поле нельзя отнести к модернизированным секторам СМИ и по составу авторов, поскольку в большей мере они представлены здесь только журналистами или информационными сотрудниками. Первое свидетельствует о спектральной редукции «голосов» и мнений. Второе — об архаичности и обезличенном характере презентации рассматриваемых тем, снижающих открытость общения. К сожалению, по этой причине, например, радиостанции «Центр» и «Радиоцерковь-Москва» несколько теряют свою эффективность [9, с. 32].

Можно также отметить, что ряд радиоканалов недостаточно модернизируют свою жанровую структуру. Представляется невыигрышной политика «одноцветной» жанровой палитры: программ-монополистов, жанров-монологов, отсутствия полифонии. Пока еще недостаточна интерактивность некоторых телевещательных передач на православную тематику. Религиозная коммуникация не утвердилась в обобщающих подходах, имеются проявления поверхностной и мнимой очевидности.

Примеров диалога в поиске истины в массмедиа встречается немного. Положительно в этом плане можно оценить «Независимую газету» и ее специализированное приложение «НГ-Религии». Что касается радиоканалов, то в рейтинге данных тем занимают не последние позиции каналы ХЦОК и «Радонеж».

Восприятие и приятие тематики православной культуры во многом обусловлено степенью доверия к различным источникам информации. Со всей очевидностью следует отметить, что здесь еще не все объективные тенденции учтены и приняты на вооружение лицами, занимающимися религиозной работой в СМИ. Так, по данным уже отмеченных исследований, степень доверия к информации от неформальных медиа заметно возрастает. Например, источникам на YouTube доверяет 12 % опрошенных, каналам в Telegram – 36 % [2, с. 3]. В целом уровень доверия населения к СМИ в большинстве регионов России пока не опускается ниже 50 %. Однако при этом телевидение привлекает все меньше россиян.

Таким образом, освещение тематики православной культуры в массмедиа современной России – развивающийся процесс, который при наличии устойчивых характеристик обнаруживает немало проблем. Их решение призвано повысить эффективность данной деятельности.

В первую очередь это касается взаимоотношений православных источников СМИ с молодежью. Здесь явно проступают две проблемы. Первая из них связана с возрастным параметром. Заметим, что для объективного и адекватного восприятия молодежью культурной информации необходимо наличие в сознании некоего базового остова, устойчивой системы ценностей. При этом известно, что все воспринимаемое извне состоит на 90 % из шумов и на 10 % из адекватных сигналов. Мудрость заключается в способности отделять шумы от сигналов, как бы настраивая себя на творческое приятие информации. В данном контексте, как подчеркивает Святейший Патриарх Кирилл, всегда следует отделять «базисную

культуру от субкультуры» [7, с. 234]. Последняя привлекательна для молодых. Однако «...пребывание только [в ней] может привести к тому, что у молодого человека произойдет очень опасное смещение понятий. Эту субкультуру он начнет принимать как базисную, а все остальное как пережитки или чужое» [Там же]. Церковь призвана обращаться к «внутреннему человеку». Резюмируя отношение молодежи к СМИ, он подчеркивает: «И Церкви, и России сегодня нужна думающая молодежь, способная принимать решения и критически воспринимать ту информацию, которую обрушивает на нас современный мир» [Там же, с. 249]. При этом отмечается, что у Церкви есть для молодежи четкие ценностные ориентиры и идеалы. Невозможно, например, стать полноценным гражданином государства и членом общества, не зная, что данные Богом заповеди «не убий», «не укради», «не лжесвидетельствуй» и другие – обязательны для всех, безотносительно к тому, верующий ты человек или неверующий.

Таким образом, задача массмедиа – обеспечить сопряжение убеждений молодежи с современными реалиями, с их жизнедеятельностью.

Другая проблема – это формирование самого православного проповедника как объекта массмедиа, ибо при отсутствии сформированного личного религиозного опыта он не сможет достичь убедительности. Напротив, наличие этого опыта придает проповеди личностный смысл, делает речь современной. Отсюда следует, что в системе «объект – массмедиа» человек (журналист или служитель церкви) обязан иметь должный уровень образования и коммуникации с другими. Вместе с тем игнорирование канонов в образе жизни и мотивации поведения не обеспечит должного доверия проповеди.

Важной проблемой для массмедиа является утверждение гуманистических ценностей в среде постмодернистской духовной реальности. Известно, что для философии постмодернизма не существует каких-либо ценностных систем, считающихся истинными. Это порождает у части людей реля-

тивистскую позицию к осмыслению информационного потока. У них в сознании исчезает вертикальная составляющая, над созданием которой и работает Церковь. Ее слово вместе со словом учителя, воспитателя, социального работника – дело создания позитивной, а не деструктивной личности. Христианская мораль проникнута человеколюбием, состраданием, благотворительностью. И поэтому Слово Божие имеет нравственно-созидательную силу, социально востребованную составляющую.

В данной створе находится тема идентичности. Глобализирующийся мир стремится смыть грани этнонациональных особенностей и религиозной самобытности. Сегодня существует реальная угроза растворения многовековых религиозных норм и духовных ценностей.

Не секрет, что в обыденную культуру наших соотечественников западные СМИ активно внедряют свои разновидности религиозных праздников, обрядов, поверий, символов. Когда-то В. Маяковский заявил: «Я поэт. И этим я интересен». Это справедливо. В данном контексте важна принадлежность русского народа к православию. В этом наша духовная тысячелетняя память, система мышления, отношения к жизни и к окружающему миру, свод артефактов, мерок прекрасного и морального. Отбросят это от нас, и мы выродимся в нечто аморфное. Отсюда следует вывод о том, что задача России – сохранить культурную идентичность – означает сохранить православные ценности, составляющие один из важнейших маркеров культуры Русского мира, России с ее спецификой сознания, жизнедеятельности и взаимодействия с другими.

Массмедиа, освещающие православную тематику, могут и должны совершенствовать работу по укреплению идентификационной сплоченности российского общества. Все это, конечно, способно воплотиться в созидательной активности граждан.

Социологи отмечают, что в современной России источником изменений в массовом сознании являются две группы факторов. Первый – официальные массмедиа

(главным образом центральные телеканалы), эффект которых носит «сильный, но кратковременный характер» [3, с. 5]. Другой фактор – общение на бытовом уровне – формирует автономный, «более фундаментальный и устойчивый» тренд. И хотя они оба способны взаимодействовать, второй, по оценке экспертов Комитета гражданских инициатив, набирает силу и в состоянии самостоятельно формировать общественно-политическую повестку и активность граждан [8, с. 5].

Отметим здесь, что около 45 % россиян на бытовом уровне являются включенными в религиозную проблематику, а учитывая, что до 80 % этнического состава населения страны составляют русские и близкие с ними этносы, можно резюмировать наличие еще и третьего фактора формирования общественного (массового) сознания – религиозного. Его характеристиками является неназидательность, эмоционально-чувственная выраженность, обращенность к «высшим смыслам», которую И. Кант называл «трансцендентностью». Именно в данном значении в содержание отмеченного фактора входят нравственные законы, ведущие свое начало от ветхозаветного Моисея «списка скрижалей», обретшие объективный смысл в реальном христианском мире, и положения великой Нагорной проповеди Нового Завета Иисуса Христа, ставшие мерой и руководством для православного народа, в той или иной мере приобщенного к христианству.

Подчеркнем, что вся Библия густо испещрена мириадами формул, являющихся панацеями от раздоров, расколов, неприятия. В основе их лежат такие понятия, как обращение, покаяние, прощение, созидание. Созидательное начало православия служило и служит сегодня надежной основой народной воли к самоотверженному труду по обеспечению «прорывного» развития современной России.

Массмедиа страны, в том числе и через православную культуру, главным смыслом которой является любовь с идеей подвижничества во имя Отечества, установ-

кой на альтруизм, на совесть и ответственность, способны и должны обращаться в одно из действенных средств формирования и развития гражданских черт россиян, а через это служить подлинному возвышению Отечества.

Именно информационный слой православной религиозности в стране в доступной и близкой к человеку смысловой форме может нравственно-благородно трансформировать духовные перипетии граждан в сложных условиях развивающихся рыночных отношений. Это прежде всего касается темы социальной справедливости, о которой с большой тревогой говорил Президент РФ в своем ежегодном послании Федеральному Собранию России 20 февраля 2019 г. Как известно, речь шла о взаимной благодарности власти и населения. Власть обязана развивать рынок рабочих мест, совершенствовать правовой режим трудовой деятельности, грамотно перераспределять финансовые потоки и социальные гарантии жизнеобеспечения: медицинское, образовательное, досуговое обеспечение в их разнообразных формах и видах. Граждане, с одной стороны, должны видеть и ощущать реально данные меры, но с другой — более ответственно относиться к своему труду, развитию профессиональных компетенций, гражданским обязанностям, участию в социально-созидательной деятельности. Как известно, Господь милосерден, но ведь и общество — твое, а не чужое, а сотоварищество, со-деяние во благо людей — это богоугодное и богообязанное дело.

Вот ведь и цифры Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН в данном отношении говорят о многом [4, с. 11]. Так, сегодня с трети до четверти среди респондентов (с 34 до 26 %) снизилось число тех, кто работает сверхурочно или по совместительству. 23 % обеспечивают себя сами продуктами питания (в основном с огорода), каждому десятому помогают родственники или друзья.

В то же время в полтора раза чаще (чем в 2014 г.) люди одалживают деньги (9 против 6 %). Переквалификацию для смены рабо-

ты осуществляют лишь трое из ста. А от 31 до 37 % опрошенных даже не пытаются что-то предпринять: из них примерно половине (15–16 %) «и так неплохо живется», а остальные не видят способа что-то изменить. Вместе с тем, как показывают опросы, говоря о «равенстве граждан», большинство людей имеет в виду равенство возможностей (59 %), а не доходов (41 %).

Большинство (84 %) пусть с некоторыми оговорками, но считают справедливым то, что зарплата выше у тех, кто работает быстрее и эффективнее, 90 % полагают, что более высокий уровень образования — верный путь к достатку, 66 % уверены, что есть профессии, которые надо ценить более прочих [10, с. 9].

Еще существеннее роль информационной православной религиозности в нравственной коррекции сложившихся форм отношений, когда чиновник или хозяин бизнеса позволяет себе говорить с людьми барским, пренебрежительным тоном, что представляет серьезную болевую точку, факт социальной несправедливости для общества.

Как известно, в христианской морали «все люди — братья», все равны перед Господом. Однако в Библию еще с древнейших времен введен известный принцип: «Поступай с другими так, как бы ты хотел, чтобы они поступали с тобой». Но как быть, если врачи отказываются госпитализировать пожилого пациента — «чтобы статистику не портил», когда многодетные семьи, подающие прошение о пособии, презрительно кличут «нищевродами», когда пожилому человеку «впаривают» ненужные услуги и даже не могут защитить от мошенников, когда грубят и унижают в официальных кабинетах?

Особенно тяжело в этом отношении приходится жителям городов-миллионников (18 %) и крупных центров с населением до 500 тысяч человек (19 %). Отметим, что многие из тех, кто раньше все это мог стерпеть, сегодня уже не мирятся с подобным только потому, что данные случаи активно выплескиваются в СМИ, в том числе и в церковные массмедиа, и широко обсуждаются, предаются общественной огласке, обще-

ственному порицанию. Здесь следует указать на необходимость развития православной системы СМИ в рамках информационного пространства страны. Можно согласиться с теми, кто выделяет два аспекта: расширение территории действия традиционных средств массовой информации в условиях «интернетизации»; создание новых медиа или новых средств массовой информации: электронные газеты; электронные информационные агентства; усовершенствованный Рунет; цифровизация и др. [9, с. 35].

Отметим, что за последнее десятилетие (2009–2019 гг.) сделано многое для развития системы освещения православной тематики в российских медиа. В марте 2009 г. образован Синодальный информационный отдел, основной задачей которого стало формирование единой информационной политики Русской Православной Церкви, а также взаимодействие с православными и светскими СМИ. В настоящее время епархии Московского Патриархата представлены в информационном пространстве веб-сайтами и пабликами в социальных сетях. К началу 2019 г. в Интернете созданы официальные сайты всех епархий Московского Патриархата, 206 страниц епархий в социальной сети «ВКонтакте»; 140 страниц епархий в социальной сети «Фейсбук». Остальные епархии имеют страницы в обеих или хотя бы в одной из названных социальных сетей. Активно начинает развиваться присутствие епархий и приходов, а также священнослужителей в социальной сети «Инстаграм» и в мессенджерах [1, с. 12].

Результатом прошедшего десятилетия стало значительное увеличение количества и качества материалов о Русской Православной Церкви и церковной тематике вообще на страницах печатных изданий, на ТВ, радио и в Интернете. За десятилетие информационное поле Московского Патриархата выросло в пять раз, а Русской Православной Церкви — более чем в семь раз.

Важным достижением стало расширение деятельности общероссийского телеканала «Спас». Только за 2018 г. рост

телеаудитории составил 52 %, рост подписчиков в социальных сетях — 33,6 %. Существенно увеличилось среднее время просмотра программ телеканала среди его зрителей.

Все это свидетельствует об активной роли Русской Православной Церкви в российском обществе, информационно осуществляющейся через медиа страны, в которых православная культура совершенствует свое содержание, формы, методы, творчески осваивает и развивает жанры вещания, сознавая пути должного совершенствования, служа делу «божьего окормления» своей паствы во имя благородной цели — укрепления государства и благополучия людей, его составляющих.

Выводы

1. Информационно-коммуникативная работа Русской Православной Церкви является частью общероссийской информационно-коммуникационной системы.

2. Информационное пространство современной России включает в себя радио, телевидение, Интернет, средства печати, которые используются и системой РПЦ.

3. За второе десятилетие XXI в. произошло количественное наращивание публикаций о жизнедеятельности Русской Православной Церкви, повысилось качество информационных материалов.

4. Аналитический мониторинг освещения православной культуры показывает, что наиболее актуальными проблемами выступают: доверие к источникам информации; работа с молодежью; утверждение гуманистических ценностей на базе канонических положений православия, традиционных духовных норм и ценностей; укрепление православной идентичности русского народа.

5. Православная культура является весомым фактором укрепления действенной идентичности российского общества, развития созидательной активности граждан страны и важнейшим маркером культуры Русского мира, с ее спецификой общественного сознания, менталитета и взаимодействия внутри социума и в международной практике.

1. Внутренняя жизнь и внешняя деятельность Русской Православной Церкви с 2009 по 2019 год [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.patriarehia.ru/db/text/5359105.htm/>. – Дата обращения: 02.03.2019).
2. Выжutowич, В. СМИ: лидеры и аутсайдеры / В. Выжutowич // Российская газета. – 2019. – 8 февр. – № 28 (7786).
3. Дмитриев, М. Люди осознают, что в одиночку выжить не получится / М. Дмитриев // Культура. – 2018. – 9–15 нояб. – № 39.
4. Добрынина, Е. По справедливости / Е. Добрынина // Российская газета. – 2018. – 24 июля. – № 159 (7622).
5. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография / коллектив авт.: Н. Б. Кириллова, Л. Б. Зубанова, С. Б. Синецкий и др. – Екатеринбург : Изд-во Урал. федер. ун-та, 2019. – 292 с.
6. Ирхен, И. И. Культурологический анализ региональных процессов в современной России / И. И. Ирхен // Филология и культура. – 2011. – № 1 (23). – С. 103–108.
7. Кирилл, патр. [Гундяев Владимир Михайлович]. Сила нации в силе духа: книга размышлений Святейшего Патриарха Кирилла / Кирилл, патр.; [Владимир Михайлович Гундяев]. – Минск : Белорусская православная церковь, сор. 2009. – 399 с.
8. Религия в информационном поле российских СМИ / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова; фак. журналистики; [исполн.: С. А. Джевахишвили и др.]. – Москва : Медиасоюз : Гильдия религиозной журналистики, 2003. – 142 с.
9. Средства массовой информации России / под ред. Я. Н. Засурского. – Москва : Аспект-Пресс, 2011. – 389 с.
10. Четверикова, А. Макарошки по-русски / А. Четверикова // Российская газета. – 2018. – № 288 (7751). – 21 дек.
11. Чумаков, А. Н. Глобализация. Контуры целостного мира / А. Н. Чумаков. – 3-е изд. – Москва : Проспект, 2017. – 456 с.

Получено 04.08.2019

**V. Amelchenkov
(Seraphim)**

*Bishop of Istra,
Doctor of Theology, Candidate
of Historical Sciences,
Synodal Department for
Youth Affairs of the Russian
Orthodox Church,
Russian State Social University
E-mail: seraphim@list.ru*

Orthodox Culture in Information Space of Modern Russia

Abstract. This paper addresses the questions of the functional, informative and shaping analysis of promoting Orthodox culture in the mass media in Russia. Subject of study regards the process of info-communicative activity of Russian Orthodox Church to promote Russian Orthodox culture in Russia today. The paper is based on content-analysis of the theoretical sources of info-communicative activity of Russian Orthodox Church and the development of the media in Russia nowadays, including the sociological data of Russian Public Opinion Research Center, “Media-Standart” and the Evgeniy Yasin’s Civil Initiative Committee and “Tsirkon” Group. The article is based on the studies of the Christian sacred texts and Russian Orthodox Church hierarchs’ publications and reports, including the data of observation of the religious communication of Russian Orthodox Church. The author summarizes the development of the media sphere of Russian Orthodox Church for the past decade of the XXI century. The article pays attention to the appealing to the “soul”, development of interactive dialogue and the reinforcing the humanistic ideals and Russian citizens’ creative positions, observing the expansion of the activity of the Orthodox mass

media sources. The author comes to the conclusion that the communicative activity of Russian Orthodox Church is a part of the all-Russian info-communicative sphere. Orthodox culture is the serious factor of reinforcing the identity of Russian society today and the most important mark of "Russian world" culture considering the specifics of the social mentality and interaction.

Keywords: Orthodoxy, orthodox culture, Russian Orthodox Church, church subject, mass media, religious communication, information field of Russian Orthodox Church

For citing: Amelchenkov V. 2019. Orthodox Culture in Information Space of Modern Russia. *Culture and Arts Herald*. No 3 (59): 39–46.

References

1. Vnutrennyaya zhizn' i vneshnyaya deyatel'nost' Russkoy Pravoslavnoy Tserkvi s 2009 po 2019 god [Internal life and external activity of Russian Orthodox Church from 2009 to 2019] [Electronic resource]. Available from: <http://www.patriarehia.ru/db/text/5359105.htm/> (accessed 02.03.2019). (In Russ.).
2. Vyzhutovich V. 2019. Mass media: leaders and outsiders. *Rossiyskaya gazeta* [Russian newspaper]. Febr. 8. No 28 (7786). (In Russ.).
3. Dmitriev M. 2018. People realize what alone to survive will not turn out. *Kul'tura* [Culture]. Nov. 9–15. No 39. (In Russ.).
4. Dobrynina E. 2018. On justice. *Rossiyskaya gazeta* [Russian newspaper]. July 24. No 159 (7622). (In Russ.).
5. Informatsionnaya epokha: novye paradigmy kul'tury i obrazovaniya [Information era: new paradigms of culture and education]. 2019. Authors: N. B. Kirillova, L. B. Zubanova, S. B. Sinetskii, etc. Ekaterinburg: Urals publishing house. 292 p. (In Russ.).
6. Irkhen I. 2011. The cultural analysis of regional processes in modern Russia. *Filologiya i kul'tura* [Philology and culture]. No 1 (23): 103–108. (In Russ.).
7. Kirill, Patriarch [Gundiaev V. M.]. 2009. Sila natsii v sile dukha: kniga razmyshleniy Svyateyshego Patriarkha Kirilla [Force of the nation in strength of mind: book of reflections of the Most Saint Patriarch Kirill]. Minsk: Belarusian orthodox church, litter. 399 p. (In Russ.).
8. *Religiya v informatsionnom pole rossiyskikh SMI* [Religion in an information field of the Russian media]. 2003. [Administrants: S. A. Dzhevakhishvili, etc.]. Moscow: Media union: Guild of religious journalism. 142 p. (In Russ.).
9. *Sredstva massovoy informatsii Rossii* [Mass media of Russia]. 2011. Ed. by IA. N. Zasursky. Moscow: Aspekt-Press. 389 p. (In Russ.).
10. Chetverikova A. 2018. Pasta in Russian. *Rossiyskaya gazeta* [Russian newspaper]. No 288 (7751). Dec. 21. (In Russ.).
11. Chumakov A. 2017. Globalizatsiya. Kontury tselostnogo mira [Globalization. Contours of the complete world]. 3rd ed. Moscow: Avenue. 456 p. (In Russ.).

Received 04.08.2019