

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРАВОСЛАВНОЙ ТЕМАТИКИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Г.Ю. Бурдина

В статье представлены результаты исследования особенностей проектов православной тематики в социальных медиа. Проведенный автором системный мониторинг данных ресурсов позволил выделить различные типы, охарактеризовать их роль в формировании новостных потоков и распространении православной культуры, а также выявить проблему манипуляций на основе религиозной тематики в социальных медиа.

Ключевые слова: интернет-журналистика, православие, медиабезопасность, социальные медиа, социальная сеть.

FEATURES OF INFORMATION PROJECTS OF THE ORTHODOX THEMES IN SOCIAL MEDIA

G. Yu. Burdina

The paper presents the results of the studies of the projects on Orthodox themes in social media. The author has conducted the monitoring of the given resources. It allowed to identify different types of the resources, to characterize their role in shaping the news flow and spreading of Orthodox culture, as well as to identify the problem of manipulation based on religious themes in social media.

Keywords: internet journalism, Orthodoxy, media safety, social media, social network.

В современном мире социальные медиа стали не только источником информации, но местом проведения досуга и способом общения и расширения контактов. Русская православная церковь заинтересована в расширении целевых групп и использует для этого разнообразные медийные площадки. Существуют официальные сайты-представительства епархий и приходов, онлайн-издания («Православие и мир», «Православие.ru» и др.), которые представляют новостной, просветительский и развлекательный контент. Однако для установления эффективной коммуникации с населением необходимо также разрабатывать проекты в социальных медиа [1, с. 20-23]. В рамках данной работы под социальными медиа понимаются интернет-сервисы, представляющие собой автоматизированную социальную среду, позволяющую создавать и развивать сообщества людей, объединенных общими интересами или деятельностью.

В условиях социальных медиа важной особенностью проектов православной тематики является их возникновение не только со стороны РПЦ, но и «снизу», со стороны инициативных верующих людей, знающих потребность заинтересованных пользователей читать в своей ленте православные новости. Таким образом, ресурсы православной тематики в

социальных медиа, в первую очередь, делятся на официальные — созданные представителями Русской православной церкви для епархий, приходов, монастырей, и неофициальные, созданные инициативными верующими. При этом официальные сообщества имеют своей главной целью информирование о событиях церковной жизни и привлечение к ней аудитории. Неофициальные ресурсы имеют в большей степени просветительскую и развлекательную направленность. Данные медиапроекты содержат информацию о святых днях и праздниках, цитаты известных священнослужителей, молитвы, рецепты постных блюд и т.д. Следовательно, в социальных медиа формируется информационное поле для православных христиан, поскольку данная аудитория разнообразна и многочисленна и особо нуждается в информационном обеспечении.

Условно можно представить следующую типологию православных проектов в социальных медиа:

1. По организаторам:

1) Сообщества приходов («Богоявленский Кафедральный Собор», «Успенский кафедральный собор, г. Астрахань», «Спасский храм пос. Андреевка» и т.д.). Администраторами таких сообществ, как правило, являются священнослужители, а наполнением занимаются ответственные прихожане. Основной контент — анонсы мероприятий, фотоотчеты, объявления. Подвид — страницы воскресной школы храма, молодежного объединения храма и т.п.

2) Официальные страницы православных СМИ («Православие и Мир», «Православие.Ru», «Православный журнал "Фома"», «Телеканал «СПАС» и т.д.). Основная цель данных проектов — направить аудиторию на сайт-источник. Таким образом, данные ресурсы выполняют информационную и маркетинговую функции. Подвид — личные страницы сотрудников православных СМИ. Ведутся данные сообщества сотрудниками самих изданий. Существуют исключения, например, телеканал «Союз», в группе которого можно посмотреть видеоматериалы без дополнительных переходов.

3) Личные страницы священнослужителей. В основном используются для миссионерских целей: приходские и общецерковные новости, проповеди, фотографии, цитаты, ссылки на различные материалы православной тематики, которые потенциально могут быть интересны подписчикам. Подвид — личные страницы активных прихожан, руководителей воскресных школ, регентов и т.д., которые через свой аккаунт транслируют важную и актуальную информацию о жизни прихода.

По тематике православные проекты в социальных медиа можно разделить на следующие виды:

1) Общеправославные («Православие †», «Верую † Православие», «Православие † Ορθόδοξη Εκκλήσια» и т.д.). Основной контент — отрывки из Евангелия, изречения святых, цитаты священнослужителей, проповеди, иконы, молитвы, песнопения, информация о праздниках и святых, рецепты постных и праздничных блюд, фотографии на православную тематику и т.п.

2) О семье («† Мир вашему дому», «Православная Семья», «*Православный муж и глава семьи*», «*Православная невеста и жена*» и т.д). Данные сообщества специализируются на вопросах христианского брака, отношениях мужа и жены в православной семье, воспитании детей в православии. Основной контент — цитаты известных священнослужителей о семье, отрывки из специализированных книг.

3) Православное кино и музыка («Православные фильмы (кинозал)», «Православные документальные фильмы», «Православная музыка», «Патриарший хор Данилова монастыря» и т.д). Основной контент — церковная и духовная музыка, художественные и документальные фильмы.

4) Церковный календарь («Православный церковный календарь», «Икона Дня» и т.д). Основной контент — праздники и иконография каждого дня с историческими справками.

5) Узкоспециальные («Библиотека Регента 🎵 Церковный Хор», «Воскресная школа: всё для педагогов и родителей», «Типичная матушка», «[АПС] Академия Порядочных Семинаристов» и т.д). Данные сообщества созданы для узкой целевой аудитории — регентов, преподавателей воскресных школ, жен священнослужителей, семинаристов и т.д. Формируются, как правило, представителями данных групп для общения и обмена опытом. В каждом случае контент будет различаться в зависимости от специфики сообщества.

Количество личных страниц и сообществ православной тематики в социальных медиа увеличивается, и, как следствие, остро встает проблема качества медиаконтента [2, с. 122-126]. Практика показывает, что нередко православные медиапроекты создаются некомпетентными пользователями, часто анонимными. Также следует признать и то, что, несмотря на интерес пользователей к материалам православной тематики, большое количество личных страниц пользователей и сообществ не содержит уникальных, общественно значимых сведений и способствует накоплению информационного шума в онлайн-медиа среде. Благодаря коммуникационной особенности социальные сети стали идеальной площадкой для манипуляций. Таким образом, возникает вероятность появления потенциально опасного контента для людей, делающих первые шаги в церковной жизни. Данные пользователи информационно не защищены, поскольку не разбираются в догматах православия, и ими легко манипулировать. На псевдоправославных ресурсах им могут не только внушить неверное представление о православном вероучении, но и привлечь в опасные секты [4, с. 197-198]. Следует подчеркнуть, что социальные медиа часто намеренно используются сектантами для поиска адептов.

На основе анализа контента сообществ христианской тематики в социальных медиа можно выделить ряд признаков, указывающих на отсутствие православной направленности:

1) «Христианство», а не «Православие» в названии. В таких сообществах содержится довольно вольная трактовка вероучения, представляющая смесь

догматов разных ветвей христианства и еретических движений. Посты часто основываются на апокрифичных (неканоничных) источниках или искажают смысл Синодального перевода (одобренного РПЦ).

2) Цитаты иностранных священнослужителей (исключение — греческие и сербские). Этот признак также указывает на то, что сообщество не является православным. Такие сообщества уводят неподготовленного человека в область западных религиозных учений, среди которых много сект.

3) Обращения. В православной традиции Бога называют Иисус Христос, Господь, Спаситель. Богородицу — Божией Матерью. Такие обращения, как Иисус, Иешуа, Дева Мария указывают на то, что ресурс не православный.

4) Реклама не по теме: ведуньи, лечение молитвами, общины-поселения и т.д. Это также указывает на отдаленность от православной Церкви и др.

Журналисты активно используют социальные медиа в своей профессиональной деятельности. Важным параметром оперирования с информационным онлайн-пространством для журналиста является не только получение новостной информации, но и публикация материалов с последующим прогнозированием и отслеживанием реакции на это сообщение со стороны других участников [3, с. 187-188]. Таким образом, журналист несет полную ответственность за предоставленную им информацию вне зависимости от источника ее получения.

Подводя итог, отметим, что сегодня активно развиваются православные проекты в социальных медиа, которые создаются не только представителями Церкви, журналистами, экспертами, но и самими верующими. Медиапроекты православной тематики формируют информационное поле для большого числа верующих, обеспечивая их не только новостной и просветительской информацией, но и развлекательной. Таким образом, православная тематика в онлайн-медиапространстве трансформируется под новые медийные платформы, отвечая вызовам современности, но сохраняя при этом основы учения православной Церкви.

Список литературы:

1. Лазуткина Е.В. Проблемно-объектный комплекс регулирования новостной информации в блогосфере Рунета: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2010.

2. Лазуткина Е.В. Риски использования онлайн-социальных сетей в региональной журналистике // Развитие региональной журналистики: от первой газеты до интернета. Материалы Международной заочной конференции. 2013.

3. Марцинкевич Г.А., Касьянова Л.Ю. К определению понятий «техносфера» и «технизм» // Аprobация. 2016. № 1 (40).

4. Шахбазян М.А. Особенности освещения околоцерковных конфликтов в медиа с позиции православной культуры // Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. 2014. № 1.