

УДК 070

ГРНТИ 19.41.07

**ПОНЯТИЕ ПРАВОСЛАВНОЙ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ И  
КРИТЕРИИ УСПЕШНОСТИ ЦЕРКОВНОГО ИНТЕРНЕТ-  
ПУБЛИЦИСТА**

*Тимкин Илья Валерьевич*

*МАУ «Информационный центр*

*г. Нижнекамска», главный*

*редактор официального сайта*

*Нижнекамского*

*муниципального района*

*г. Нижнекамск*

*333tim333@bk.ru*

**THE CONCEPT OF ORTHODOX INTERNET JOURNALISM AND THE  
CRITERIA FOR THE SUCCESS OF THE CHURCH INTERNET  
JOURNALIST**

*Timkin Ilya Valerievich*

*MAU "Information Center of*

*Nizhnekamsk", the editor-in-chief*

*of the official site of Nizhnekamsk*

*Municipal District*

*Nizhnekamsk*

**АННОТАЦИЯ**

Статья посвящена феномену православной интернет-публицистики и критериям эффективности интернет-журналиста. Автор выводит научное определение данного специфического раздела журналистики на основе современных исследований, определяет ряд

особенностей православного публицистического материала, а также впервые формирует список критериев эффективности данного вида медиатекста. В результате исследования предлагаются факторы успешности, относящиеся как в целом к профессионализму автора, так и к конкретному публицистическому материалу в частности.

#### ABSTRACT

The article is devoted to the phenomenon of Orthodox Internet journalism and the effectiveness criteria of an Internet journalist. The author deduces a scientific definition of this specific section of journalism on the basis of modern research, determines a number of features of Orthodox journalistic material, and also for the first time forms a list of criteria for the effectiveness of this type of media text. As a result, factors of success are proposed that relate both to the professionalism of the author and to specific journalistic material in particular.

**Ключевые слова:** средства массовой информации; журналистика; религиозная журналистика; Интернет-журналистика; факторы эффективности журналиста; Православие; Русская Православная Церковь; Патриарх Кирилл

**Key words:** mass media; journalism; religious journalism; Internet journalism; journalistic efficiency factors; Orthodoxy; Russian Orthodox Church; Patriarch Kirill

По данным ВЦИОМ, 80 процентов жителей России пользуются Интернетом, из них 64 процента – ежедневно [20]. Стремительный рост «всемирной паутины» затронул многие сферы жизни общества, в том числе совершил революцию в журналистике, сделав СМИ максимально оперативными, относительно дешёвыми и потенциально независимыми. Свою нишу в интернете занял и такой специфический жанр, как художественная публицистика. Можно утверждать, что развитие коммуникационных технологий придало этому направлению новый вектор продвижения – сегодня публицистика представлена множеством специально созданных для неё платформ, от классического «Живого журнала» [29] до новинки 2018 года – редактора статей Вконтакте [19], позволяющего каждому пользователю оформлять свои размышления в качественный дизайнерский продукт и отслеживать статистику дочитываний материала до конца.

Русская Православная Церковь обозначила виртуальную реальность как поле для миссии, и в России появилось такое понятие, как православный интернет-журналист. Церковные СМИ пережили непростую эпоху становления и поиска себя, и в настоящее время одарённые публицисты создают в интернете произведения, отличающиеся евангельским взглядом на действительность. При этом православная журналистика, безусловно, отличается от светской, и требует в своей деятельности особых принципов. Назрела необходимость анализа критериев, предъявляемых к творчеству православных интернет-журналистов; выведения факторов, влияющих на успешность этой деятельности. Это и стало целью предпринятого нами исследования.

Итак, мы выделим критерии эффективности деятельности православного интернет-журналиста, изучим факторы успешности конкретного публицистического материала, выведем понятие предмета, определим место и роль православной интернет-публицистики в современном медиапространстве.

Объектом исследования станет православная интернет-журналистика, предметом – феномен успешности православного публицистического материала. Задачи исследования:

- определить место и роль православной журналистики в современном интернет-пространстве;
- разработать факторы эффективности деятельности православного интернет-журналиста;
- вывести критерии успешности публицистических материалов в интернет-СМИ.

Эмпирической базой исследования стали результаты анализа нормативных документов, теоретической основой – пособие профессора М.Н. Кима «Основы творческой деятельности журналиста», доклад Н.А. Костиковой «Православная журналистика: методологические особенности изучения эффективности деятельности», документ "Основы социальной концепции Русской Православной Церкви" [18], итоговый документ V Общецерковного съезда епархиальных миссионеров РПЦ [8] и др.

Говоря об актуальности исследования, следует отметить, что в настоящее время не существует общепринятого документа, отражающего модель творчества успешного православного интернет-публициста. В 2014 году состоялся V Общецерковный съезд епархиальных миссионеров Русской Православной Церкви [8], на котором частично был рассмотрен данный вопрос, но в итоговой резолюции тема раскрывается упрощённо. Мы считаем, что назрела необходимость анализа теоретических исследований по вопросу успешности православной интернет-публицистики и синтез выявленных факторов эффективности в единую модель. Этим обуславливается новизна нашей работы.

Практической значимостью исследования станет возможность применения системы факторов успешности православного интернет-журналиста сотрудниками редакционных отделов епархий РПЦ, авторами иных православных изданий для повышения уровня собственной профессиональной квалификации.

В первую очередь необходимо определить понятийный аппарат исследования. Известно, что современная журналистика включает в себя множество направлений, призванных решать разные задачи и наполнять информационное поле разных групп населения. Одним из таких направлений является религиозная журналистика, частным случаем которой можно назвать православную интернет-журналистику. Разберёмся в терминах.

Валерий Цвик называет журналистику одним из важнейших социальных явлений современной жизни, видом массово-информационной деятельности, обеспечивающим бесперебойное взаимодействие между личностью, группой людей и обществом в целом, а также между различными общественными сферами и даже между поколениями [26]. Направления журналистики при этом способны уложиться в рамки научных типологий.

Существует различные подходы к классификации журналистики. Один из них – деление СМИ, журналистов и их произведений по тематической специализации. Сегодня в России известно множество различных типов

тематической направленности журналистики – от широко распространённых до экзотических. Это, к примеру, политическая, международная, деловая, корпоративная, музыкальная, бульварная, спортивная, научная, экономическая журналистика [2]. Подчеркнём, что типы журналистики внутри данной классификации способны пересекаться друг с другом. Однако общая направленность каждого типа является ярко выраженной и уникальной.

Одним из типов в данной классификации является религиозная журналистика.

Тамара Науменко считает, что журналистику можно определить как разновидность духовно-практической деятельности по внедрению в массовое сознание оценок текущих общественно-значимых явлений [13]. Предмет религиозной журналистики составляет «религиозное просвещение аудитории и рассмотрение совокупности вопросов культурного, социального, национального, экономического характера на основе религиозной традиции» [Там же]. Н.А. Костикова отмечает, что такая журналистика подразумевает освещение комплекса вопросов, связанных с духовным и нравственным состоянием общества, культурой, экономикой, различными научными проектами и социально-политическими прогнозами [Там же].

Максим Шевченко определяет это явление как направление журналистики, в рамках которого журналисты занимаются описанием и изучением жизни и деятельности религиозных конфессий, организаций и объединений, а также форм и степени их влияния на общественные, политические и культурные процессы [27].

Максим Шевченко предлагает включить в понятие религиозной журналистики также материалы авторов, не относящих себя к той или иной конфессии, но при этом занимающихся освещением вопросов религии – т.н. религиозноведческое направление, описывающее жизнь верующих как феномен человеческого бытия, без придания ей сакрального смысла.

В своей работе мы разделим понятия религиозной и религиозноведческой журналистики и будем опираться на следующее обобщённое понятие.

Религиозная журналистика – направление журналистики, освещающее общественно-значимые явления с точки зрения своей конфессиональной принадлежности.

Под термином «православная журналистика» следует понимать систему СМИ, авторов и произведений, относящихся к Православной Церкви. Точкой отсчёта своего существования Церковь называет пятидесятый день после воскресения Христа, случившегося в 33 году новой эры. За две тысячи лет истории Православная Церковь от небольшой группы верующих выросла до достаточно большого сообщества, включающего сегодня, по средним оценкам, более 150 миллионов человек [30]. Развитие письменности и книгопечатания исторически тесно связано с развитием христианства [23], и, безусловно, православная журналистика – один из старейших феноменов человеческого бытия. Французский философ Эрнест Ренан называл ветхозаветных библейских пророков (VIII - IV вв. до н. э.) публицистами древности [21], а многочисленные наставнические послания апостолов первого века [17] к христианским общинам, бережно хранимые и изучаемые Церковью до сих пор, с определённой долей уверенности можно считать публицистическими произведениями, актуальными вот уже в течение двух тысячелетий.

Прежде чем перейти к термину, который мы будем использовать в нашей работе, необходимо рассмотреть ещё более узкое понятие – православную *интернет-журналистику*. Действительно, одним из основных вариантов классификации СМИ является система деления журналистики на роды [26]. Здесь классификатором является тип коммуникационного средства. Таковых четыре - пресса, радио, телевидение, интернет. Из «Основ социальной концепции РПЦ» [18] мы знаем, что все четыре способа распространения журналистского слова Православная Церковь признаёт, и включает в круг своих медиа-интересов.

Максим Шевченко также считает, что религиозная журналистика может быть представлена во всех технологических отраслях журналистской деятельности, и принципы раскрытия содержания и проблематики религиозной

журналистики универсальны для печатных СМИ, радио, телевидения и Интернет [27].

Окончательно сужая понятие, нам необходимо выделить термин православной публицистики. Учитывая многообразие трактовок понятия публицистики и отсутствие среди исследователей единого мнения, в нашей работе мы будем исходить из дифференциации художественно-публицистического и информационного начал в журналистике. Как отмечает к.ф.н. Пётр Каминский, ссылаясь на выдающегося теоретика журналистики профессора Владимира Горохова, «признаками публицистики, по сравнению с информационной журналистикой, называются ярко выраженное авторское начало, концептуализм, масштабность выводов и обобщений, истолкования проблем жизни общества» [9, 99]. «В этом заключается смысл публицистики – убедить читателя в правильности того или иного взгляда, той или иной оценки, в правомерности предложенного подхода к решению той или иной проблемы. Без убеждающей силы публицистика лишается своего важнейшего качества», – пишут И. С. Варданян и Т. Я. Герчикова [1, 110].

Как было отмечено выше, применение художественной формы подачи общественно значимой информации, призванное убедить читателей в определённой точке зрения на события – наиболее традиционный формат для Церкви, который ведёт свой отсчёт с восьмого века до новой эры. До сих пор именно публицистика составляет подавляющую часть контента православных СМИ.

Исходя из вышеизложенного, а также опираясь на положения «Основ социальной концепции Русской Православной Церкви» (подробнее этот документ мы рассмотрим далее), определим ключевое понятие.

Православная интернет-публицистика – направление журналистики, освещающее общественно-значимые явления и внутриконфессиональные темы с точки зрения Православной Церкви и призванное свидетельствовать о Христе в мире посредством Интернета.

Определив понятие православной интернет-публицистики, рассмотрим, чем же, собственно, она занимается, какую роль на неё возлагает Православная Церковь и какие задачи перед ней ставит. В нашей работе мы ограничимся деятельностью Русской Православной Церкви, и под термином «православная публицистика» будем понимать отечественную систему церковной журналистики.

В августе 2000 г. Архиерейский Собор РПЦ утвердил "Основы социальной концепции Русской Православной Церкви" [18]. Документ излагает базовые положения её учения по вопросам церковно-государственных отношений и по ряду современных общественно значимых проблем, а также отражает официальную позицию Московского Патриархата в сфере взаимоотношений с государством и светским обществом.

Пункт №15 «Церковь и светские средства массовой информации» сообщает, среди прочего, следующее.

«Средства массовой информации играют в современном мире все возрастающую роль. Церковь с уважением относится к труду журналистов, призванных снабжать широкие слои общества своевременной информацией о происходящем в мире, ориентируя людей в нынешней сложной реальности. При этом важно помнить, что информирование зрителя, слушателя и читателя должно основываться не только на твердой приверженности правде, но и на заботе о нравственном состоянии личности и общества, что включает в себя раскрытие положительных идеалов, а также борьбу с распространением зла, греха и порока.

Просветительная, учительная и общественно-миротворческая миссия Церкви побуждает её к сотрудничеству со светскими средствами массовой информации, способными нести ее послание в самые различные слои общества. Святой апостол Петр призывает христиан: «Будьте всегда готовы всякому, требующему у вас отчета в вашем уповании, дать ответ с кротостью и благоговением» (1 Пет. 3. 15). <...>



В рамках каждого из видов СМИ (печатных, радиоэлектронных, компьютерных), которые имеют свою специфику, Церковь — как через официальные учреждения, так и через частные инициативы священнослужителей и мирян — располагает собственными информационными средствами, имеющими благословение Священноначалия. Одновременно Церковь через свои учреждения и уполномоченных лиц взаимодействует со светскими СМИ. Такое взаимодействие осуществляется как путем создания в светских СМИ особых форм церковного присутствия (специальные приложения к газетам и журналам, специальные полосы, серии теле- и радиопрограмм, рубрики), так и вне такового (отдельные статьи, радио- и телесюжеты, интервью, участие в различных формах публичных диалогов и дискуссий, консультативная помощь журналистам, распространение среди них специально подготовленной информации, предоставление материалов справочного характера и возможностей получения аудио- и видеоматериалов [съёмка, запись, репродуцирование])» [18].

Как видно из документа, Русская Православная Церковь подразделяет свою журналистскую деятельность на три направления: создание и поддержка собственных церковных СМИ, ведение особых форм церковного присутствия в светских СМИ, а также создание, либо помощь в подготовке отдельных журналистских материалов для публикации в светских СМИ (вне специализированных рубрик, программ, приложений).

Следует отметить, что в интернет-пространстве наиболее представлены именно церковные СМИ как таковые. Например, только в рамках официального бесплатного проекта «Приход.ру» функционирует более 20 тысяч православных сайтов [32].

Что касается церковного присутствия на светских сайтах, то здесь системную работу ведут, как удалось выяснить, только крупнейшие информационные агентства. Так, в 2004 году был запущен проект «Интерфакс-Религия» [6], МИА «Россия сегодня» ведёт рубрику "Религия и мировоззрение"

[16], аналогичный раздел под названием «Религия» [7] открыт и на сайте агентства ТАСС.

Говоря о третьем направлении – периодическом сотрудничестве со светскими интернет-СМИ, отметим, что оно осуществляется на территории России неоднородно, и часто не соответствует задачам, которые перед ним ставит Церковь. 2 февраля 2016 года в своём докладе на Архиерейском Соборе на это обратил внимание Святейший Патриарх Кирилл. «Даже в медийно успешных епархиях стоит проблема распространения через светские издания собственно слова Божия, учения Церкви. Чаще всего под эти цели выделяются колонки или эфирное время в преддверии праздников, причем материалы нередко готовятся самими редакциями и изложены в культурно-историческом ключе», - отметил Патриарх [11].

Определив понятийный аппарат, перейдём к разработке критериев успешности православного интернет-журналиста.

Прежде всего необходимо отметить, что эволюция информационно-коммуникативных каналов и появление Интернета существенным образом преобразовало современную систему средств массовой информации. Активным воздействиям и изменениям подвержены все аспекты функционирования СМИ – меняются условия их деятельности, структура и содержание, видоизменяется наполнение журналистской профессии [15, 1270]

В православной журналистике, как мы убедились выше, идет активное становление системы интернет-СМИ, развиваются технологии, осваиваются новые возможности, увеличивается число изданий и их читателей. «Миссия Церкви может и должна быть широко распространена в интернет-пространстве, - заявил в 2013 году Патриарх Кирилл. - Блоги, социальные сети — всё это дает новые возможности для христианского свидетельства. Не присутствовать там — значит расписаться в собственной беспомощности и нерадении о спасении собратьев. 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» [12].

В ответ на вызовы времени появился целый пул православных журналистов, активно работающих в интернет-пространстве. При этом назрела необходимость выделения и изучения тех факторов, которые определяют успешность такого труда.

В нашей работе мы разделим критерии эффективной деятельности православного интернет-публициста на два направления. Первое (личностные качества и набор профессиональных компетенций) относится к журналисту как таковому, второе включает в себя факторы успешности медиапродукта, создаваемого журналистом. Рассмотрим оба направления по порядку.

Итак, на эффективность профессиональной деятельности журналиста влияют не только его компетентность в плане создания медиаконтента, но и личностные качества. Это было доказано в 2014 году группой исследователей во главе с А. П. Меркурьевой [4, 7-12] на основе анализа деятельности и психологических особенностей 40 журналистов.

Эмпирическое исследование позволило обнаружить достоверные различия между успешными и неуспешными журналистами по показателям смысложизненных ориентаций, самоотношения, личностных особенностей и самоактуализации.

«Для успешных журналистов характерно наличие целей и планов на будущее, наполняющих жизнь смыслом и задающих вектор развития, им присуща уверенность в своих силах и ответственность за свою жизнь. В группе неуспешных журналистов наблюдается меньшая выраженность целей в будущем, недостаточная уверенность в своих силах, склонность к фатализму, убежденность в том, что жизнь человека мало подвластна сознательному контролю.

Успешные журналисты готовы к сотрудничеству, естественны в общении, внимательны к окружающим людям. Неуспешные - холодны, ригидны, менее гибки в общении, обособлены от окружающих.

Успешным журналистам присуща дисциплинированность, способность контролировать свои эмоции, они понимают и осознают свои желания, потребности, не склонны подстраивать свою деятельность под ожидания окружающих, демонстрируют смелость, независимость во взглядах, стремятся самостоятельно принимать решения. Неуспешные журналисты легкоранимы, обладают низкой эмоциональной устойчивостью, не уверены в себе и в том, что они интересны собеседнику. Неуспешные журналисты подвержены влиянию чувств, для них характерна осторожность, зависимость от окружающих и стремление соответствовать их ожиданиям.

По показателям самоотношения успешных журналистов отличает высокий уровень самоинтереса, самоупорства, ожидания позитивного отношения от других. Успешные журналисты в большей степени испытывают интерес к собственным мыслям и чувствам», - пишет о результатах исследования к.п.н. Зоя Дудченко.

Итак, выделим личностные качества, которые являются основой для успешной профессиональной деятельности журналиста. Это целеустремлённость, уверенность в своих силах, ответственность за свою жизнь, готовность к сотрудничеству, естественность в общении, внимательность к окружающим людям, дисциплинированность, способность контролировать свои эмоции, высокий уровень рефлексии, смелость и независимость во взглядах, самостоятельность в принятии решений, высокий уровень самоинтереса, самоупорства, ожидания позитивного отношения от других.

Перейдём к вопросу профессиональных компетенций, которыми должен обладать успешный интернет-публицист. «Наш ответ на информационные вызовы современности должен основываться на двух главных принципах. Во-первых, это стремление молитвой, словом и делом свидетельствовать об Истине в любых условиях, в каких бы мы ни оказывались. Во-вторых, это профессионализм, умение использовать инструменты масс-медиа в церковном делании», - отметил Патриарх Кирилл в своём докладе на Архиерейском Соборе 2013 года [12]. Что именно входит в этот профессионализм?

Классической схемой профессиональных компетенций журналиста в настоящее время принято считать декларацию, подписанную в 2006 году в Тарту европейскими школами и факультетами журналистики [3]. В последующем Европейская ассоциация преподавателей журналистики (ЕЈТА) проводила дополнительные исследования в рамках этого документа, но они касаются дифференциации компетенций в соответствии с важностью. Нас же интересует общий список основных журналистских компетенций. Согласно Тартуской декларации, их десять. Итак, журналист должен:

- понимать социальную роль журналистики и происходящие в ней изменения;
- находить подходящие темы и аспекты, учитывая общественные и производственные цели определённых медиа-каналов и СМИ;
- организовывать и планировать журналистскую работу;
- добывать информацию быстро, используя традиционные техники сбора фактов и методы исследования;
- выявлять главную информацию;
- структурировать информацию в журналистской манере;
- излагать информацию, используя соответствующий язык и эффективную журналистскую форму;
- оценивать результаты журналистской работы и нести за нее ответственность;
- быть готовым к сотрудничеству в команде или в редакционном коллективе;
- работать в профессиональных медиа организациях или в качестве фрилансера.

Учитывая специфику интернет-журналистики, мы выделим ещё один критерий – использование широкого спектра медиафайлов и средств их применения. Это условие того, что журналист будет известен потребителям медиаконтента разных видов, а значит, вырастет его узнаваемость и уровень

доверия. Именно об этих «инструментах масс-медиа» говорил Патриарх Кирилл в приведённой выше цитате [12].

«Эффективность деятельности СМИ может быть изучена и оценена только в сопоставлении с целями, которые ставит общество перед этими средствами», - пишет американский профессор Деннис Л. Уилкокс [24]. Это означает, что в процессе определения факторов эффективности церковного интернет-журналиста мы должны, безусловно, ориентироваться на задачи, которые ставит перед православной журналистикой Церковь.

Из «Основ социальной концепции Русской Православной Церкви» [18] можно выделить три основных функции, определяющие православную журналистику: просветительная, учительная и общественно-миротворческая. При этом основной целью православной журналистики Церковь определяет именно просветительную функцию – свидетельство о Христе, апостольскую проповедь. «Если православное СМИ пишет преимущественно о политических вопросах или о православной кухне, но не о Христе — то оно бесполезно», - отмечает в данном контексте Владимир Легойда [14].

Учительная функция призвана удовлетворить потребность людей в систематизированной, доступной, канонически верной информации о тех или иных догматах православного учения, аспектах церковного бытия, а также оценке общественно значимых явлений с точки зрения Церкви.

Православие является религией мирного духа, главной целью жизни христианина поставляя достижение любви. При этом христианское учение направлено на твёрдую защиту евангельских ценностей, смелую оценку проявлений зла в этом мире и борьбу с ним. Такой подход определяет общественно-миротворческую функцию православной журналистики.

Исходя из вышеизложенного, фактором эффективности православного журналиста является выполнение его материалами просветительной, учительной и общественно-миротворческой функций. При этом оценить подобные результаты (во всяком случае, в краткосрочной перспективе) представляется достаточно сложным. Однако определить направленность деятельности того или

иногo журналиста на решение трёх вышеуказанных задач может анализ его творчества.

Следующие факторы эффективности деятельности православного журналиста были выделены в итоговом документе V Общецерковного съезда епархиальных миссионеров Русской Православной Церкви, состоявшегося в 2014 году в Москве [8]. Исследователи отметили пять важнейших принципов церковной журналистики: христоцентричность (о чем бы ни писал журналист, он не должен забывать о Христе; все предлагаемые на суд читателей идеи должны быть укоренены в Евангелии); ненасильственность (не должны применяться средства обмана, методы манипулирования и т.п.); доступность (мысли должны быть доступно изложены с учетом образовательного, возрастного, культурного уровня конкретной категории читателей); адресность (необходимо доносить ту информацию, которая нужна именно данной категории людей); актуальность (соответствие насущным потребностям пользователей).

Изучив исследования отечественных и зарубежных теоретиков журналистики, а также официальные церковные документы, обозначим портрет успешного православного публициста:

- обладание профессиональными личностными качествами (целеустремленность, уверенность в своих силах, ответственность за свою жизнь, готовность к сотрудничеству, естественность в общении, внимательность к окружающим людям, дисциплинированность, способность контролировать свои эмоции, высокий уровень рефлексии, смелость и независимость во взглядах, самостоятельность в принятии решений, высокий уровень самоинтереса, самоупорства, ожидания позитивного отношения от других);
- владение профессиональными журналистскими компетенциями (согласно Тартусской декларации);
- использование широкого спектра медиафайлов и средств их применения;
- соответствие содержания материалов журналиста просветительной, учительной и общественно-миротворческой функциям;

- умение создавать материалы, соответствующие принципам православной интернет-журналистики (христоцентричность, ненасильственность, доступность для понимания, адресность подачи информации, актуальность).

Теперь рассмотрим основные критерии, соответствие которым позволяет публицистическому материалу становиться популярным в Интернете. А. М. Щербакова из редакции газеты «Ведомости» сформулировала эти критерии в своём докладе [28, 206] на научно-практическом семинаре «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (трагедия публицистики в информационном обществе)».

Исследователь отмечает, что хороший публицистический материал, как правило, посвящен злободневной теме, стилистически совершенен и может содержать определенную провокацию, чтобы заставить читателя задуматься. Действительно, по мнению британского журналиста Дэвида Рэндалла, «комментарий должен сообщать о новых толкованиях и взглядах — придавать новый смысл значению вещей» [22, 78]. Об этом же пишет М. Ким – согласно его исследованию, одним из главных критериев творчества является новизна созданного материала [10]. В числе основных факторов, привлекающих аудиторию, безусловно, присутствует и актуальность темы, считает А. М. Щербакова.

«Чаще всего сетевых читателей привлекают информативный заголовок и яркий лид», - дополняет ряд критериев автор. При этом основным элементом заголовочного комплекса, который может повлиять на читаемость, остается имя автора, выступающее как своего рода «бренд, гарантирующий высокое качество текста», - пишет А. М. Щербакова [28, 209].

На количество ссылок, которые повышают конверсию публикаций, влияет их длина. Как установил сетевой исследователь и маркетолог Нейл Пател, средняя длина 211 текстов, представленных в топ-10 Google, – около 2000 слов. Это трактуется таким образом: «Люди чувствуют, что контент ценен, и стремятся ссылаться на подробные тексты больше, чем на короткие» [31]. Таким образом, можно говорить о том, что читатель публицистики тяготеет к



подробным, аналитическим текстам и часто отдает им предпочтение перед поверхностными.

Считается также, что публицистический текст должен быть информативным, но при этом эмоционально сильным. Писатель и преподаватель Нью-Йоркского университета Уильям Зинсер советует: «Если уж вы взялись за перо, не тушуйтесь. Не надо в последний момент ослаблять свои высказывания увертками и оговорками» [5]. Предлагается придавать журналистскому материалу убедительность и напористость, текст должен выражать уверенность автора в правоте своих слов.

Таким образом, изучив исследования отечественных и зарубежных идеологов журналистики, мы можем определить критерии успешности публицистического интернет-материала. В них входят:

- актуальность;
- стилистическая выдержанность;
- определённая провокационность;
- новизна;
- информативность;
- убедительность;
- выделяющийся заголовок и лид;
- популярность автора;
- средняя длина в 2000 слов.

Итак, в процессе исследования нам удалось вывести понятие православной интернет-публицистики, рассмотреть её положение в современном медиа-пространстве, определить задачи, которые ставит перед своей деятельностью в сфере СМИ Русская Православная Церковь, а также выделить ряд критериев для оценки эффективности деятельности православного интернет-журналиста.

Отметим также, что помимо практической значимости для уже практикующих церковных журналистов, проведённое исследование представляется нам важной ступенью в разработке методологии обучения студентов на пастырских и богословских факультетах. Не только редактор

православного СМИ или автор тематического блога должен обладать компетентностью в предмете церковной журналистики, но и любой священник, одарённый литературно, может вести подобную творческую деятельность. Как писал известный дореволюционный пастырь Иосиф Фудель, "тем-то и велико и хорошо священство, что оно не замыкает дух в одну узкую область, а дает ему свободу воплощаться в самых разнообразных видах: богослужение, требоисправление, проповедь церковная, школьная деятельность, публицистика, духовное воспитание и т.д." [25, 28].

### Список литературы

1. Вардянян И.С. Герчикова Т.А. Публицистика как форма познания действительности // Публицистика в современном обществе: материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (трагедия публицистики в информационном обществе)» / Отв. редактор Б. Я. Мисонжников. Санкт-Петербург, 2013. 227 с.
2. Гранин Ю.Д. О новых аспектах изучения языка СМИ // Вестник электронных и печатных СМИ. М. : ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии (ИПК работников ТВ и РВ)», 2012.
3. Дрок Н. Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании / Электронный научный журнал «Медиаскоп»: выпуск №3. М. : Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2011. URL: <http://www.mediascope.ru/node/859> (дата обращения: 26.04.2018).
4. Дудченко З.Ф. Личностные особенности успешных журналистов // "Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы": выпуск №1(21). СПб. : СПбГИПСР, 2014. 156 с.
5. Зинсер У. Как писать хорошо. Классическое руководство по написанию нехудожественных текстов. М. : Альпина Паблишер, 2017. 292 с.
6. Интерфакс-Религия: российский информационный веб-портал. URL: <http://www.interfax-religion.ru/> (дата обращения: 26.04.2018).

7. Информационное агентство России ТАСС: религия. URL: <http://tass.ru/religiya> (дата обращения: 26.04.2018).
8. Итоговый документ V Общецерковного съезда епархиальных миссионеров Русской Православной Церкви // Томск: миссионерско-апологетический проект «К истине», 2014. URL: [http://www.k-istine.ru/mission/mission\\_v\\_kongress\\_final\\_document-01.htm](http://www.k-istine.ru/mission/mission_v_kongress_final_document-01.htm) (дата обращения: 26.04.2018).
9. Каминский П.П. Принципы исследования публицистики на современном этапе: научная статья // Вестник Томского государственного университета. Филология. Выпуск №1. Томск : Томский государственный университет, филологический факультет, 2007. 136 с.
10. Ким М.Н. Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. М. Трофимовой. СПб. : Питер, 2011. 400 с.
11. Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси. Доклад на Архиерейском Соборе Русской Православной Церкви / М. : Русская Православная Церковь: официальный сайт Московского патриархата, 2016. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4366063.html> (дата обращения: 26.04.2018).
12. Кирилл, Патриарх Московский и всея Руси. Доклад на Архиерейском Соборе Русской Православной Церкви / М. : Русская Православная Церковь: официальный сайт Московского патриархата, 2013. URL: <http://sobor.patriarchia.ru/db/text/2770747.html> (дата обращения: 26.04.2018).
13. Костикова Н.А. Православная журналистика: методологические особенности изучения эффективности деятельности / М. : «Радонеж.ру» : электронное периодическое издание, 2006. Режим доступа: <http://radonezh.ru/analytics/pravoslavnaya-zhurnalistika-metodologicheskie-osobennosti-izucheniya-effektivnosti-deyatelnosti-47690.html> (дата обращения: 26.04.2018).
14. Легойда В.Р. Православная журналистика может быть только христоцентричной / Сайт синодального отдела по взаимоотношениям Церкви

- с обществом и СМИ Московского Патриархата, 2014. URL: <http://www.sinfo-pr.ru/lvr-vera-i-slovo-participant-meeting.html> (дата обращения: 26.04.2018).
15. Машкова С.Г. Факторы эффективности интернет-СМИ // Вестник Тамбовского государственного технического университета: том 12, №4Б. Тамбов: ТГТУ, 2006. 1315 с.
16. МИА «Россия сегодня»: религия и мировоззрение. URL: <https://ria.ru/religion/> (дата обращения: 26.04.2018).
17. Новый Завет: с параллельным переводом. М. : Сибирская Благовонница, 2015. 1008 с.
18. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви / Под ред. А. Макарова. М. : Отдел внешних церковных связей Московского Патриархата ОВЦС МП, 2008. 174 с.
19. Паранько С. Редактор статей. URL: <https://vk.com/blog/longreads> (дата обращения: 26.04.2018).
20. Пресс-выпуск № 3577: Каждому возрасту - свои сети / Всероссийский центр изучения общественного мнения. 2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691> (дата обращения: 17.03.2018).
21. Публицистика: словарная статья // Википедия: свободная энциклопедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Публицистика> (дата обращения: 26.04.2018).
22. Рэндалл Д. Универсальный журналист / Пер. с англ. А. Порьяза. СПб. : ПроМедиа, 2000. 120 с.
23. Ужанков А. О специфике развития русской литературы XI - первой трети XVIII века. Стадии и формации. М. : Языки славянской культуры, 2009. 264 с.
24. Уилкоккс Деннис Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. М. : Инфра-М, ИМИДЖ-Контакт, 2004. С. 109.
25. Фудель С.И. Воспоминания. Свято-Троицкая Сергиева Лавра: Русский путь, 2016. 208 с.
26. Цвик В.Л. Введение в журналистику: учеб. пособие. М. : МНЭПУ, 2000. 77 с.

27. Шевченко М.Л. Религиозная журналистика: типы, принципы и проблемы институционализации / М. : «Православие и мир»: ежедневное интернет-издание, 2009. URL: <http://www.pravmir.ru/religioznaya-zhurnalistika-tipy-principy-i-problemy-institucionalizacii/> (дата обращения: 26.04.2018).
28. Щербакова А.М. Онлайн-журналистика мнений: между лайком и смыслом // Публицистика в современном обществе: материалы науч.-практ. семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов (трагедия публицистики в информационном обществе)» / Отв. редактор Б. Я. Мисонжников. Санкт-Петербург, 2013. 227 с.
29. LiveJournal : сетевое сообщество. URL: <https://www.livejournal.com> (дата обращения: 26.04.2018).
30. Melton J. Gordon, Martin Baumann. Religious Adherents of the World by Continent and Region // Religions of the World: A Comprehensive Encyclopedia of Beliefs and Practices: Second Edition. Santa Barbara, California; Denver, Colorado; Oxford, England: ABC-CLIO, 2010. 3200 p.
31. Patel N. How Content Length Affects Rankings and Conversions // Quick Sprout, 2002. URL: <https://www.quicksprout.com/2012/12/20/the-science-behind-long-copy-how-more-content-increases-rankings-and-conversions> (the date of application: 26.04.2018).
32. Prihod.ru: сеть православных сайтов. URL: <http://prihod.ru> (дата обращения: 26.04.2018).