

ПРЕДИСЛОВИЕ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОСКОВСКОГО ПАТРИАРХАТА XX – XXI ВВ.: ОТ ПЕЧАТНОЙ БУКВЫ К SEO

→ ЕВГЕНИЯ ЖУКОВСКАЯ,

кандидат социологических наук, лауреат Макариевской премии (2018), доцент кафедры филологии и журналистики Российского православного университета святого Иоанна Богослова, преподаватель Сретенской духовной семинарии, преподаватель Общецерковной аспирантуры и докторантуры святых Кирилла и Мефодия

Церковный медиаландшафт неоднороден и многослоен. Тому есть несколько причин: разное время появления в информационном пространстве, территориальные, а порой и национальные особенности информационной миссии, приверженность своей традиции. Так или иначе, отдельные факторы или их совокупность влияют на логику информационной политики и на реперные точки контентного плана любой церковной организации, представляющей свою деятельность в медиаполе.

Сегодня Русская Православная Церковь не только самая многочисленная Поместная Православная Церковь в мире, но один из самых мощных с информационной точки зрения религиозных институтов современности. Она объединяет десятки тысяч приходских, благочиннических, епархиальных, синодальных сайтов, газет, журналов, радио- и телепередач, подкастов, пабликов в социальных сетях и мессенджерах. Многомиллионная аудитория Московского Патриархата ежедневно потребляет гигабайты информации на десятках языках. Именно в Русской Церкви – единственной из Поместных Православных Церквей¹ – существует профильное ведомство, отвечающее не только за координацию медиапотоков, но и за управление системой церковной и околоцерковной, религиозной информации в современном мире².

¹ В других Поместных Православных Церквях функционал информационных ведомств соотносится с работой пресс-служб, информационных агентств Церкви, деятельностью редакций официальных сайтов и иных медиа этой Церкви.

² Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви, общества и СМИ. Образован 24 декабря 2015 года (журнал Священного Синода №98), до этого – Синодальный информационный отдел (учрежден 31 марта 2009 года, журнал Священного Синода №18).

Предпосылки к становлению информационной работы в таком масштабе были заложены задолго до церковного возрождения после празднования Тысячелетия Крещения Руси. Еще до революции основной рынок средств массовой информации в Российской империи был церковным. Консistorии и ведомства при Святейшем Правительствующем Синоде, лавры и монастыри, а также частные православные издатели выпускали тысячи изданий с совокупным многомиллионным тиражом. Это были и листки, и газеты, и журналы, и альманахи³. Печатный же формат увеличивал и без того огромную по нынешним меркам аудиторию в несколько раз, поскольку слово разносилось далеко за пределы одного церковного округа и читалось в общинах грамотными людьми, коих было меньшинство, всем остальным – безграмотным.

В 1905 и 1906 гг. в ходе совещания в рамках Предсоборного Присутствия готовились правила по наблюдению за произведениями духовной литературы, проектировалось создание Церковно-Печатного комитета при Святейшем Правительствующем Синоде. Особенностью этого проекта было совмещение издательской деятельности Церкви с ее наблюдением за печатью, то есть цензурой⁴.

Уже в 1915 г. Святейший Синод считал необходимым сосредоточить всю издательскую деятельность в одном учреждении. Это было нужно для усиления миссии Церкви и обучения людей основам православной веры. Однако такого решения принято в тот год не было. Во время Собора 1917–1918 гг. выявилась потребность в превращении церковной периодики в средство церковного проповедничества, именно пресса должна была сообщать о последних наработках в области церковной миссии, о формах развития церковной деятельности, высказывалась необходимость через СМИ научать пастырей гомилетике. Но и этим начинаниям не суждено было исполниться из-за кампании большевиков по уничтожению Русской Православной Церкви⁵.

³ Дооктябрьской революции 1917г. в Российской империи суммарный тираж церковных средств массовой информации в общем потоке периодики составлял свыше пятнадцати миллионов экземпляров, по некоторым данным с 1821 по 1917 гг. на территории Российской империи выходило около 400 церковных периодических изданий. См.: Нашихинская Л. В. Суммарный тираж только церковно-приходских и монастырских листков, выпускаемых в дореволюционной России, достигал свыше ста пятнадцати миллионов. // Официальный сайт Украинской Православной Церкви. Вестник № 40, 01.01.2005. Цит. no: http://pravoslavnye.org.ua/2005/01/lyubov_kashinskaya_summarniy_tirazh_tolkno_tserkovno-prihodskih_i_monastirskih_listkov_vipuskamih_v_dorevoljutsionnoy_rossii_dostigal_svishe_sto_pyatnadsati_millionov/

⁴ Подробнее см.: Жуковская Е. Е. К вопросу об информационно-издательской деятельности Русской Православной Церкви в начале XX века. // Вестник ПСТГУ II: История. История Русской Православной Церкви. 2016. Вып. 1 (68). С. 65–70.

⁵ Там же.

Уже к 1920 г. издание «Епархиальных ведомостей» осуществлялось лишь в тех уголках страны, где большевики не пришли к власти. До 1925 г. Церковь официально выпускала только настольные календари. Раскольникам и обновленцам при этом дозволялось издавать центральные и некоторые местные газеты, печатать брошюры, содержавшие главным образом нападки на каноническую Церковь⁶.

И хотя с 1931 по 1935 г. удалось организовать выпуск официального печатного органа – «Журнала Московской Патриархии», ни о каком развитии информационной деятельности Церкви говорить не приходилось. В этот период вышло 24 номера под редакцией Заместителя Патриаршего Местоблюстителя митрополита Сергия (Старгородского). Вместе с официозом здесь размещались «проблемные, богословские, церковно-исторические статьи, а также материалы по вопросам применения норм канонического права к исключительному положению, в котором находилась Русская Церковь». Митрополит Сергий был основным автором журнала⁷.

На долгие десятилетия в стране было запрещено высказывать свое мнение и вести информационную работу тем, кто причислялся государством к разряду неблагонадежных граждан и институтов. Альтернативная генеральной линии большевиков издательская деятельность была аннулирована, всеобщей церковной печати не стало. Получает распространение «самиздатовская» литература. По слову церковного исследователя, доктора богословия протоиерея Николая Балашова, верующие XX века, жившие в Советском Союзе, «писали довольно мало, потому что у них практически не было шансов увидеть свои творения напечатанными», поскольку «немногие способны на протяжении долгих лет продолжать одинокий подвиг писательства "в стол" или только для очень узкого круга близких друзей»⁸.

Частичная нормализация церковно-государственных отношений в годы Великой Отечественной войны позволила возобновить издание «Журнала Московской Патриархии» в 1943 г. Регулярный выпуск наладился в 1944 г., тогда же появилась редакционная коллегия, главным редактором был назначен председатель Издательского отдела Московской Патриархии, появился ответственный секретарь редакции.

С конца 1954 г. в «Журнале Московской Патриархии» выросло число богословских и церковно-исторических статей, но по-прежнему для

⁶ Цылин В. А., прот. История Русской Церкви 1917–1997. Книга Девятая. – М.: Издательство Спасо-Преображенского Валаамского монастыря, 1997. – С.78–84.

⁷ Там же, с. 649.

⁸ Балашов Н. В., прот. Фудель выдержал испытание долгим периодом безвестности. // Интернет-издание «Татьянин день», 24.03.2011. – <http://www.taday.ru/text/941276.html>

богословских публикаций было недостаточно места. В связи с этим в 1956 г. Московская Патриархия обратилась в Совет по делам религий с просьбой разрешить начать выпуск сборника «Богословские труды». Такое издание было необходимо, поскольку дело «подготовки пастырей и научно-богословских кадров не может быть полноценным при отсутствии возможности печатать богословские труды наших профессоров», – говорилось в обращении. Ответ был получен только в 1959 г.: было дозволено выпускать не 3000 экземпляров объемом 20 печатных листов, а лишь 1500 экземпляров. Сборник выходил раз в год, 500 экземпляров высылались за границу. В нем публиковались труды выдающихся ученых того периода: В. Лосского, священника Павла Флоренского, а также патрологические, литургические и иные труды современников⁹.

Развитие информационной работы Московского Патриархата с 1971 по 1985 гг. напрямую связано с деятельностью Издательского отдела Московской Патриархии и налаживанием взаимоотношений с другими христианскими конфессиями и религиями в рамках Всемирного Совета Церкви. Неоднократно были получены разрешения на участие Русской Церкви в Международных христианских теленеделях, ассамблее Всемирной ассоциации христианских коммуникаций (Европейское отделение), заседаниях Комитета коммуникаций Всемирного Совета Церквей, Международной книжной ярмарке во Франкфурте-на-Майне.

В 1987 г. Издательским отделом были предприняты первые попытки по выпуску собственной – общецерковной – еженедельной газеты, которая с 1989 г. стала регулярно выходить под названием «Московский церковный вестник». В ней публиковались проповеди, поучения святых отцов и их жития, рассказывалось об истории церковных праздников и давались наставления по поведению в храме. Газета задумывалась как массовое периодическое издание острой полемичной тематики.

Развернувшаяся широкая издательско-информационная работа вокруг Тысячелетия Крещения Руси не могла остаться незамеченной, и уже в итоговом определении Поместного Собора 1988 г. говорится: «С удовлетворением отмечая возможность расширения издательской деятельности, считать необходимым увеличение издания книг Священного Писания, творений святых отцов и молитвословов, а также катехизической, назидательной, богословской, церковно-исторической, литургической и другой литературы, необходимой для удовлетворения духовных нужд нашей многомиллионной паствы. Равным образом отметить важность увеличения наименований и тиража церковных периодических изданий с учетом

⁹ Цылин В. А. прот. История Русской Церкви 1917–1997. Книга Девятая. – М.: Издательство Спасо-Преображенского Валаамского монастыря, 1997. – С. 651–652.

разнообразия нужд и интересов верующего народа, а также учебных пособий для Духовных школ. Обратить внимание на необходимость церковных изданий на языках народов, верующие которых являются членами Русской Православной Церкви»¹⁰.

В 1990-е гг. священноначалие не раз подтверждало как важность налаживания системной информационной работы внутри Церкви, так и необходимость сотрудничества со светскими журналистами. В общецерковных документах этого периода можно встретить обращения к духовенству с призывом побуждать «журналистов к объективному, правдивому, полному и благожелательному освещению в средствах информации учения, духовно-исторического наследия и жизни Православной Церкви»¹¹. Издательская деятельность относится к миссионерскому служению наравне с проповедью, катехизацией, окормлением страждущих и обездоленных, литургической жизнью¹².

В 1996 г. появился Официальный сайт Московского Патриархата¹³, его работу курировал Отдел внешних церковных сношений¹⁴ под председательством митрополита Смоленского и Калининградского Кирилла¹⁵.

Год чествования 2000-летия Рождества Христова был отмечен Архиерейским Собором, на котором был принят эпохальный документ – «Основы социальной концепции Русской Православной Церкви». В нем впервые даются оценки информационной деятельности и взаимоотношениям Церкви со СМИ. Положения, регламентирующие возможность православного свидетельства посредством газет, телевидения, радио, интернета, изложены в предпоследнем разделе «Церковь и светские средства массовой информации». В документе выражается озабоченность Церкви недостатком нравственной ответственности, присущим ныне многим журналистам и руководителям средств массовой информации. Особенно подобное можно наблюдать на примере пропаганды пороков и греховной эксплуатации человеческих инстинктов¹⁶.

¹⁰ IV в) Определения Архиерейского Собора 09 – 11 октября 1989 г.

¹¹ П.10 Определения «О вопросах внутренней жизни и внешней деятельности Церкви» Освященного Архиерейского Собора Русской Православной Церкви 29 ноября – 2 декабря 1994 г.

¹² Послание Архиерейского Собора Русской Православной Церкви боголюбивым пастырям, честному иночеству и всем верным чадам Русской Православной Церкви 29 ноября – 2 декабря 1994 г.

¹³ До 1 октября 2009 г. – mospat.ru.

¹⁴ Юбилейный Архиерейский Собор Русской Православной Церкви 13 – 16 августа 2000 г. переименовал ведомство в Отдел внешних церковных связей.

¹⁵ 27 января 2009 г. Поместным Собором Русской Православной Церкви избран Предстоятелем Русской Православной Церкви.

¹⁶ Основы социальной концепции Русской Православной Церкви. XV.1. – М.: Отдел внешних церковных связей Московского Патриархата, 2001. – С.115.

Юбилейный Архиерейский Собор 2000 г. кроме всего прочего призвал епархии, приходы, монастыри и различные церковные учреждения активизировать собственные проекты, в том числе и медийные¹⁷, а также к всестороннему развитию «церковных средств массовой информации – печатных и электронных – на общецерковном, епархиальном и приходском уровнях»¹⁸.

В конце 2003 г. Священный Синод благословил проведение в ноябре 2004 г. I Фестиваля православных средств массовой информации в связи с 60-летием «Журнала Московской Патриархии» и 15-летием газеты «Церковный вестник». К участию приглашены церковные средства массовой информации, действующие в различных епархиях Русской Православной Церкви. Также принято решение обратиться к Предстоятелям Поместных Православных Церквей с предложением направить на фестиваль делегатов от средств массовой информации этих Церквей. Кроме того, Синод посчитал целесообразным приглашение к участию в мероприятиях фестиваля руководства и сотрудников светских средств массовой информации.

Бурный рост церковного медиапотока стал усиливаться появлением как собственных информационных проектов, так и различными формами сотрудничества со СМИ. Интернет переставал быть объектом дискуссии на тему «Можно ли православным пользоваться интернетом?». Работа трех сайтов, освещающих деятельность Патриарха (mospat.ru, patriarchia.ru, sedmitza.ru), интернет-страницы синодальных учреждений и епархий, а также отдельных приходских общин, первые просветительские сайты, среди которых самый популярный pravoslavie.ru, – все это вывело информационную миссию Московского Патриархата на качественно иной уровень. Вот почему ни для кого не стало удивительным появление в марте 2009 г. нового синодального ведомства – Синодального информационного отдела. С этого момента началась фундаментальная работа по стратегическому, комплексному созданию единого информационного пространства Русской Православной Церкви.

Интернет-СМИ и миссия в интернете с помощью различных информационно-коммуникационных технологий все эти годы находится под пристальным вниманием священноначалия. Просвещение людей в виртуальной реальности сегодня – вполне себе реальная деятельность миссионера. Сейчас кажется немыслимым, что еще в 2011 г. для помощи епархиальным управлениям был создан Стандарт присутствия епархий в интернете, а в 2013 г. Архиерейский Собор призывал духовенство и мирян вести миссию в социальных сетях. В третьем десятилетии XXI века это естественная для

¹⁷ П.19 Определения о вопросах внутренней жизни и внешней деятельности Русской Православной Церкви Освященного Архиерейского Собора Русской Православной Церкви 13 – 16 августа 2000 г.

¹⁸ Там же.

церковного человека среда общения и проповеди. Причем круглый год, а не только в отдельные праздничные или выходные дни.

К 2020 году назрела необходимость перехода на иную медийную глубину. Сотни церковных сайтов обновляются почти ежедневно, имеют адекватные времени дизайны и интерфейсы, свою аудиторию. Пользователи знают, что смотреть, слушать, читать на общецерковных ресурсах, что на епархиальных, а что на благочиннических и приходских. Изменяется и интернет-среда: она приобретает новые рельефы, покрывает все больше территорий земного шара, расширяет возможности для формирования коммуникационных связей между людьми из разных регионов страны и государств. Ежегодно, а на самом деле почти каждый месяц, меняются алгоритмы работы сайтов в интернете, способы их индексации, подходы поисковых систем к их продвижению.

Существуют специалисты по SEO – search engine optimization, то есть по поисковой оптимизации. Нельзя просто создать сайт и ничего с ним не делать, вывешивая расписание богослужений или редкие новости. При подобном подходе страницу в интернете не найдут даже свои, воцерковленные члены общины.

Поисковая оптимизация – это комплекс мер по внутренней и внешней эффективной работе сайта для поднятия его позиций в результатах выдачи поисковых систем по запросам пользователей. Когда мы ждем гостей, мы называем адрес. Раньше мы объясняли, как можно до нас добраться. Сейчас человек вбивает адрес в навигатор, в электронные сервисы карт в смартфонах и практически автоматически добирается до нужной локации по предложенному маршруту. Если у интернет-дома адрес не индексируется нигде, если у сайта нет трафика, то можно с полной уверенностью сказать, что интернет-миссия в ближайшие десятилетия будет провалена, несмотря на весь успешный опыт Церкви в медиарботе последнего столетия.

Информационная миссия одна из самых сложных как раз из-за того, что здесь нельзя стоять на месте, нужно постоянно повышать свои профессиональные компетенции и наращивать мышечную массу опыта. Курс «Продвижение ресурсов Церкви в интернете» дает возможность церковным медиаспециалистам идти в ногу со временем. Это первый опыт организации полноценной образовательной программы по повышению квалификации тех, кто занимается администрированием церковных сайтов. Первый опыт не только в Московском Патриархате, но и в православном мире. И, может быть, не только в православном, а для всей системы религиозных институтов. И крайне важно, что он родился в недрах команды информационно-просветительского интернет-портала «Приходы» – ведущего общецерковного ресурса, слоганом которого стала теперь уже крылатая фраза «Церковь – это жизнь». Жизнь полноводная и интенсивная, протекает ли она в интернете или под сводами храма.