

## ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

*Лейтмотивом последних лет стала тема развития гражданского общества Российской Федерации, усиления фактора личной инициативы в обществе, формирования сообществ активных людей, объединяющихся для решения социальных задач, консолидирующихся вокруг национальных приоритетов. Особый удел в этом процессе занимают сообщества православных граждан, которые могут быть задействованы в самых разных сферах жизни социума и ставящих во главу угла своей работы традиционные нравственные ценности, выраженные в православном вероучении.*

Как отмечал еще в 2015 году академик М.К. Горшков в исследовании «Российское общество и вызовы перемен», «повышенные значимости религиозного фактора и религиозных ценностей в современных социальных и политических практиках, конкурирование религиозных смыслов в сфере публичной и международной политики, коррелирует с необходимостью оптимизации управленческих стратегий и технологий для обеспечения ценностного единства и стабилизации социальной системы»<sup>49</sup>. Формирование православных сообществ дает возможность для такой оптимизации и, как следствие, снижает риски турбулентности социальной системы. Чем больше в ней устойчивых сообществ, тем устойчивее само общество.

Не в последнюю очередь формирование активной гражданской среды зависит от средств массовой информации и от того, имеет ли сообщество в информационно-коммуника-

<sup>49</sup> Российское общество и вызовы перемен. Книга первая / под. ред. М.К. Горшкова и В.В. Петухова. М.: Весь мир, 2015. С. 166.

ционном пространстве свою субъектность, насколько оно узнаваемо и как себя позиционирует. Если подобное сообщество возникло вокруг церковной организации, то нередко возникает необходимость разводить информационную кампанию сообщества и приходской или монастырской общины, а также подразделения епархиального управления или самой епархии (если сообщество образовано на этом уровне). По крайней мере, так было еще совсем в недавнем прошлом.

Почему так происходило? Тому есть несколько объективных причин. Отличаются цели и задачи информационного освещения института, где совершаются богослужения, и информационного освещения сообщества, деятельность которого связана подчас с внебогослужебной работой и общественным служением. В малых городах, районных центрах и селах социальные, образовательные, культурные программы нередко иницируются церковно- и священнослужителями: настоятелями храмов, благочинными, игуменами и игуменьями монастырей. Именно сюда приходят местные жители, чтобы поучаствовать в благотворительности, научить детей уму-разуму, переключиться от обыденности. При имеющейся нехватке в этих территориях учреждений дополнительного образования, оказания социально-медицинской помощи, культурно-досуговых клубов, театров, кинотеатров, домов культуры, приходы и монастыри восполняют эти пробелы. Открываются группы для детей и взрослых разного возраста для творчества, получения новых знаний, знакомства с традициями. Создаются театральные и музыкальные студии, появляются кабинеты психологической, социальной, юридической помощи.

Как в таком случае, кроме «сарафанного радио», оповестить округу о подобных начинаниях? Как дать сигнал, что речь идет не об участии в таинствах или прозелитизме, а об ответе религиозных институтов на запросы общества, о выполнении православными гражданами в некотором роде социального заказа – наравне с другими социальными институтами, общественными организациями? На помощь при-

ходят средства массовой коммуникации. В средства массовой информации церковным программам попасть непросто, однако наличие сегодня возможности любому актору через социальные сети и мессенджеры присутствовать в публичном поле открывает немало перспектив.

Мы все чаще наблюдаем, как религиозные организации демонстрируют социуму отличную, как только богослужебную и требоисполнительскую, модель общественного служения. Ее можно назвать просветительской, продвигающей в мир православные духовные традиции и церковные устои. Более того, именно приходы и монастыри, особенно в малых территориях, сегодня становятся проводниками социокультурной политики, нацеленной на консолидацию общества вокруг реального опыта реальных людей по возрождению среди современников интереса к христианской культуре. Эти тенденции наблюдаются не только в России, но буквально во всех странах, на которые простирается каноническая ответственность Русской Православной Церкви. У этой социокультурной политики есть совершенно четкий аспект – ориентация на традиционные ценности и ориентация на евангельские ценности и заповеди. В этом многополярном и многозвучном социуме необходимы институты, которые совершенно четко, не размывая мировоззрения, говорили бы о том, что для них главное, ясно свидетельствовали о целеполагании и векторах, которые связывают прошлое, настоящее и будущее русской нации. Вокруг церковных проектов складывается сообщество активных и неравнодушных людей, кому дороги идеалы добра и справедливости, кто пытается в хоре различных «духовных практик» услышать тональность истинной духовности.

Непростые события в одном из уральских монастырей, противостояния вокруг строительства храмов, различного рода информационные провокации и скандалы вокруг духовенства или епархий говорят нам о том, что существуют средства массовой информации, которые ищут повода писать о Церкви плохо, не замечая ее успехов на общественном поприще. Как работать в такой ситуации? Нужно действительно

найти как можно больше медийных партнеров и дружественных средств массовой коммуникации. Прежде всего, наладить контакты с районной прессой.

Районная журналистика, несмотря на жесткую коммерциализацию, сохраняет социальную мировоззренческую максиму. Корреспонденты и обозреватели районных средств массовой информации не просто знают местных активных граждан, они умеют качественно доносить до целевой аудитории информацию. Пока еще именно в районной журналистике сосредоточены асы пера. В ней в меньшей степени появляются фейки, поскольку в районах все друг друга знают и легко установить, что правда, и что вымысел или домысел. Такая журналистика в большей степени о человеке, чем об идеологии. Вот почему приходы и монастыри вместе с журналистами могли бы создавать массу новых проектов и продвигать свои идеи, а журналисты помогли бы упаковывать смыслы так, как их воспринимает читатель, зритель, слушатель. И тогда, может быть, таких провокационных историй как с монастырем в Первоуральске будет по минимуму, а значит, будет предупреждено формирование точек напряжения в обществе. Подобные ситуации не способствуют усилению гражданского общества. Напротив, отбрасывают нас в зону социальной турбулентности и радикализации отношений между разными участниками общественных процессов.

В первую волну пандемия весной 2020 года в светской части общества Русскую Православную Церковь попытались выставить в массмедиа в очень некрасивом свете. История с непослушанием священноначалию в ответ на призыв вводить и усилить противоэпидемические меры в самых главных обителях Московского Патриархата, было воспринято агрессивно. Но ведь и история развернулась так, что неправыми оказались именно те представители церковного сообщества, кто противился священноначалию: там, где не была введена самоизоляция, произошел всплеск заболевания, в результате последовал высокий процент заражения среди братьев и сестер, клириков, сотрудников, прихожан и паломников, а затем и огромное количество смертей. Образу

Церкви в информационном пространстве был нанесен серьезный урон.

Задача церковных средств массовой коммуникации заключается в том, чтобы свидетельствовать миру о конкретных личностях, чтобы публикации раскрывали портреты духовенства, монашествующих, мирян. Если молчать о нашем богатстве – людях, то во внешней среде о Церкви так и будут продолжать думать как о недалеких, средневековых людях, которые против научно-технического прогресса и современников.

Публичный образ немислим без правды. Информационная миссия – это говорить правду Божию. На том месте, куда человека поставил Господь и в том качестве, которое ему определено. Мирянину – как мирянин, монаху – как монах, священнику – как священник. Если ради ложного смирения и верности заветам неинформационной эпохи убежать от того, чтобы создавать достоверный образ Церкви, то художниками портрета Церкви станут те, кто заинтересован в его искажении. Необходимо запускать проекты по знакомству с людьми Церкви. Для информационно-коммуникационной среды не следует выпускать исторические монографии: пусть они будут достоянием научного сообщества. Аудитории нужны серьезные публицистические очерки.

Вместо заключения важно обозначить перспективы, которые могут быть у приходов, монастырей и епархий. Юридическое лицо, зарегистрированное в Российском государстве как некоммерческая организация, в том числе религиозные некоммерческие организации, имеют все права согласно Федеральному закону «О некоммерческих организациях» (№7-ФЗ от 12.01.1996). В каждом регионе и в большинстве российских городов есть ресурсные центры и в местной администрации есть люди, в полномочия которых входит выстраивание отношений с некоммерческим сектором. У приходов, монастырей и епархий есть все основания обращаться сюда за помощью. Не деньги на уставную деятельность просить, а говорить о важности медийной поддержки своей социокультурной деятельности, чтобы при содействии

ресурсного центра или уполномоченного лица местной администрации складывалось сотрудничество религиозной организации со средствами массовой информации. Например, делались афиши и анонсы предстоящих событий, а затем они размещались на городских и районных билбордах и стендах.

Законодательно у некоммерческих организаций немало возможностей, в том числе в рамках диалога с государственной властью и общественными институтами. Не стоит ими пренебрегать, ведь самоизоляция приведет только к забвению. Если местные журналисты по каким-то причинам не идут на контакт с каноническим подразделением Московского патриархата, помощником в этом деле могут быть ресурсные центры. На законодательном и правовом уровне созданы все условия, чтобы информационная миссия Церкви развивалась разножанрово, разноформатно и разнопланово.

**Евгения Евгеньевна Жуковская,  
кандидат социологических наук,  
автор концепции и редактор-составитель  
учебника «Церковь и медиа»**