

СИСТЕМА РАБОТЫ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ МОСКОВСКОГО ПАТРИАРХАТА

© 2024 *Симонов И.В.*

Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского
г. Нижний Новгород (*Россия*)
isimonov@yandex.ru

В РПЦ МП создана централизованная система работы по связям с общественностью. Центральным церковным институтом, организующим PR-деятельность, является Синодальный Отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации.

Ключевые слова: Русская Православная Церковь Московского Патриархата, связи с общественностью, религия, Синодальный Отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации, В.Р. Легойда, Отдел внешних церковных связей РПЦ МП, Пресс-служба Патриарха Московского и Всея Руси.

К настоящему времени религиозными объединениями давно пройден этап их первоначального восстановления после атеистических десятилетий, период адаптации к реалиям современной социальной жизни и информационного общества.

Объективной потребностью для религиозных организаций России является полноценное использование арсенала приёмов public relations, несмотря на специфику своей деятельности по сравнению со светскими общественными структурами. В первую очередь это касается ведущей религиозной организации страны: Русской Православной Церкви Московского Патриархата, которая находится в многообразных отношениях с «миром», с «невоцерковленными» людьми, включая отношения административные, социально-культурные, финансовые и общественно-политические.

В церковной среде нередки дискуссии, в ходе которых подчеркиваются трудности в работе по public relations и опасности искажения миссии Церкви в ходе их реализации. Так, игумен Нектарий (Морозов) в

своем докладе «Церковь и PR: границы допустимого» на XVI образовательных Рождественских чтениях в г. Саратове отметил: *«Современным секулярным обществом, не понимающим или же сознательно игнорирующим уникальную природу Церкви как Тела Христова, Церковь воспринимается, прежде всего, как некий социальный институт или организация. Эта ошибка в восприятии ... не может не сказываться и на нас, на людях, исполняющих в Церкви то служение, которое можно отнести к разряду общественных. ... Собственно говоря, здесь, в области общественных взаимоотношений или связей с общественностью, того, что именуется словом public relations, и возникает тема пиара и одновременно с этим опасность очень серьезной внутренней подмены...»* [6]. Опасность, по мнению богослова, состоит в том, что церковные журналисты и люди, отвечающие в Церкви за связи с общественностью, воспримут светские, нецерковные подходы к public relations, когда *«честность и добросовестность в области пиара — понятия весьма условные»*. Игумен Нектарий призывает помнить, что все церковные журналисты являются *«миссионерами, служителями Слова»*. *«Иначе мы рискуем превратиться в профессионалов-идеологов, пропагандистов, бойцов информационного фронта, но никак не в последователей апостолов... Если церковный пиар возможен и имеет право на существование, то сущность его должна заключаться в этом и ни в чем другом: свидетельствовать истину о Православии и о Церкви, но делать это интересно и профессионально, понимая тот, как принято говорить, формат, в котором доступна проповедь не для священника на церковном амвоне, а для журналиста на газетной полосе или в телеэфире»* [6], — заключает церковный деятель.

В настоящее время церковные структуры стараются, в целом, избегать слова «пиар». Так, открытая в 2010 году «кафедра журналистики и PR» [5] в Российском православном университете (РПУ), находящимся под эгидой Московского Патриархата, сейчас называется просто «кафедрой журналистики» [2].

На общецерковном уровне PR-деятельностью занимаются прежде всего три следующие структуры:

- Синодальный Отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации;
- Синодальный Отдел внешних церковных связей;
- Пресс-служба Патриарха Московского и Всея Руси.

Центральным институтом РПЦ МП, организующим ей работу по связям с общественностью, является Синодальный Отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации (ОВЦОСМИ). Данная структура неоднократно реорганизовывалась: в нынешнем виде Отдел был создан в 2015 году путем слияния Синодального Информационного Отдела и Синодального Отдела по взаимоотношениям Церкви и общества, которые были учреждены в 2009 году.

В качестве основных задач ОВЦОСМИ определены: осуществление связей с органами законодательной власти, политическими партиями, профессиональными и творческими союзами, иными институтами гражданского общества на канонической территории Московского Патриархата, формирование единой информационной политики Русской Православной Церкви, координация работы информационных подразделений епархий и синодальных учреждений, а также взаимодействие с православными и светскими СМИ [3].

ОВЦОСМИ ведет несколько постоянных проектов, среди которых международный фестиваль православных СМИ «Вера и Слово» (проводится раз в два года), Международные Рождественские чтения, «Гриф Отдела» (публикация списков СМИ России, которые рекомендуются к распространению в православных приходах, грифом наделяются СМИ после проведения Отделом их экспертизы), «Борьба с злоупотреблениями в сети Интернет» (обнародование имен лжесвященнослужителей и адресов мошеннических сайтов, осуществляющих сбор пожертвований от имени РПЦ МП).

ОВЦОСМИ осуществляет также методическую помощь епархиальным пресс-службам. Так, были подготовлены и затем переизданы подробные «Методические указания по организации работы епархиальной пресс-службы» [1, с.13]. Большинство разделов данных методических рекомендаций не имеют принципиальных отличий от подобных рекомендаций для светских пресс-служб, однако значительное место в них уделено церковной специфике, проблемам, связанным с особенностями церковной практики.

«Журналисты..., особенно в регионах, по старинке воспринимают Церковь как что-то скучное, малоинтересное: священники, покойники, монотонные службы с кадильным дымом, в который не может проникнуть луч света... Не располагают к себе и невнятные рассказы о праздниках, произнесенные на малопонятном современникам языке. Им тяжело найти место не только на страницах прессы, но и в радио- или те-

лезфире. Нужно помнить о том, что большинство журналистов не владеют церковной лексикой», – отмечается в методических рекомендациях [1, с.13].

Синодальный Отдел внешних церковных связей (ОВЦС) – одно из старейших учреждений РПЦ МП, созданное еще в 1946 году под названием Отдел внешних церковных сношений (ОВЦС). В советское время и некоторое время после распада СССР ОВЦС-ОВЦС исполнял функции PR-структуры, деятельность которой была направлена в значительной степени на внутреннюю аудиторию СССР: осуществлял связи с прессой, органами законодательной и исполнительной власти. В 2009 году функции ОВЦС были сужены: в настоящее время он занимается лишь связями с зарубежьем и межрелигиозным диалогом [4].

Пресс-служба Патриарха Московского и Всея Руси действует в тесном взаимодействии с Синодальным Отделом по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации. В настоящее время обе структуры возглавляет один и тот же человек – В.Р. Легойда.

Таким образом, сегодня в РПЦ МП создана структурированная формализованная и централизованная система работы по связям с общественностью как на общецерковном уровне, так и на уровне митрополий и епархий. В их работе строго учитывается религиозный контекст и соответствие информационной деятельности принципам и нормам учения Церкви.

Список литературы

1. Жуковская, Е.Е. Методические указания по организации работы епархиальной пресс-службы / Е.Е. Жуковская. – М.: Управление делами Московской Патриархии. Синодальный информационный отдел, 2010. – 70 с.
2. Кафедра журналистики // Российский Православный Университет святого Иоанна Богослова. 06.12.2016 [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <http://rpusib.ru/religious/filologii-i-zhurnalistiki.html>. – Дата обращения: 26.01.2023.
3. Об Отделе // Синодальный Отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <https://sinfo-mp.ru/obshhaya-informaciya>. – Дата обращения: 10.01.2024.

4. Об Отделе. Отдел внешних церковных связей Московского Патриархата [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <https://mospat.ru/ru/department/>. – Дата обращения: 10.11.2023.

5. Российский православный университет – в новый год, в новый путь // Правмир. 3 сентября 2010. [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pravmir.ru/rossijskij-pravoslavnyj-universitet-v-novyj-god-v-novyj-put/>. – Дата обращения: 11.12.2023.

6. Церковь и PR: границы допустимого // Православное Поволжье: информационно-аналитический портал Саратовской Митрополии [Электр. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eparhia-saratov.ru/Articles/cerkov-i-pr-granicy-dopustimogo>. – Дата обращения: 25.01.2024.

THE SYSTEM OF PUBLIC RELATIONS WORK IN THE RUSSIAN ORTHODOXIAN CHURCH OF THE MOSCOW PATRIARCHATE

Simonov I.V.

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

A centralized public relations system has been created in the ROC MP. The central church institution organizing PR activities is the Synodal Department for Relations between the Church and Society and the Media.

Keywords: The Russian Orthodoxian Church of the Moscow Patriarchate, public relations, religion, Synodal Department for Church Relations with Society and the Media, V.R. Legoyda, Department for External Church Relations of the Moscow Patriarchate, Press Service of the Patriarch of Moscow and All Russia.