

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

### **Роль СМИ во взаимодействии РПЦ и российского общества в 21 веке**

*Володин Эдуард Игоревич*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия*

*E-mail: edo-volodin@mail.ru*

Русская Православная Церковь всегда занимала важное место в жизни российского общества. На протяжении многих столетий церкви и монастыри служили местом духовного воспитания и помощи населению русских земель. Монахи, священники и проповедники были опорой и духовными наставниками русских солдат во все времена от Куликовской битвы до Великой Отечественной войны.

Православная церковь выдержала много испытаний от реформ Петра Великого до репрессий и преследования в годы Советского Союза. И, несмотря на все невзгоды, обрушившиеся на православие в Российском государстве, Русская Православная Церковь продолжает оставаться одним из основных институтов российского общества. Данное утверждение основано на неоднократных заявлениях высшего руководства страны об особой роли РПЦ в обществе и в деятельности всего государства [1]. Помимо заявлений государственных деятелей и политиков о том, что православие играет важную роль в жизни россиян, об этом говорят данные различных социологических опросов. Так, проводимые ВЦИОМ исследования показали, что количество православных среди граждан РФ возросло с 70% в 2009 году до 75% в 2010-ом [2].

Одним из основных инструментов коммуникации представителей церкви с прихожанами, до появления современных средств массовой коммуникации, были службы и божественные литургии в храмах и монастырях всего государства, с помощью которых церковь пыталась донести до человека христианские догмы и ценности. Не исключается этот вид коммуникации представителей церкви с мирянами и сегодня. Количество храмов и монастырей на территории России с каждым годом увеличивается [3], и эти показатели являются еще одним подтверждением того, что диалог между церковью и обществом становится более открытым и востребованным для обеих сторон, чем это было в советские годы. Но реалии современного общества вынуждают изменять информационную политику даже такие традиционные институты как Русская Православная Церковь.

В наши дни, для того чтобы поддерживать коммуникацию с обществом, РПЦ ведет активную информационную кампанию с помощью традиционных СМИ и новых медиа. Помимо федеральных и региональных изданий общей направленности, в которых достаточно часто цитируются мнения отдельных религиозных деятелей по различным общественно-значимым вопросам, для построения коммуникации РПЦ использует собственные печатные издания (напр. Журнал Московской Патриархии). Так же РПЦ ведет активную информационную деятельность в интернете, используя интернет-сайты информативной, просветительской и церковно научной направленности.

Исследование по данной теме проводится с целью показать, как традиционный общественный институт существует и функционирует в информационном поле России 21

века и какую роль играют СМИ во взаимодействии Русской Православной Церкви и общества.

### **Литература**

1. Министерство иностранных дел РФ: <http://www.mid.ru/>
2. ВЦИОМ: <http://wciom.ru/>
3. «Радонеж»: <http://www.radonezh.ru/>