

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

### **Репрезентация Русской Православной Церкви в виртуальном пространстве**

***Ермакова Мария Викторовна***

*Аспирант*

*МГУ - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Факультет иностранных языков и регионоведения, Москва, Россия*

*E-mail: [myermakova@rambler.ru](mailto:myermakova@rambler.ru)*

Русская православная церковь с недавнего времени, а именно с 1997 года, начала активно осваивать виртуальное пространство. Может быть, процесс начался и раньше, учитывая огромное количество неофициальных сайтов и ресурсов, посвященных Православию в России. Интернет можно считать универсальным средством коммуникации, в котором реальность и действительность открываются как гипертекст [1], так как он соединяет в себе черты всех других средств коммуникации – печатных СМИ, телефона, радио, телевидения. Более того, Интернет интерактивен. Он характеризуется в одно и то же время низкой степенью участия и высокой степенью участия аудитории – по желанию самой аудитории. Благодаря своим свойствам, Интернет давно уже стал площадкой, на которой разворачиваются все актуальные события. Церковь, как институт с тысячелетней историей, строго следящий за сохранением традиций и являющийся достаточно консервативным учреждением, сталкивается с определенными трудностями в виртуальном мире. Это утверждение представляется справедливым по отношению ко всем государственным Церквям, исторически закрепленным на определенной территории. Виртуальная реальность представляет собой новую площадку для осуществления христианской миссии, где можно привлечь новых верующих, заинтересовать широкую публику своей деятельностью. Проанализировав официальный сайт РПЦ как представительство в Интернете, можно обнаружить много интересных фактов. Прежде всего, возникает вопрос, какие цели преследовала Церковь, именно таким образом выстраивая свой сайт, то есть свою официальную репрезентацию в Интернете, чем руководствовалась, подбирая контент? Церковь стремится использовать все доступные каналы связи для обращения к людям. Она начинает активно сотрудничать с государством и поддерживать политику, проводимую в различных сферах. Причем эта связь: Церковь - Государство не односторонняя. Как Церковь интересуется и проявляет себя в сферах политики, так и мирская власть и суета проникает в Церковь. Официальный сайт можно рассматривать как репрезентацию Церкви в виртуальном пространстве. Конечно, эта репрезентация не всегда может точно отражать те или иные признаки создателя, однако именно в том случае, если мир не может отображаться таким, каков он есть, и регистрировать свои мгновенные изменения, напрашивается вывод, что вместо такого отображения твердые основания нужно искать в интересах, манипулирующих системой по своему умыслу, — а значит, приписать состояниям и операциям системы какие-то внешние причины. Но для самой системы они остаются личными, бесплодными мнениями, которые, в свою очередь, могут быть приписаны интересам того, кто их выражает [2]. В целом, можно говорить о том, у виртуальной официальной репрезентации РПЦ в Интернете есть возможности для дальнейшего развития и модернизации. Двусторонняя коммуникация, интерактивность, реклама обширной социальной деятельности,

повышение доверия населения за счет прозрачности – любое из этих направлений существенно увеличит посещаемость сайта.

### **Литература**

1. Калмыков А.А., Коханова Л.А., Интернет-Журналистика, 2005. [Электронный ресурс]: авторский проект Екатерины Алеевой. – Электронные данные – М., [2012]. – Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text16/025.htm>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз.рус.
2. Никлас Луман, Реальность масс медиа, М.:Праксис, 2005.