

Приходские СМИ: проблемы и перспективы

1) Актуальность темы. *«Итак идите, научите все народы, крестя их во имя Отца и Сына и Святаго Духа»* (Мф 28:19). Исполняя евангельскую заповедь, Церковная пресса имеет несомненное духовно-просветительское и миссионерское значение. Для тех, кто не ходит в храм, кто сомневается, кто находится в интеллектуальном и духовном поиске, СМИ становятся подчас единственным каналом, по которому можно получить информацию о вере Христовой. Особенно действенны они в отношении молодежи – ведь не секрет, что значительная часть молодежи предпочитает не читать, а смотреть или слушать. Грамотно поданная информация о Православии может привести в храм много сердец, еще не определившихся в вопросах веры и смысла жизни.

На данную тему на Епархиальном собрании города Москвы в 2009 году Святейшим Патриархом Московским и всея Руси Кириллом было сказано следующее: *«Храмы должны быть просветительскими и миссионерскими центрами; большую роль в этом способны сыграть православная периодика и книги. Для этого необходимо, чтобы православная печатная продукция была бы широко представлена... Духовенству важно понимать, что эти издания могут стать серьезным подспорьем в миссионерской, пастырской и просветительской работе»¹.*

Значение издательской деятельности Русской Православной Церкви в деле духовного просвещения верующих весьма велико — ведь сфера влияния печатного слова гораздо шире, чем устной проповеди, и церковный писатель имеет гораздо большие миссионерские возможности, чем один даже очень хороший проповедник. И действительно, нельзя не признать, что эффект от небольшого приходского листка может быть сопоставим с результатами просветительской работы миссионеров, обходящих целые села и веси.

Если мы говорим об электронных СМИ, то здесь эффект может быть гораздо выше. Вовлеченность большинства населения в Интернет-пространство расширяет границы Миссии Церкви.

2) Приходских СМИ (СМИ печатные и электронные). Необходимо отметить, что каждый приход состоит их людей, которые получают информацию о жизни конкретного прихода благодаря нескольким форматам:

- 1) объявления священника;

1

¹ Доклад Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилл на епархиальном собрании г. Москвы от 23 декабря 2009 г. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/969773.html>.

2) информация о приходе на печатных носителях;

3) информация о приходе на просторах Сети.

В настоящее время, электронные СМИ, в том числе приходские, набирают популярность благодаря следующим причинам:

1) легкость создания контента;

2) отсутствие материальных затрат;

3) массовая вовлеченность людей в поиск информации на просторах сети.

К сожалению, эти причины создают много ошибок у тех, кто пользуется электронными СМИ в качестве донесения информации до аудитории (Подробное изучение ошибок будет рассмотрено в следующей главе).

Грамотное пользование средствами для создания информации в сети позволяют качественно донести информацию о приходе и событиях приходской жизни.

На сегодняшний день почти каждый приход имеет свой сайт или страницу в социальной сети, но, к сожалению, достойными средствами массовой информации можно назвать лишь небольшой их процент.

Располагая статистикой о печатных приходских СМИ Санкт-Петербургской митрополии, могу предложить следующую информацию:

1. Только 2% приходов митрополии выпускают печатную периодику;
2. На 2018 год 44% приходских изданий не имеют электронного архива на страницах Интернета.
3. 76% изданий имеют оригинальное содержание.
4. Только 24 % изданий имеют качественную графику и дизайн.

Если заняться изучением электронных приходских СМИ нашей митрополии или епархии, то статистика, на мой взгляд, будет иметь следующие результаты:

1) 90% приходов представлены в сети;

2) 10-20% приходов представлены в сети на качественном и достойном уровне.

3) Ошибки и проблемы современных приходских СМИ.

- отсутствие оригинальности контента (материала);

- нерегулярность публикации материала и отсутствие оперативности;

- ошибки в использовании внутрицерковной лексики (наименования сана священнослужителей и т.д.);

- отсутствие или низкое качества медиа;

- «богослужение – это не новость» - концентрация приходских СМИ только на совершении богослужений;

- «НастоятелеЦентричность» - концентрация приходских СМИ только лишь на служении и деятельности настоятеля.

4) Рекомендации для редакторов приходских СМИ на основе собственного опыта.

1) При создании приходского сайта, важно понять, какой сайт необходим: статичный или динамичный. Если выбран формат динамичного сайта, значит следует регулярно его обновлять.

2) Тематика печатных выпусков должна иметь четкую направленность (миссионерский листок/информационный листок и и т.д.);

3) Не пытайтесь всё делать сами. Распределите обязанности между заинтересованными членами приходской общины;

4) Старайтесь выделять сайту вашего прихода или странице в соц. Сети хотя бы 30-60 минут в день;

5) Необходим медиа контент;

6) Старайтесь публиковать только лишь ту информацию, которая относится напрямую к вашему приходу.

7) Приходские СМИ должны проверяться и контролироваться напрямую действующим настоятелем прихода;

8) Старайтесь публиковать ту информацию, которая будет интересна всем прихожанам храма.

9) Приход – это люди. Поэтому больше информации о прихожанах.

5) Медиа-контент.

Как уже говорилось выше, публикации в СМИ необходимо сопровождать визуальным рядом. Это может быть как фото-контент, так и видео-контент.

Остановимся на фотографиях. Фотографии с конкретного мероприятия или богослужения должны отображать несколько вещей:

1) Место события;

2) Основные лица (при богослужении - духовенство, прихожане);

3) Основные идеи события.

Фотосъемка в храме, а особенно на богослужениях должна быть согласована с настоятелем. Фотограф не должен мешать молящимся в храме своими движениями, «щелканьем» фотоаппарата или вспышкой. Необходимо заранее оговорить с настоятелем те моменты богослужения, в которые фотографировать неуместно (например, Причащение).

Заключение

Разумеется, приход, где общинная жизнь находится еще в стадии становления, едва ли способен к созданию полноценного и качественного приходского СМИ.

И даже если у Вас нет множества подписчиков, и иногда кажется, что Ваше информационное служение никому не нужно, не стоит бросать уже начатое дело, закрывать сайт, забрасывать страницу в социальной сети или переставать издавать газету. Возможно, информационное служение (а это именно служение!) окажется тем зерном, из которого впоследствии родятся новые служения, а общинная жизнь станет ярче, насыщеннее интереснее.