

**игумен ХРИЗОСТОМ (Елисеев),
старший преподаватель кафедры православного вероучения
Российского православного университета**

РАБОТА В ЕПАРХИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЕ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ФОРМА ЦЕРКОВНОГО СЛУЖЕНИЯ

*Доклад на научном семинаре «Церковнослужитель и его место в церковной иерархии»
5 октября 2015 года, историческая резиденция московских митрополитов в Черкизове*

Традиционно работа по связям с общественностью понимается как «многогранный, многоплановый вид деятельности, основой которой является коммуникационный процесс» [1]. Коммуникационный же процесс – «это обмен информацией между отдельными людьми или группой лиц» [2]. Но церковное служение – это не просто обмен или предоставление информации по различным вопросам. Церковное служение на коммуникационном поприще состоит в том, чтобы взаимодействуя с обществом, «освящать и обновлять его, вкладывать новое содержание в привычный образ жизни» [3], по слову апостола Павла, «да будет Бог все во всем» (1 Кор. 15, 28). И сегодня перед православными богословами и церковнослужителями стоит вопрос поиска новых коммуникационных форм, а также способов их применения и выражения, не противоречащих христианской вере, преобразуя их в свою очередь в средства спасения.

По слову Святейшего Патриарха Кирилла: «перед Церковью стоит важная задача – научиться вести проповедь с широким использованием тех возможностей, которые сегодня предоставляют средства массовой информации». В свою очередь, коммуникативные технологии являются практическими приложениями динамично формирующихся новейших областей знания. Такие коммуникативные науки как паблик рилейнз, теория массовой коммуникации, конфликтология и антикризисные коммуникации и т.д. являются относительно новыми для нас науками, которые можно и нужно использовать в процессах построения современной работы в епархиальной структуре по связям с общественностью. Это означает, что Церковь и церковнослужитель, в частности, должны уметь свидетельствовать истину о Православии и о Церкви, но делать это интересно и профессионально, понимая и работая в том формате, в котором доступна и уместна проповедь не для священника на церковном амвоне, а для специалиста на газетной полосе или в теле-радиоэфире. Поэтому возможное умение, профессиональные навыки специалистов по коммуникативным наукам помогут гибче и эффективнее работать на поприще церковного служения.

Тем не менее в сознании многих людей такое слово как паблик рилейнз (ПР) ассоциируется с чем-то негативным, нечестным. Действительно, с помощью определенных инструментов ПР можно слепить, сконструировать несуществующий образ, сотворить маску, за которой скрывается подлинное, но неизвестное миру лицо. Это и дает основания для обвинений в изощренном обмане. Но здесь уместно вспомнить, что Православие накладывает определенные ограничения на применение ПР технологий: еще в первом веке ученик святого апостола Павла св. Дионисий Ареопагит утверждал, что чистым целям должны соответствовать чистые средства. Потому ни о каком сознательном искажении правды и «черном ПР» кого-либо не может быть и речи. Исходя из этого, также подразумевается, что церковнослужитель формирует основное направление своей деятельности не как создание с его точки зрения выгодных Церкви мифов и иллюзий, а как

объективное освещение ее жизни, чтобы люди имели верную и непредвзятую информацию о ней.

Аудитория приучена ждать от информации «объективности», т.е. беспристрастности и непредвзятости. Однако в чистом виде такой информации почти не существует, потому как процесс отбора информации – уже проявление предвзятости. Но если для нехристианского сознания критерием объективности служат вполне земные представления об истине, то для церковнослужителя таким критерием может быть только Тот, Кто Сам есть «путь и истина и жизнь» (Ин. 14, 6)

ПР за свою историю наработала достаточный инструментарий, который в ряде ситуаций позволяет проделывать в целом безошибочные действия. «Целевая ориентация ПР – это изменения в общественном мнении, которые могут привести определенные изменения в поведении» [4, с. 103]. Поэтому задачей позиционирования является так осветить рассматриваемый объект, чтобы в результате можно было сформировать мотивацию на выбор именно его аудиторией. В этом состоит принципиальное отличие типичного для нашего прошлого подхода, когда объект подавался с точки зрения интересов того, кто говорит. Система пропаганды в прошлом была в сильной степени сориентирована на «говорящего» (то ли генсека, то ли идеологии в целом), меньше внимания уделяя интересам «слушающего» (населения страны). ПР призвана изменить эти акценты. Прошлый акцент на говорящем должен смениться акцентом на слушающем. Отсюда и возникает важная проблема знания своей аудитории и следует невозможность работы с аудиторией вообще, поскольку трудно найти ее общие параметры, а это принципиально, поскольку мы имеем дело с самими разнообразными сегментами этой аудитории [4, с. 105].

Сопрягая цель ПР с целью работы в епархиальной структуре на коммуникационном поприще необходимо отметить, что в высшем своем понимании она состоит не только в информации о Христе и Церкви, о мире в его христианском понимании и т.д. на теоретическом уровне, но и по слову протоиерея Глеба Каледы в «воспитание любви к Богу и людям, чувства благоговения к Святой Троице и каждой Ее Ипостаси, ко всему святому, что связано с Церковью и прежде всего к ее Таинствам. Конечной целью ... (коммуникации – Прим. Мое) является воцерковление – евхаристизация каждого отдельного человека. Воцерковление – это жизнь в Церкви, регулярное участие в Ее таинствах и прежде всего в Таинстве Таинств – в святой Евхаристии» [5, с. 19-23].

В современных условиях одна из главных задач церковнослужителя – быть подлинным свидетелем того, что христианское понимание жизни помогает преодолеть кризисы и наполняет жизнь смыслом. Одним из таких необходимых сегодня свидетельств было бы свидетельство того, что мы, христиане, обладаем даром мира и единства. Разделения и расколы, вражда и неприязнь – вот вызов современному обществу. «Сегодня очевидно, что любой серьезный национально-политический конфликт может привести к трагическим последствиям. Очень часто этот конфликт окрашивается в религиозные тона и еще больше обостряется. Именно христиане могут продемонстрировать мирные плоды своей христианской жизни» [6, с. 169-170].

Главная задача церковнослужителя общеизвестна – помочь человеку жить по-христиански. Но главное не означает единственное, учитывая, что часть общества о христианской жизни имеет весьма туманные представления. Поэтому вторая задача состоит в том, чтобы нарушить привычный теплохладный уклад жизни человека, пробудить интерес и вопросы к Православию.

Третья тактическая задача церковнослужителя на коммуникационном поприще – способствование разрушению ложных стереотипов о Православии, суеверий и атеистических установок, распространенных в массовом сознании. Сегодня Церковь все чаще сталкивается с вызовами нецерковного и антицерковного мира. Чем более антицерковно настроено светское общество, тем больше осознанности требуется от христианина, тем больше он

должен знать о своей вере, чтобы твердо в ней стоять и избегать всяких подделок под Православие, избегать сомнений. Поэтому работа в епархиальной структуре как форме церковного служения – это не только «обращение» нецерковных людей, это и способ удержания людей, которые уже пришли в Церковь.

Четвертая задача – разъяснить людям логику православной позиции по тем или иным вопросам, чтобы они поняли, что наша вера не есть нагромождение каких-то абсурдов [7, с. 176].

Пятая задача – подвести человека к тому, чтобы он себя, боли, тревоги и радости, разрешение своих проблем узнал в Православии [7, с. 176]. Эта задача как бы перекликается с первой, но она имеет свои особенности.

Сегодня все чаще приходится говорить не о том, как привести человека в Церковь, а о том, как выжить в Церкви, остаться в ней. В Церкви надо научиться жить, поэтому задача церковнослужителя – постараться донести «всецелую палитру человеческих чувств: от радостного послушания до осторожного недоверия. Без овладения последним навыком очень легко попасть в пара-православную секту. Без него не отличить подлинно церковную проповедь от чьего-то сугубо личного (а потому безблагодатного) человеческого энтузиазма» [7, с. 327].

Главное – не стремиться привлечь в Православие любой ценой. Церковнослужитель – это не дистрибьютор, стремящийся продать свой товар или «заманить клиента». Более того, весьма сомнительна работа по «просвещению темных» или «обращению заблудших». Это позиция человека, смотрящего сверху вниз на «неверующих недочеловеков». Располагает к себе не это, а искренний и открытый материал или разговор о вере, любви, радости и боли, когда церковнослужитель делится с аудиторией тем, что дорого – Православной верой.

Итак, здесь описан *блок выбора сообщения*, где определяется, что именно необходимо сообщать. За ним следует *блок коммуникации*, где главными теперь становятся СМИ, в ряде случаев особенности каналов СМИ диктуют те или иные модификации этого сообщения.

Масс-медиа действительно играют важнейшую роль в том, как особо подчеркивают западные исследователи, что именно они во многом определяют, на что будет направлено внимание общественного мнения. Поскольку телевидение становится основным каналом воздействия, приведем несколько правил эффективного поведения перед телекамерой, которым предлагают следовать западные специалисты [8, р. 352]:

1. Готовьтесь. Успешное появление на телевидении связано с хорошей подготовкой. Следует репетировать ответы на возможные вопросы журналистов.

2. Будьте самим собой. Не следует находиться в напряжении.

3. Будьте открыты и честны. Телевидение преувеличивает, поэтому ложь тут же будет видна. Следует сразу же добиться доверия к себе.

4. Будьте кратки. Ни у кого нет времени выискивать «аппетитные» кусочки в вашем тексте.

5. Не считайте, что интервьюер против вас. Враждебность сразу же становится видна на экране. На все вопросы следует отвечать совершенно спокойно.

6. Не думайте, что все сказанное вами пойдет в эфир. Поэтому следует уметь укладывать все самое важное в тридцать секунд.

7. Не давайте интервьюеру руководить вами. Интервью можно контролировать с помощью варьировки длины и содержания ответов. Если вопрос неясен, следует попросить разъяснить его.

8. Не говорите «Без комментариев». Если вы не можете ответить, постарайтесь объяснить, почему именно вы так поступаете, вас всегда поймут.

9. Останавливайтесь. Часто камера продолжает записывать и после ответа, что может быть затем использовано против вас.

Некоторые позиции необходимо пояснить с точки зрения церковного служения. Люди знают о наших церковных болезнях, если же мы будем их замалчивать или говорить, что у нас все хорошо и бесппроблемно, то люди сочтут нас пропагандистами, причем неумными и нечестными. Опасно преодолевать грязные карикатуры на Церковь изложением сплошной святости в Церкви. Это связано с тем, что когда человек составит слишком высокое представление о церковной жизни, церковном быте, то потом достаточно ему подметить даже не грех какого-либо церковного человека, а обычные бытовые подробности, и он сразу же может разочароваться во всей Церкви. Нужно трезвение и понимание, что сила Божия «совершается в немощи» (2 Кор. 12, 9) человеческой.

Но зачастую негативное отношение людей к Христианству проистекает не из особенностей самой религии, а в силу неверной, предвзятой, ангажированной подачи материала некоторыми авторами коммуникационного процесса, в том числе и отдельными представителями Церкви. Использование наработок из конфликтологии и антикризисных технологий необходимо для нивелирования негативной информации, исходящей от противников Церкви, и верного освещения тех отрицательных моментов церковной жизни, которые действительно имеют место, памятуя о том, что сама Церковь никоим образом не затемняется греховностью людей. Все греховное, вторгающееся в церковную сферу, остается чуждым Церкви [см. 9, с. 229-230].

Практика показывает, что с критическими периодами рано или поздно сталкивается каждая организация, и Церковь в своем «земном аспекте» здесь не исключение. Конфликты и кризисы – обязательный компонент нашей жизни, в которой многое непредсказуемо, а главное – никто не застрахован от беды. «Западная парадигма принципиально рассматривает конфликт как естественное состояние системы. Только в мертвой системе уже не будет конфликтов» [4, с. 605].

Конфликт – сложное явление, но его можно структурировать, свести к отдельным составляющим, для которых характерны свои особенности. Пребывание в каждой из этих составляющих требует своего собственного поведения. Кризисные ситуации протекают в особых условиях, которые должны учитываться при разработке систематики воздействия. Перечислим некоторые из них [11, с. 191]:

1. Резкое сокращение числа управляемых параметров.
2. Смещение в сторону базисных потребностей по шкале А. Маслоу.
3. Возрастание роли информации вообще из-за отсутствия четкой и понятной всем интерпретации происходящих событий.
4. Изменение каналов коммуникации, переход от официальных в сторону неофициальных каналов.

Также в кризисных ситуациях нередко происходит потеря восприятия аудиторией рациональной составляющей аргументации. Это говорит о необходимости выдвижения на первый план в таких условиях психологических компонентов, составляющих основу убеждения.

Известно, что отрицательное (как и положительное) событие имеет определенный период жизни. Считается, что если его не подпитывать новыми сообщениями, то «за срок 7-10 дней оно полностью «выветривается» из массового сознания. Поэтому в ряде случаев нет нужды в опровержениях, поскольку «отрицаловка» умрет и сама» [11, с. 85]. Но, к сожалению, так бывает далеко не всегда, и кризисные ситуации приобретают хронический/долговременный характер.

Работая с негативными стереотипами, церковнослужитель должен иметь в виду, что ряд определенных экспериментов показал, что смена отношений между контактирующими представителями не меняет стереотипных отношений ко всей группе: «Исследования

демонстрируют, что даже если позитивные отношения формируются в отношении члена группы, с которым происходит контакт, эти отношения не могут обобщаться по отношению ко всей группе, а групповые стереотипы сохраняются» [11, с. 186].

Церковнослужителю, работающему в сфере конфликтологии и антикризисных коммуникаций, следует учитывать то, что выдача какого-то сообщения через СМИ недостаточна для снятия отрицательных или, еще хуже того, негативных настроений. Необходимо помнить, что задача церковнослужителя – не просто предоставлять те или иные сведения, а устанавливать контакт, налаживать взаимопонимание с общественностью, по возможности/необходимости вовлекать ее в решение проблем, а также прислушиваться к ее настроению, к ее тревогам и опасениям. Любое сообщение СМИ должно быть поддержано в рамках межличностного общения, и это необходимо учитывать при планировании информационных мероприятий.

Задачей специалиста по ПР становится «создание» таких новостей, которые интересны для прессы. В своем материале церковнослужителю следует ответить на стандартный набор вопросов: *Кто* сделал, *что* и *для чего*? *Когда*, *где* и *почему* они сделали это? *Как* они сделали это? *Каковы* результаты? [4, с. 117].

Событие необходимо представить как общественно-значимое, и оно должно заключать в себе нечто новое – т.е. то, чего раньше не было, а если и было, то не так, как теперь. «Открытие церковного приюта для беспризорников, отправка гуманитарного груза в Чечню или Косово, дискуссии по поводу введения курса «Основ православной культуры» в школах, возвращение в Россию из США Тихвинской иконы Божией Матери, недавняя конференция по демографии, вопросы непростых взаимоотношений православных и католиков или попытки Московского Патриархата наладить диалог с Европейским Союзом – все это, безусловно, новости», – говорит председатель правления РИА «Новости» Светлана Миронюк [12, с. 174]. Придание же новостного характера простому церковному празднику, который происходит каждый год, или какому-нибудь мероприятию, имеющему сугубо внутрицерковную специфику, может потребовать от церковнослужителя особого искусства. Поэтому наиболее важной частью православного материала становится «зацепка» (peg). Это необычная точка зрения, взгляд, новая идея, объяснение того, как это повлияет на аудиторию. В списке стандартной техники значатся и юбилеи, которые, как считается, очень любят люди. Следует привязать нашу историю к годовщине, к определенной временной дате. Другим способом становится локализация, привязка нашего события к местным условиям [4, с. 117].

Обращенность церковнослужителя к духовно-культурной традиции раскрывает и высвечивает роль Церкви как первопричины всего лучшего в нашем историческом достоянии. Такое видение Церкви и Ее исторической миссии не может не вызвать уважение к Ней и благодарности за Ее многовековой созидательный труд. Все это приближает людей к Церкви. Но важно не только сократить расстояние между Церковью и жизнью отдельного человека, самое главное – показать, что Православие невозможно принимать и исповедовать иначе, как образ жизни.

В заключение необходимо отметить, что в случае кажущихся или реальных неудач на поприще церковного служения церковнослужителю не стоит жалеть потраченных усилий и отчаиваться. В этой связи уместно упомянуть и спроецировать на труд в епархиальной структуре переписку о. Павла Флоренского с русским ученым и религиозным мыслителем В. Кожевниковым. Флоренский писал: «Я трачу свои силы на студентов, раздаю им свои мысли, свои знания и свои силы, а они на 9/10 не воспринимают и пропускают мимо ушей. Нет никакого сомнения, что и 1/10 не только пропадает для меня, но выдается за свое воспринявшими. Теперь, пропало ли это, или нет? Лучше ли было бы, чтобы все это сгнило в книгах, которые читать едва ли станут, чем чтобы распалось, растворилось и всосалось юношеством?» [Цит. по: 13, с. 8]. Это слова были написаны в 1912 году за несколько лет до

революции и гонений на Церковь. Можно только предполагать, как лекции о. Павла Флоренского переплавились и отозвались в жизни и религиозном опыте тех людей, которые скоро пошли в тюрьмы, ссылки... на мученичество и в тех, кто мог и отречься от Христа. Но несомненно то, что деятельность о. Павла все же формировала людей, их веру, мировоззрение и богопонимание пусть у каждого и в своей мере. Также и в церковном служении: какой плод принесут усилия – это дело Божие, здесь как с зерном, главное правильно посеять (см. Мф. 13, 3-8; Мк. 4, 26-28).

Литература

1. Моисеева А.П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2004.
2. Ямпольская Д., М. Зонис М., Основные элементы коммуникационного процесса: <http://www.inventech.ru/lib/management/management-0037/>
3. Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви: <https://mospat.ru/ru/documents/church-mission/introduction/>
4. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. Изд-ва «Рефл-бук», «Ваклер», 2000.
5. Свящ. Глеб Каледа Задачи, формы и структуры катехизации в РПЦ в современных условиях // Путь Православия, 1993, №1.
6. Прот. Владимир Федоров. Миссионерский потенциал православия. Основные направления миссионерской активности сегодня // Научно-богословские труды по проблемам православной миссии. Том I. Издательство Миссионерского отдела Московского Патриархата. г. Белгород, 1999.
7. Кураев Андрей, диакон. Неамериканский миссионер. Изд-во Саратовской епархии. Саратов, 2006.
8. Seitel F.P. The Practice of Public Relations. New York etc., 1992.
9. Давыденков Олег, иерей. Догматическое богословие: Курс лекций. – М.: ПСТБИ, 1997. – ч. III.
10. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. Изд-ва «Рефл-бук», «Ваклер», 2000.
11. Лебедева. М. М. Политическое урегулирование конфликтов. М., 1997.
12. «Вера и слово». Материалы Первого международного фестиваля православных СМИ, 16-18 ноября 2004 г. М.: Издательский Совет РПЦ, 2005.
13. Как говорить о вере? // По материалам студенческого миссионерского альманаха «Призвание». Издание АНО «Фома центр» и ПСТБИ. М., 2003.