***проект документа***

***V Общецерковного съезда епархиальных миссионеров***

**Информационная миссия Церкви**

**Преамбула**

 *Православная миссия, по своей сути, есть передача Истины Божественного Откровения каждому человеку по заповеди Спасителя "Итак, идите научите все народы, крестя их во имя Отца и Сына и Святого Духа (Мф. 28:19). На протяжении всей своей истории от времен апостольских, до нашего времени православные миссионеры исполняли свое служениепо слову Спасителя: «будете Мне свидетелями…даже до края земли» (Деян. 1:8). За последнее десятилетие информационные технологии получили существенное развитие, когда на протяжении жизни всего лишь одного поколения мы стали свидетелями информационной революции.*

 *В современном мире информационная миссия Православной Церкви, подразумевающая просветительскую и апологетическую ее деятельность в средствах массовой информации, заметно расширилась за счет развития электронных средств коммуникации, прежде всего, сети Интернет.*

 *Христиане призваны использовать те возможности и средства, которые Господь дал через творческий прогресс развития информационных технологий для реализации информационной миссии Церкви ради спасения каждого человека.*

**1. Принципы и методы информационной миссии.**

 1.1. На данном этапе развития информационного поля вопрос проповеди Евангелия с помощью современных технологий стоит наиболее остро и сводится прежде всего к определению стратегий и способов развития информационной миссии Церкви. Ввиду того, что ведение просветительской деятельности в информационном пространстве должно отличаться от пропаганды и рекламы, необходимо особо отметить следующие **принципы православной информационной миссии**:

* **Христоцентричность** (о чем бы мы ни говорили, что бы ни проповедовали, мы не должны забывать о Христе, о том, что наша деятельность и наша жизнь должны быть укоренена в Евангелии).
* **Ненасильственность** (мы не пытаемся во что бы то ни стало убедить человека в своей правоте и т.д.; не применяем средств обмана, методы манипулирования и т.п.). Необходимо четко осознавать, где заканчиваются границы нашей компетенции, ведь даже за Христом пошли далеко не все.
* **Доступность** (разговор на языке того, к кому обращаемся. Наша мысль должна быть доступно изложена с учетом образовательного, возрастного, культурного уровня человека),
* **Адресность** (необходимо доносить ту информацию, которая нужна именно данному человеку или данной категории людей).

 1.2. Для того, чтобы миссия была благоуспешной, необходимо определить аудиторию восприятия нашего послания. Можно выделить три основных адресата, к которым обращено свидетельство Церкви:

а) православная воцерковленная аудитория;

б) светская аудитория, настроенная лояльно, либо нейтрально к Церкви;

в) неправославная или антицерковно настроенная аудитория.

 В зависимости от аудитории различаются задачи информационной миссии:

 1.2.1. В отношении православной аудитории задачами миссии является углубление познаний о Православии и обучение верующих тому, как необходимо свидетельствовать, защищать и объяснять свою веру перед внешними, во исполнение слов: «*будьте всегда готовы всякому, требующему у вас отчета в вашем уповании, дать ответ с кротостью и благоговением*» (1Пет. 3:15). Информационная миссия, обращенная к воцерковленной аудитории, осуществляется через православные средства массовой информации. Однако, следует отметить необходимость конструктивного взаимодействия церковных СМИ для того, чтобы создать возможность в случае общественно значимых событий или вызовов оперативно давать ответы, которые не ограничивались бы каким-либо одним СМИ, но одновременно оказывались бы широко доступны на большинстве православных информационных площадок.

 1.2.2. Актуальными задачами информационной миссии, обращенной к светской нейтрально настроенной аудитории, являются проповедь Христовой истины, создание положительного образа Церкви, и развенчание антицерковных кампаний. Информационная миссия, адресованная к этому типу аудитории, осуществляется через светские средства массовой информации, с которыми у Церкви уже налажен контакт или которые готовы к такому сотрудничеству. В данном случае работа идет на «чужом поле» и потому необходимо понимать существующие здесь формальные требования и характерные особенности подачи информации. Для светской аудитории, нейтрально относящейся к Церкви, во многом свойственно стереотипное восприятие Православия или как своего рода идеологии или же как просто части национальной традиции и фольклорного элемента. Современная информационная миссия призвана преодолеть эти стереотипы и открыть для человека Православие как жизнь, как ответ на мучающие его «больные» вопросы, как подлинную духовную глубину, как спасение во Христе.

 1.2.3. Информационная миссия, адресованная к неправославной или антицерковно настроенной аудитории, своей задачей имеет защиту веры, преодоление негативного отношения к Церкви, и, по возможности, выявление новых «савлов», готовых, отбросив прежние убеждения и предрассудки, обратиться к Истине.

 Миссия среди этой аудитории носит во многом апологетический характер и очень непроста, поскольку совершается в заведомо враждебно настроенной среде. Антицерковно ориентированные СМИ не заинтересованы в подаче церковной точки зрения, в силу этого миссия по большей части может происходить на открытых для дискуссии площадках. Миссионер должен быть готов отвечать в формате живого диалога на острые и провокационные вопросы.

 При подаче информации миссионеру не стоит бояться говорить о проблемах церковного сообщества, особенно о тех, которые стали поводом для появления антицерковных настроений и стереотипов. Следует широко освещать нравственные проблемы общества, давать им христианскую оценку с твердых библейских и святоотеческих позиций, - даже если христианская позиция по данному вопросу будет неприемлема и неприятна для части аудитории. Мы боремся не за то, чтобы любой ценой приобрести себе сиюминутные симпатии как можно большего количества людей, а за право людей узнать Истину, даже если она для кого-то из них будет идти вразрез с их мнениями и прихотями. При этом христианин должен помнить, «*что наша брань не против крови и плоти, но... против духов злобы поднебесных*» (Еф. 6:12). Поэтому обличая тот или иной грех или заблуждение миссионер не переходит на осуждение самих грешащих или заблуждающихся людей, он борется не против них, а за них.

1.2.4. Подаваемая информация должна быть:

а) актуализированной, то есть, отвечающей насущным потребностям пользователей;

б) адекватной языку современной информационной среды;

в) догматически выверенной, не подменяющей и не разбавляющей истину Откровения личными взглядами и предпочтениями;

г) выдержанной по тону, избегающей крайностей и менторства, и панибратства;

1.2.5. Учитывая современные тенденции в подаче и усвоении информации, нужно стремиться в своих комментариях давать оценки, которые соответствовали бы учению Церкви и были просты и доступны по своей форме.

1.2.6. Важно научиться не только реагировать на возникающие события, но и создавать собственные, выступать широким информационным фронтом, организовывать долгосрочные кампании, пробиваться в новостной поток, ориентированный на массового потребителя, с позитивными новостями церковной жизни.

**2. Формы миссионерской деятельности в сети Интернет**

 2.1. Учитывая вышеозначенные аспекты информационной деятельности необходимо отметить важность миссионерской деятельности в сети Интернет и различные способы и методы ее ведения:

2.1.1. Официальные сайты, проекты, форумы, аккаунты и группы в социальных сетях Московского патриархата, подразделений, епархий, благочиний, приходов и учебных заведений;

2.1.2. Миссионерско-просветительские и тематические сайты, проекты, форумы, аккаунты и группы в социальных сетях;

2.1.3. Просветительская деятельность (написание статей и комментирование) на православных сайтах, проектах, форумах, аккаунтах и группах в социальных сетях;

2.1.4. Апологетическая деятельность (написание статей и комментирование) на сайтах, проектах, форумах, аккаунтах и группах в социальных сетях других религий, конфессий, сект, расколов, атеистических и антиправославных;

2.1.5. Просветительская деятельность (написание статей и комментирование) на тематических сайтах, проектах, форумах, аккаунтах и группах в социальных сетях, не имеющих прямого отношения к религии (семейной, исторической, социальной, общественной и другой тематики).

2.2. Необходимо отметить три существенных фактора, повышающих эффективность нашей деятельности:

* **легкость получения информации** (например, высокая позиция в поисковой выдаче; продуманное удобство пользования сайтом),
* **адресность информации** (человек получает ответ на свой конкретный вопрос, на понятном ему языке),
* **легкость усвоения информации** (полученная информация легко и быстро понимается и усваивается, в том числе благодаря графическим средствам и дизайну).

2.3. Продвижение просветительских ресурсов может иметь несколько направлений:

**2.3.1. Продвижение для поисковых сервисов.** Эффективность продвижения информационного ресурса в поисковой системе зависит от правильности содержания и оформления текста (с точки зрения алгоритма поиска – SEO-оптимизация), а также от количества ресурсов, ссылающихся на данный ресурс (цитируемость). Чем выше цитируемость и чем точнее поисковый запрос соответствует содержанию, тем выше сайт будет располагаться в списке, выдаваемом поисковым сервисом. С одной стороны, это требует от нас работы над качеством материалов, чтобы материалы цитировались другими ресурсами, либо размещения ссылок с других ресурсов. С другой стороны, в текст необходимо закладывать фразы, содержащие наиболее часто встречающиеся поисковые запросы. Дополнительно поисковые сервисы предлагают размещение платных объявлений (Яндекс.директ, GoogleAdwords и др.), такие объявления тоже можно использовать при наличии соответствующего бюджета.

**2.3.2. Продвижение в социальных сетях.** Продвижение в социальных сетях может быть как платным, когда социальная сеть показывает информацию о проекте целевой группе пользователей, определяемой по ряду критериев, так и бесплатным, то есть продвижение за счет собственной активности, в том числе в целевых группах, сообществах, ведении диалогов и т.д.

**2.3.3. Продвижение через тематические ресурсы.** Размещение на тематических ресурсах баннеров и ссылок на наш ресурс, а также общение в форумах и комментариях. Размещение наших материалов со ссылкой на источник.

**2.4. Ошибки, которых следует избегать при создании интернет-проектов и ведении миссионерской деятельности в сети:**

* отсутствие ориентации на целевую аудиторию интернет-проекта. Сайт ради сайта;
* неумение слышать собеседника или понимать потребности целевой аудитории;
* излишняя экзальтированность или эмоциональность материалов или сообщений;
* попытки выдавать свою точку зрения за общецерковную, излишняя самоуверенность;
* классические ошибки ведения дискуссий;
* попытки «победить» в споре или «непременно убедить» собеседника любой ценой (когда для достижения цели "все средства хороши"), - нам необходимо свидетельствовать о вере;

 **2.5.** При общении со СМИ и публикации заявлений или отзывов официальным представителям епархиального миссионерского отдела необходимо осознавать высокую меру ответственности, дабы своими заявлениями не нанести вред Церкви и действовать по благословению правящего архиерея.