17/01/2019

Русская Православная Церковь подготовила памятку, как вести соцсети с целью христианской миссии

Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ опубликовал «Рекомендации по работе в социальных сетях для епархиальных и приходских информационных служб», которые должны помочь священникам и прихожанам вести проповедь в интернете.
В Московском Патриархате обращают внимание на то, что одна из основных целей соцсетей – это передача информации, что может служить цели христианской миссии. При этом «соцсети дают бесспорные преимущества по сравнению с условиями евангельской проповеди прошлых веков – скорость распространения и охват аудитории». В числе самых популярных ресурсов называются «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, YouTube и Instagram.

Синодальный отдел рекомендует при ведении соцсетей придерживаться таких основополагающих принципов, как достоверность публикуемой информации, регулярность публикаций и обратная связь с аудиторией.

«Самая распространённая ошибка при ведении группы епархии, прихода или монастыря в социальных сетях – превращение её в «зеркало» официального

ресурса посредством автоматического или ручного размещения одних и тех же новостей во все соцсети епархии, без учёта специфики соцсетей в целом и каждой из них по отдельности. Чаще всего в таких случаях перепечатываются материалы с основного сайта или вовсе ставятся «голые» ссылки без пояснений, что является недопустимым», – говорится, в частности, в памятке.

В ней также отмечается, что «необходимо относиться к группам в соцсетях как отдельному виду СМИ, своевременно наполняя их интересным, уникальным контентом», потому что «в противном случае произойдёт отток аудитории».
«Язык соцсетей – разговорный и даже просторечный, поэтому церковные канцеляризмы буду выглядеть там неорганично. Ввиду этого необходимо делать акцент на «нативность» текстов, придавая им вид доверительной беседы. Только в этом случае сообщество будет выглядеть естественно. Желательно также избегать явных нравоучительных интонаций, привлекая посетителя искренним общением на равных», – говорится в рекомендациях.

Их авторы, кроме того, обращают внимание на тот факт, что в соцсетях более простая по своему смыслу и структуре информация имеет больший отклик аудитории, в то время как для изъяснения христианского учения используются сложные и глубокие понятия.

«В данном случае можно использовать в качестве образца проповедническую практику Христа Спасителя, который проповедовал перед аудиторией в форме притч, основанных на народном быте, промыслах, традициях и фольклоре. Другими словами, может быть полезной актуализация евангельских истин через знакомые современнику образы, почерпнутые из массовой культуры. Однако важно следить за тем, чтобы используемые для разъяснения образы не заменяли само Слово Божие», – говорится в памятке.

В целом в Синодальном отделе считают, что информация в социальных сетях сегодня пользуется большим доверием интернет-аудитории, особенно молодёжной, чем материалы «традиционных медиа» – централизованных и корпоративных СМИ.