

## МЕДИАСОЦИОЛОГИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2016.6.10

### Правильная ссылка на статью:

Морозов Е. М. Образ священника в средствах массовой информации // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 6. С. 184—193.

### For citation:

Morozov E. M. Clergy public image in Mass Media. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2016. № 6. P. 184—193.

**Е. М. Морозов**

### **ОБРАЗ СВЯЩЕННИКА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

#### ОБРАЗ СВЯЩЕННИКА В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*МОРОЗОВ Евгений Михайлович — кандидат богословия, проректор Томской Православной Духовной семинарии по учебной работе, Томск, Россия.  
E-MAIL: tigriso@mail.ru  
ORCID: 0000-0002-1796-3706*

**Аннотация.** В процессе реализации новой стратегии (в ответ на вызовы современности) Русская православная церковь пытается переосмыслить образ современного священнослужителя и представить обществу грамотного священника с широким кругозором, способного адаптировать духовное послание к пониманию представителей различных социальных групп и общностей. В связи с этим Московская Патриархия поддерживает стремление СМИ освещать церковную тематику с целью формирования у населения целостного и всестороннего представления о социальной роли духовенства. В данной статье проводится анализ деятельности светских и церковных печатных изданий по позиционированию

#### CLERGY PUBLIC IMAGE IN MASS MEDIA

*Evgeny M. MOROZOV<sup>1</sup> — Candidate of Theology, Vice-Rector for Education  
E-MAIL: tigriso@mail.ru  
ORCID: 0000-0002-1796-3706*

<sup>1</sup> Tomsk Orthodox Theological Seminary, Tomsk, Russia

**Abstract.** As the Russian Orthodox Church implements its new strategy in response to the challenges of the modern society, the public image of the modern Church officer is being re-examined. The Church tries to present to the public a well-educated broad-minded priest able to adjust a spiritual message according to perceptions of different social groups and communities. This is why the Moscow Patriarchate supports mass media in highlighting the church topics to develop a comprehensive understanding of clergy's social role. This article provides an analysis of the activity of secular and Church media to promote certain priest's image in the collective consciousness. The author describes techniques that help journalists create a particular psy-

образа священнослужителя. Рассматриваются методологические подходы, на основании которых реализуется журналистский замысел по описанию психологического и социокультурного портрета православного духовенства. Выявляются факторы, влияющие как на адекватность презентации этого портрета, так и на его искажение. Необходимость поиска новых методик для корректного освещения феномена священства рассматривается как насущная потребность.

Автор приходит к следующим выводам: 1) позиционирование духовенства в качестве социальной группы связано с наличием консервативной и прогрессивной тенденций в обсуждении церковного дискурса; 2) светские СМИ в своих представлениях о священнике как социальном субъекте склонны к стереотипизации, поверхностным суждениям, «выхватыванию» крайностей из событийного ряда; 3) церковные СМИ не менее стереотипичны, в стремлении познакомить читателя с духовной мотивацией пастырской миссии презентуют не столько реальный образ, сколько идеальный тип священнослужителя; 4) отсутствие допуска к СМИ широкого круга выдающихся представителей духовенства ограничивает журналистский взгляд на проблематику священства; 5) церковь приходит к осознанию потребности более эффективного сотрудничества со светскими СМИ для достоверного и адекватного информирования населения об общественной деятельности Церкви.

**Ключевые слова:** священник, церковь, православие, СМИ, масс-медиа, публицистика, издание, пресса, имидж, журналист, общество

chological and socio-cultural portrait of the clergy. Factors that make this portrait either valid or distorted are provided in the paper. The author suggests that there is a strong need to search for new tools that could help promote a true public image of the clergy.

The findings of the study are as follows: (1) the positioning of the clergy as a social group of the Russian society is tied to conservative and progressive trends in the Church discourse; (2) Perception of a priest as a social object in secular media is related to stereotypization, shallow judgments as the media try to pick up extremes from the event line; (3) Church media also use stereotypization: instead of presenting the pastoral mission's motivation as it is, they promote an idealized type; (4) insufficient access of the media to the prominent clergy representatives restricts the journalists' viewpoint on the clergy problems; (5) the Church has come to realize the need to more closely cooperate with secular media to achieve true and reliable coverage of the public activities of the clergy.

**Keywords:** priest, Orthodox Christianity, mass media, journalism, publication, print media, image, journalist, society

## Введение

Русская Православная Церковь — один из социальных институтов российского общества, выполняющий важнейшие функции: и сохранение, трансляция базовых для российского общества ценностей, культурных форм, русской православной идентичности, и однозначно понимаемый ответ на вопрос, что есть смысл человеческой жизни. Если Вы не входите в ту систему социальных отношений, которая разворачивается внутри Церкви, значит ли это, что их можно игнорировать вовсе, недоучитывать их важность для российского общества? А если нельзя, то возникает вопрос, адекватно ли мы представляем и понимаем то, что происходит внутри Церкви? Реалистичен ли в сознании большинства россиян образ православного священника? Или в его отношении преобладают стереотипы? Признавая определяющую средств массовой информации в формировании устойчивых образов общественного сознания, целью предлагаемого исследования мы определяем реконструкцию и анализ образа православного священника, создаваемого СМИ.

Эмпирическую базу составили официальные документы Русской Православной Церкви, в которых отражено развитие взаимоотношений церкви и СМИ; светская и церковная периодика, содержащая материалы о священниках. Основным методом исследования выступает контент-анализ, позволяющий найти смысловые закономерности в тексте публикаций.

В ряде предшествующих исследований отдельное внимание заслуживает работа М. Доброхотовой [Доброхотова, 2012], в которой автор анализирует стратегию Московской патриархии, нацеленную на то, чтобы Русская Православная Церковь заняла особое место в российском обществе, стала средоточием культурно-этнической идентичности русской нации. Данная стратегия, очевидно, сложилась в 2000-е годы и институционально была закреплена в официальных документах РПЦ и созданном в 2009 г. синодальном информационном отделе как едином центре принятия решений и управления информационными потоками. Добиваясь цели создания благоприятного образа церкви в сознании россиян, Патриархия активно использует широкомасштабное развитие церковных средств массовой информации, публикации статей церковных авторов в светских СМИ и пр. Основной целью РПЦ, кроме позиционирования себя как хранителя русской культурной идентичности, является привлечение в свои ряды наибольшего количества верующих, прежде всего, молодых и социально активных.

Но каковы результаты первых лет целенаправленных усилий Церкви создать свой привлекательный образ среди россиян, особенно молодежи? Перестали ли светские средства массовой информации обвинять РПЦ в излишнем «огосударствлении», попытках насильственной клерикализации общества и экономических «прегрешениях»? Пришли ли в Церковь новые прихожане из молодежных страт общества? Реализованы ли поставленные Патриархией задачи, или этому есть какие-либо препятствия? Путем контент-анализа СМИ, а также методом вторичного анализа данных социологических опросов, мы попытаемся найти ответы на поставленные вопросы.

В анализе характера публикаций о церкви и священнослужителях в СМИ научное сообщество до сих пор не пришло к единому мнению. Ю. Синелина [Синелина, 2001]

пишет о целенаправленной стратегии светских СМИ по формированию в массовом сознании негативного образа священнослужителя. Среди причин враждебного отношения к церкви указывается следующее: секулярное мировоззрение руководителей изданий, конкурентная борьба РПЦ и СМИ за сферы общественного влияния, заказной характер публикаций. Р. Лукин [Лукин, 2012], напротив, утверждает, что светские СМИ идеализируют образ церкви и формируют в массовом сознании положительный образ священнослужителя. При этом возможность критики деятельности РПЦ не разрушает созданные журналистами позитивные мифы о церкви, а лишь способствуют дифференциации в сознании людей понятий «вера», «священнослужитель», «церковь». Очевидно, что в современном научном дискурсе недостаточно развернута проблема оценки деятельности СМИ с точки зрения объективного, точного и беспристрастного предоставления информации о священниках. Мы попытаемся выяснить, получают ли адекватное отражение в СМИ значимые черты персонального и институционального образа православного духовенства.

## Результаты

Представления большинства россиян о современном православном духовенстве основаны, преимущественно, на материале светской прессы. В федеральных СМИ содержание публикаций о духовенстве традиционно зависит от модели церковно-государственных отношений. Существующий партнерский формат церковно-государственного взаимодействия в России способствует формированию нейтрального тона в публикациях о церковных праздниках, публичных выступлениях представителей Патриархии. Сегодня власти пытаются извлечь уроки из советского прошлого, когда, по словам Президента России В. В. Путина, «во многом, именно с размывания духовных и национальных основ, настоящей травли РПЦ и других наших традиционных конфессий начиналось разрушение единой страны, ее срыв в революции и потрясения, братоубийственные конфликты и войны» [Путин поддержал идею, 2013]. В федеральных СМИ используется лексика официально-делового стиля в рамках хроник и отчетов.

Конъюнктура «независимых» СМИ ориентируется на общественный спрос и финансы. Их целевой аудиторией являются представители всех социальных и профессиональных групп. Любые «из ряда вон выходящие» истории получают огласку не только ради информирования населения, но и для привлечения внимания широкой аудитории и обеспечения рейтинга изданию, чего и добивается большинство современных СМИ. В этом смысле священнослужители как персонажи публикаций стоят в одном ряду с учителями, политиками, бизнесменами, полицейскими и т. д. и рассматриваются журналистами в качестве информационного повода для внесения сведений в публичное пространство. На страницах «демократической» прессы священники не ведут рубрики и редко получают возможность давать интервью, в отличие от представителей других профессий. Принципы рассмотрения материала в СМИ данной категории выходят за рамки информационного жанра и более применимы к жанру аналитическому.

В официальных церковных изданиях основное внимание уделяется участию священнослужителей в церковных и общественных мероприятиях. При этом

приоритет отдается духовному дискурсу пастырской миссии. В церковной прессе сохраняется традиция размещать самые лучшие публикации, в том числе, статьи талантливых священнослужителей, способных адекватно и разносторонне представить позицию церкви по общественно значимым вопросам. Но известный церковный полемист протоиерей А. Кураев критикует издания Московского Патриархата за нежелание освещать острые темы. Признаком истинно церковного журналиста он иронично называет стремление «не замечать даже самых очевидных, кричащих проблем» [Кураев, 2013]. В церковных официальных изданиях Патриархии используется сложный информационно-аналитический жанр в сочетании с элементами художественной публицистики.

Частные православные издания — единственные, кто отличаются большей юридической, финансовой и политической независимостью, по сравнению с официальными, поскольку создаются приходскими общинами, благотворительными фондами или инициативными группами православных мирян. Вниманию читателей предлагается альтернативный взгляд общественных деятелей на церковную проблематику, различные мнения священнослужителей относительно злободневных тем. Особенно выделяется журнал «Православная беседа», вначале опубликовавший ряд популярных статей диакона А. Кураева, а позднее — открытые письма с обвинениями в его адрес [Рыбко, 2014]. Именно неофициальная православная пресса обнаруживает политические, социальные и культурные предпочтения священнослужителей, но надо понимать, что круг ее читателей достаточно узок и специфичен, и влиять на формирование стереотипов массового сознания она не может. Православные журналисты не столько заботятся об искусственном создании имиджа духовенства, сколько помогают священникам выражать свое мнение в публичном пространстве СМИ. Применяются все журналистские жанры, используется научно-популярный и литературный стиль.

Надо признать, что из перечисленных видов СМИ: официальные церковные, частные православные и светские — именно последние обладают реальной властью над умонастроениями общества и влияют на формирование общественного сознания.

Несмотря на то, что церковь присутствует в различных сферах общественной жизни, описание социально-культурной деятельности рядовых священнослужителей не входит в повестку светских периодических изданий по двум причинам. Во-первых, данная проблематика не вызывает ажиотажа среди читателей, а следовательно, не привлекает внимание журналистов. Во-вторых, церковь рассматривается обобщенно как субкультура, в результате чего внутри священнического сообщества не выявляется разнообразие социальных групп, различающихся по уровню интеллектуального и культурного развития, характеру увлечений, степени толерантности и т. д. Освещение церковной тематики в прессе не выходит за рамки жанра заметки, поскольку новостными изданиями еще не найден креативный подход к рассмотрению феномена священства. Существующие методики подачи материала «о земном» не соответствуют духовному содержанию православной идеи «о вечном». Периодическая печать не создает информационного повода, а лишь реагирует на происходящее событие; не ищет скрытые смыслы, а только информирует о случившемся факте. Если при этом учесть, что церковь

не использует PR-методы, становится понятным, почему социальная работа священников по оказанию помощи страждущим и обездоленным остается вне поля зрения широкой общественности. Сведения о делах милосердия размещаются так редко, что большинство жителей небольших городов России, при существующем запросе на церковные новости, вообще не ожидают встретить их в газетах. Согласно статистике, в 2010 году более 20 % провинциального населения испытывали нехватку информации о деятельности РПЦ [Большакова, 2011]. Если в 1997 году в рейтинге героев публикаций о церкви самым популярным персонажем был Иисус Христос, то в 2007 году Патриарх Московский и всея Руси [Церковь и СМИ..., 2007]. В результате перенесения внимания от духовных ценностей к политическим перипетиям основные акценты сосредотачиваются на явлениях клерикализма, особенно в аспекте влияния церкви на государственную политику, сферу образования и культуры. На основании информации, полученной из СМИ, 20—30 % жителей регионов уверены в том, что с приходом патриарха Кирилла церковь стала более политизированной [Большакова, 2011].

Тенденция отсутствия духовенства в дискуссиях о церкви на страницах светской прессы сопряжена с другой тенденцией — устойчивым интересом к мнению священнослужителей, которые считаются одиозными фигурами и апеллируют к гражданской власти в церковных делах. После увольнения с должности председателя Синодального отдела Московского Патриархата протоиерей В. Чаплин был приглашен на радио «Эхо Москвы» в качестве постоянного участника передачи «Персонально Ваш». Его предшественником на пути от федеральных СМИ к оппозиционным был церковный публицист диакон А. Кураев, уволенный в 2014 году из Московской духовной академии. В корреляции между должностным статусом священнослужителя и уровнем его презентабельности в СМИ выявляются две закономерности:

- чем выше иерархический статус, тем ближе к федеральной прессе;
- чем больше противоречий с Патриархией, тем ближе к либеральным СМИ.

Ситуация с единичным допуском православных медиаперсон еще более характерна в случае с федеральными СМИ. До недавнего времени в среде научной интеллигенции бытовало мнение, что именно федеральная информационная политика не предполагает допуск к СМИ ярких представителей духовенства, кроме патриарха Кирилла и протоиерея Всеволода Чаплина [Что угрожает православию?, 2011].

В отличие от светской прессы, православные частные издания работают по принципу «равного доступа для всего духовенства». Материал о священнослужителях представлен во всем многообразии журналистских жанров, но большинство аналитических расследований пока ориентируются на внутрицерковный спрос безотносительно к общественной проблематике. Церковный читатель еще не задумывается всерьез о путях решения духовных проблем общества, поскольку задачи православной миссии церкви интересуют его меньше, чем вопросы личной духовной жизни. Одним из немногих исключений является опубликованный в интернет-издании [www.pravmir.ru](http://www.pravmir.ru) материал со следующими суждениями священников:

- отсутствует должная реакция православного духовенства на уход молодежи из церкви;

- священники не хотят замечать тенденцию замены подлинной церковности на мирское;
- отторжение людей от церкви обусловлено политиканством, коммерциализацией и декларативным характером церковной жизни;
- духовенству следует изъять из своей среды «сусальность», ханжество, «елейную» лексику, апокалиптику, «кликшеское паломничество» и узкую субкультуру [Мещеринов, Сигутин, 2011].

Светские СМИ интересуются, в первую очередь, материальным состоянием духовенства. «Священник-стяжатель» является одним из главных негативных речевых шаблонов по отношению к РПЦ. Текст публикаций о богатстве церковнослужителей, как правило, содержит сведения о священниках с богатой собственностью и упоминания о высокой стоимости строительства храмов и церковной утвари. Эта тема получает развитие в различных интерпретациях в связи с тенденцией переноса широкими массами частных случаев в разряд всеобщих, а также, в связи с популярностью в самом журналистском сообществе мифа о сверхдоходах священников. О реальном благосостоянии подавляющего большинства священников можно узнать только из православных источников. Вдова известного священника-миссионера Д. Сысоева на сайте [www.otsy.ru](http://www.otsy.ru) рассказывает, что денежное содержание штатного священника не превышает зарплату врачей и учителей, а в многодетных семьях при неработающей жене — не достигает прожиточного минимума на каждого члена семьи. Лишь настоятели больших храмов имеют значительный доход, сопоставимый с заработком бизнесмена [Сысоева, 2011]. Сами священники пишут, что их доход зависит от материального положения паствы: некоторая часть столичного духовенства финансируется банкирами, сельское духовенство — крестьянами. Как живет большая часть граждан, так живут и священники [Давыдов, 2013]. В реальности церковнослужители вынуждены подрабатывать, устраиваться по совместительству с учетом своей светской специальности. Большинство церковнослужителей вынесло данную проблему на всеобщее обозрение, если бы не боязнь негативно повлиять на имидж церкви. В среде священников бытует мнение, что рассмотрение их жизни «под микроскопом» прессы происходит не для того, чтобы обратить внимание общественности к насущным проблемам духовенства. Это лишает священников желания делиться информацией вне узкого круга единомышленников.

Данные тенденции влияют на восприятие церкви молодежью, которая черпает информацию о духовной жизни, в основном, из интернет-источников. При том, что на протяжении последних лет в среде студенческой молодежи сохраняется позитивное отношение к православию и священникам [Щербакова, 2015: 212], наблюдается низкая вовлеченность учащихся ВУЗов в религиозную жизнь [Житнев, 2008: 210]. Социологические опросы последних лет не выявляют возрастания потребности молодых людей в обретении знаний религиозных истин и исполнении церковных обрядов, поскольку в СМИ религиозное пространство не представлено в качестве культурной среды, в которой молодежь могла бы обрести смыслообразующее начало повседневной жизни.

Подводя итоги, отметим, что усилия Патриархии и близких ей официальных источников информации, а также попытки частных православных изданий создать привлекательный образ Церкви в целом и священника в частности, оказались

недостаточными для серьезного влияния на массовое сознание в силу малочисленности аудитории (которая уже является частью православной паствы).

Гораздо большую роль в формировании и закреплении стереотипов массового сознания играют светские СМИ. Но, в силу рыночной конкуренции среди средств массовой информации, их стремление привлечь внимание большинства и обеспечить своему изданию высокие рейтинги, руководствуясь принципом «излагать события сбалансированно и беспристрастно», сегодня не действует. Из фактов социальной реальности выхватываются преимущественно самые одиозные, грань между информацией и пропагандой не соблюдается. В результате велика вероятность закрепления в СМИ следующих стереотипов:

- священники безразличны к судьбам людей;
- служение священника — церковный бизнес;
- неадекватность отношения духовенства к окружающей реальности;
- церковь отмывает деньги;
- церковь — «служанка» государства;
- незаконное внедрение церкви во все сферы жизни.

## Выводы

Таким образом, светские СМИ оказывают значительное влияние на процесс трансформации стереотипов о православном духовенстве в массовом сознании. Позицию федеральных СМИ на тему современного священства можно охарактеризовать как отношение к веберовскому «идеальному типу» без учета многообразия личностных факторов и социальных обстоятельств жизни.

В независимой прессе если и существует интерес к социальной группе «православное духовенство», то сосредоточен он на внешних атрибутах взаимодействия священника с обществом, чаще всего, в контексте церковно-государственных отношений. Большинство светских журналистов описывают церковные события упрощенно, вероятнее всего, по причине незнания методики освещения церковной тематики. К феномену священства прилагается примитивный подход, не связанный с всесторонним рассмотрением личностей и деятельности. К обсуждению актуальных тем священники, за исключением диссидентов, не привлекаются. Публикации скандального характера с участием церковнослужителей становятся средством повышения общественного внимания к изданию, дополнительным способом наращивания рейтингов и репутационного капитала. Уклонение от положительного позиционирования православного духовенства, а также акцентирование внимания на примерах аморального поведения закрепляет в массовом сознании негативные стереотипы о церковнослужителях, формирует конфликт общества и церкви, создает неблагоприятные условия для развития информационного взаимодействия с православными институтами. Стремление церковных пресс-служб привлечь светскую прессу альтернативным, содержательным контентом пока не вызывает встречного интереса.

В официальной прессе Московского Патриархата лично ориентированный дискурс священников находится на периферии, уступая центральное место дискурсу институциональному. Внимание церковных журналистов сосредоточено не столько на духовном богатстве личности священника, сколько на общественной роли духовенства. Непрерывное информирование о выступлениях представителей



высшей иерархии не сопровождается мониторингом деятельности и развития рядовых священнослужителей.

Частные православные издания пытаются уйти от консервативных методик подачи материала, демонстрируют плюрализм, независимость и открытость, но при этом социокультурный портрет духовенства описывают лишь в общих чертах. Журналистский взгляд на духовенство не затрагивает его проблематики, и потому священник как личность и профессионал рассматривается вне психологического дискурса. Но в редких случаях, в заголовках появляются такие темы, как социальное самочувствие священников, их творческая реализация.

Учитывая современные реалии, церкви следует озаботиться поиском новых, всесторонних методик позиционирования православного духовенства в СМИ. Существующие взаимосвязи между церковными и общественными институтами пока не рожают взаимной заинтересованности в деле презентации реального образа священнослужителя. До тех пор, пока широкая общественность не обратит внимания на проблематику священства, его психологический и социокультурный портрет в СМИ не обретет ясных очертаний.

#### **Приложение (проанализированные статьи о священнослужителях):**

Кураев А. Жалость церковной журналистики [Электронный ресурс] // URL: <http://diak-kuraev.livejournal.com/489688.html> (дата обращения: 08.06.2016).

Давыдов П. О свечах, «мерседесах и церковном богатстве» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.pravoslavie.ru/63386.html> (дата обращения: 17.05.2016).

Мещеринов П., Сигутин А. Почему дети воцерковленных родителей уходят из Церкви? [Электронный ресурс] // URL: <http://www.pravmir.ru/pochemu-detivocerkovlennyx-roditelej-uxodyat-iz-cerkvi/> (дата обращения: 07.05.2016).

Путин поддержал идею расширения сферы влияния РПЦ [Электронный ресурс] // Forbes. URL: <http://www.forbes.ru/news/233796-putin-podderzhal-ideyu-rasshireniya-sfery-vliyaniya-rpts> (дата обращения: 19.04.2016).

Рыбко С. «Если клевета не имеет под собой почвы, она скоро рассеется, как дым»: об отце Андрее Кураеве [Электронный ресурс] // Православная беседа. 16.01.2014. URL: <http://p-beseda.ru/?article&q=священник&id=264> (дата обращения: 05.14.2016).

Сысоева Ю. Материальная сторона жизни священников [Электронный ресурс] // URL: [http://www.otsy.ru/main/san\\_sviashennika/materialnaya\\_storona\\_jizni\\_pravoslavnyh\\_svyashennikov\\_bogatyy\\_hram.htm](http://www.otsy.ru/main/san_sviashennika/materialnaya_storona_jizni_pravoslavnyh_svyashennikov_bogatyy_hram.htm) (дата обращения: 05.05.2016).

Церковь и СМИ: где источник противоречий? [Электронный ресурс] // Санкт-Петербургский вестник «Вода живая». 2007. № 11. URL: <http://old.aquaviva.tmweb.ru/archive/2007/11/305.html> (дата обращения: 13.12.2015).

«Что угрожает православию?»: мир науки и мир веры [Электронный ресурс] // Исследовательская служба «Среда». URL: <http://sreda.org/2011/expert-opros-issledovanie/1045> (дата обращения: 15.05.2016).

## Список литературы (References)

Большакова З. Г. Взаимодействие русской православной церкви и СМИ на региональном и федеральном уровне [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова «МедиаСкоп». 2011. № 4. URL: <http://mediascope.ru/node/967#11> (дата обращения: 12.05.2016). [Bolshakova Z. G. (2011) Vzaimodeistvie russkoi pravoslavnoi tserkvi i SMI na regional'nom i federal'nom urovne [Interaction of Russian Orthodox Church and mass media at regional and federal levels]. *Electronic scientific journal «Mediascope» of the Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State Universit.* No.4. <http://mediascope.ru/node/967#11> (accessed 12.05.2016)] (In Rus.).

Доброхотова М. А. Роль СМИ в позиционировании Русской Православной Церкви в российском обществе 2000-х гг. // Вестник Пермского университета. Серия: История. 2012. № 1(18). С. 289—296. [Dobrokhotova M. A. (2012) Rol' SMI v pozitsionirovanii Russkoi Pravoslavnoi Tserkvi v rossiiskom obshchestve 2000-kh gg. [Role of mass media in the positioning of the Russian Orthodox Church in the Russian society in 2000s]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya «Istoriya» (Bulletin of the University of Perm. Series «History».* No. 1(18). P. 289—296] (In Rus.).

Житенев Т. Е. Религиозные воззрения современной городской молодежи // Вестник гуманитарного института ТГУ. 2008. № 3. С. 197—210. [Zhitenev T. E. (2008) Religioznye vozzreniya sovremennoi gorodskoi molodezhi [Religious beliefs of modern urban young people]. *Vestnik Gumanitarnogo instituta TGU [TSU Humanitarian institute bulletin].* No. 3. P. 197—210] (In Rus.).

Лукин Р. Образ РПЦ в светских массмедиа: между мифом о государственной церкви и фольклорно-окультурным православием / Православная церковь при новом патриархе / под ред. А. Малашенко и С. Филатова ; Моск. Центр Карнеги. М. : Российская политическая энциклопедия (РОС—СПЭН), 2012. [Lukin R. (2012) Obraz RPTs v svetskikh massmedia: mezhdru mifom o gosudarstvennoi tserkvi i fol'klorno-okkul'tnym pravoslaviem [Public image of the ROC in mass media]. In; *Pravoslavnaya tserkov' pri novom patriarkhe [Orthodox Church under new Patriarch].* Ed. by A. Malashenko i S. Filatova; Mosk. Tsentr Karnegi. M.: Rossiiskaya politicheskaya entsiklopediya (ROS- SPEN)] (In Rus.).

Синелина Ю. Ю. Атака на РПЦ? // Социологические исследования. 2001. № 11. С. 100—104. [Sinelina Yu. Yu. (2001) Ataka na RPTs? [Attack on the ROC?]. *Sotsiologicheskie issledovaniya [Sociological studies].* No. 11. P. 100—104] (In Rus.).

Щербак Е. В. Религиозность студенческой молодежи // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 8—1 (58). С. 210—213. [Shcherbakova E. V. Religioznost' studencheskoi molodezhi [Religiosity of young students]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki [Historical, philosophical, political and juridical sciences, study of culture and art. Problems of theory and practice].* No. 8—1 (58). 2015. P. 210—213] (In Rus.).