



УДК 316.334: 37.03: 271.2

АУДИТОРИЯ «ПРАВОСЛАВНОГО ИНТЕРНЕТА» В РОССИИ

Н. С. Зимова

*Православный
Свято-Тихоновский
гуманитарный
университет,
г. Москва*

*e-mail:
nzimova@mail.ru*

Интернет формирует контуры единого информационного пространства Русской Православной Церкви, потому что он, как ни один другой медийный канал, адекватен её информационным нуждам. Православный сегмент Интернета развивается довольно динамично и нелинейно. Анализ данных открытой интернет-статистики, сайтов-рейтингов и интернет-каталогов позволяет изучить аудиторию православных сайтов.

Ключевые слова: Православная Церковь, православный сегмент Интернета, православные сайты, аудитория православных сайтов, пользователи православных сайтов.

Социально-экономические трансформации постсоветского общества способствовали активизации информационного запроса на религиозную тематику, актуализировали проблему доступа религиозных организаций к средствам массовой информации и использование ими средств массовой информации для распространения своего мировоззрения. Традиционные религиозные организации стали активно развивать собственные конфессиональные СМИ, что стало знаковым моментом в развитии постсоветской системы средств массовой информации.

На сегодняшний день Русская Православная Церковь имеет собственные газеты, журналы, выход на телевизионную аудиторию, православные радиопередачи. Но наиболее активно и успешно Церковь использует Интернет. «Удельный вес» православной мысли и информации в Интернете гораздо больше, чем на телевидении, радио или в газетах. Именно Интернет формирует контуры единого информационного пространства Церкви, потому что он, как ни один другой медийный канал, адекватен информационным нуждам Церкви. При использовании других типов СМИ Церкви приходится в большей или меньшей степени «переводить себя» на их язык, что неизбежно приводит к смысловым потерям. Интернет, по сравнению с другими медиа, менее стеснен идеологическими и финансовыми рамками, а также профессиональными журналистскими форматами, и потому он оказался более пригоден для нужд Церкви. Интернет позволяет максимально разнообразно представить содержание и иерархически выстроить необходимое количество тем и справок, организовать материал по принципу «сюжет в развитии», – все это помогает полнее раскрыть сложные темы, связанные с различными аспектами церковной проблематики.

Православный сегмент интернета развивается довольно динамично и нелинейно. Первый сайт по православной тематике – официальный сайт Московского Патриархата – появился в начале 1996 г. А в 1998 г. количество православных сайтов увеличилось до 150. В 2001 г. православный сегмент насчитывал более 500 ресурсов, в конце 2003 – около 1600 ресурсов, в 2006 г. – 2600, в 2008 г. – 3300 [1]. На начало 2011 г. общее количество православных сайтов достигло 5000 [2].

Несмотря на динамичный рост, доля православного сегмента в Интернете остается весьма скромной: в 2011 г. этот показатель составил 0,12 %. Связано это главным образом с тем, что интересы пользователей «всемирной паутины» обычно лежат далеко за пределами религиозной сферы. Тематическим нишевым изданиям некоммерческого сегмента Рунета, пишущим о культуре и нравственности, невероятно сложнее сформировать постоянную и большую аудиторию, и, тем не менее, сегодняшний уровень развития с успехом доказывает востребованность «православного Интернета».



Всестороннего статистического подсчета и качественных исследований аудитории православного сегмента сети Интернет не проводилось. Однако анализ данных открытой интернет-статистики, сайтов-рейтингов и интернет-каталогов позволяет сделать определенные выводы об аудитории православных сайтов.

Аудитория «православного Интернета» до недавнего времени состояла в основном из православной молодежи, однако в последнее время среди пользователей отмечается увеличение доли лиц старшего возраста; кроме того, коммуникационные возможности православных интернет-сайтов активно используют священники, монахи и даже епископы.

Распределение посетителей православных страниц по странам не сильно отличается от картины, характерной для русского Интернета в целом. Три четверти пользователей читают православные страницы на русском языке, пребывая в России и других республиках бывшего СССР, подавляющее большинство остальных читателей проживают в странах Запада.

На основе анализа числа сайтов, отнесенных к различным рубрикам каталога «Православное христианство.ru», можно составить представление о тематических предпочтениях посетителей «православного Интернета». 25 % последнего составляют сайты, содержащие новости официального характера. 24 % «православного Интернета» представлены ресурсами, посвященными православному искусству и научным вопросам. Далее идут, в порядке уменьшения числа сайтов, такие тематические группы, как «Православное вероучение» (9 %), «Семья, жизнь в миру» (7 %), «Образование» (7 %), «СМИ» (6 %), «Интернет-службы» (6 %), «Политика и идеология» (5 %), «Церковь и общество» (5 %), «Личные странички» (3 %) и сайты, посвященные хозяйственной деятельности православных христиан (3 %) [1].

Сопоставление количества сайтов различной тематики и читательского интереса к этим сайтам выявило, что не во всех тематических направлениях наблюдается корреляция между читательским интересом и числом сайтов. Храмовые страницы, епархиальные и монастырские сайты, имеющие в основном справочный характер, не соотносятся с их суммарной посещаемостью, читательский интерес к таким интернет-ресурсам мал. Это же характерно для таких тематик, как образование и политика. В то же время стабилен интерес читателей к музыкальным страницам, сайтам православных знакомств и сайтам, посвященным богословским и богослужебным вопросам.

Среди всех посетителей «православного Интернета» около трети приходится на небольшие сайты (с аудиторией до 250 человек в сутки); другая треть – на самые посещаемые православные порталы (с числом уникальных посетителей более 500 в сутки); остальные посещают сайты с суточной аудиторией от 250 до 500 посетителей.

Самыми популярными православными сайтами в 2011 г. стали «Православие.ru», «Православие и мир», «Патриархия.ru», «Православный Церковный календарь», «Азбука веры: православная энциклопедия», «Христианство.ru: православный каталог». Данные сайты имеют наибольшие значения индекса популярности – составного показателя, характеризующего популярность сайта на основе данных о его посещаемости. При этом только трем из названных сайтов удалось превысить полумиллионный барьер месячной посещаемости: «Православие и мир» – 676 тыс. посещений, «Азбука веры: православная энциклопедия» – 560 тыс. посещений, «Православие.ru» – 547 тыс. посещений. Для сравнения: месячная посещаемость РИА Новости – 4 млн. чел, РБК – 18 млн. чел.

По направленности на аудиторию и принадлежности, все православные интернет-сайты можно разделить на несколько групп.

К первой группе относятся сайты, ориентированные на воцерковленную аудиторию и принадлежащие к официальным административным единицам (это может быть патриархат, епархия, синодальный отдел, благочиние, приход, и т.д.) Каждый четвертый православный узел интернета представляет собой официальную страницу – храма, епархии, благочиния, иного учреждения РПЦ. Доля ресурсов данной группы в



«православном Интернете» составляет около 25 %. Основной жанр, используемый редакциями этих сайтов – информационное сообщение (новостная заметка). Примерно треть публикуемой информации подготовлена собственными корреспондентами, остальные сообщения отобраны из материалов информационных агентств или из других интернет-изданий.

Информационное поле официальных церковных сайтов состоит из нескольких тематических сегментов: служение Патриарха; деятельность Синода и синодальных учреждений; жизнь Церкви в регионах; отношения Церкви и государства; взаимодействие Церкви и общества; жизнь Поместных Церквей; отношения Православия и других религий; праздники годового круга и памятные даты церковной истории. Наиболее популярными являются официальный сайт Московского Патриархата (www.mospat.ru), сайт Церковно-научного центра (www.sedmitza.ru).

Все сайты первой группы различны по степени информативности, каждый освещает соответствующую сторону деятельности РПЦ. Отдельно стоит упомянуть портал «Епархия» (www.eparhia.ru) в число задач которого входит усиление присутствия Русского Православия в Интернете и оказание содействия епархиальным управлениям РПЦ в освоении интернет-пространства и координации их деятельности.

Вторую группу составляют сайты православной тематики, созданные с культурно-просветительской, миссионерской целью церковно-общественными организациями и ориентированные в основном на воцерковленных читателей и интересующихся православием светских лиц. Данная группа сайтов является самой значительной и в общем объеме «православного Интернета» занимает около 50 %.

На сайтах данной группы наблюдается большее жанровое разнообразие. Помимо традиционных жанров (интервью, репортажа, обзорной статьи, рецензии), здесь встречаются специфические жанры, характерные для православной прессы: проповедь, житие. Кроме того, распространены жанры, характерные для интернет-СМИ – мониторинг публикаций в Интернете, обзоры интернет-сайтов. Приоритетными тематическими направлениями являются различные аспекты культуры (повествования об исторических личностях, рецензии на книги и фильмы, просветительские и аналитические материалы об искусстве, культурных феноменах и тенденциях), семейная жизнь и проблемы нравственности, благотворительность и социальная деятельность.

Безусловными лидерами этой группы являются «Православие.Ru» (www.pravoslavie.ru), «Православный календарь» (www.days.pravoslavie.ru) «Православие и мир» (www.pravmir.ru).

К данной группе православных сайтов следует отнести также электронные библиотеки и интернет-сайты православных телеканалов, газет и журналов, сайты-каталоги православных ресурсов. Один из самых полных систематизаторов православных ресурсов в Интернете – «Православное христианство: каталог, рейтинг, поиск» (www.hristianstvo.ru).

К **третьей группе** относятся интернет-проекты отдельных верующих – персональные страницы, блоги. Доля данной группы невелика и составляет около 10%. Однако, в последние годы, наблюдается тенденция значительного роста численности данной группы. Блогосфера способствует формированию виртуальных сообществ, участники которых, оставаясь членами своих территориальных приходских общин, дискутируют на православные темы. В целом, характеризуя православную составляющую блогосферы, можно отметить замкнутость в ней православного сообщества. Как правило, одни и те же полторы-две тысячи пользователей взаимно подписаны на дневники друг друга. Так называемых «тысячников» – авторов блогов, у которых 1000 подписчиков и более, не больше десятка.

В **четвертую группу** входят православные интернет-форумы и социальные сети. Самым популярным православным форумом в русском Интернете является форум диакона Андрея Кураева «Человек и его вера» (www.kuraev.ru), выросший из гос-



тевой книги известного православного публициста. На форуме обсуждаются самые разные вопросы – от богословских до бытовых.

«Храмина.Ру» является социальной сетью, созданной для поддержки общения и укрепления личных связей православных пользователей и тех, кто интересуется вопросами веры. Агрегация новостей дает пользователям возможность получать полную информацию о событиях в мире и о жизни православных людей из разных источников.

Динамика роста православного сегмента русскоязычной сети приводит к быстрому устареванию даже самых исчерпывающих обзоров «православного Интернета».

Выступая на Рождественских чтениях, руководитель новостного портала информационного агентства «РИА-Новости» Наталья Лосева выделила ряд проблемных зон православных интернет-сайтов с точки зрения пользователей. Первая проблема для аудитории связана с оформлением сайтов, что выражается в неудобном или непонятном рубрикаторе, нефункциональном дизайне, в качестве загрузки страниц, «непрописанности» механизма перекрестных внутренних ссылок. Это проблема не эстетическая, а эргономическая – проблема удобства, пригодности для длительного пребывания на сайте. Вторая проблема связана с режиссурой главной страницы, на ней неравномерно распределены материалы, сервисы, интерактивные элементы, нет демонстрации обновляемости и динамичности. Третья проблема – неудобство поиска нужного сайта. Большая часть интернет-ресурсов не оптимизирована под поисковые каталоги, не включена в обмены, поэтому их трудно найти [3].

Несмотря на описанные проблемы, «православный Интернет» сегодня – это один из самых развитых некоммерческих сегментов Рунета. На данный момент немного найдется других областей в некоммерческом сегменте, которые содержали бы такое разнообразие сайтов, жанров, информации всех типов – текстовой, аудио и визуальной, для столь широкого круга пользователей. Православный сектор русскоязычного Интернета продолжает интенсивно развиваться, что дает определенное основание для оптимистичного прогноза: Интернет, с большой долей вероятности, может стать одним из главных каналов православной миссии в XXI веке.

Список литературы

1. Мазуренко И. Л. Православный интернет в цифрах и фактах. Статистическое исследование // Информационные технологии, Интернет и мультимедиа на службе Церкви и религиозного образования. 31 января - 1 февраля 2008 г. <http://www.orthonet.ru/2008>
2. Каталог православных ресурсов сети интернет «Православное христианство.ru» // <http://www.hristianstvo.ru>
3. Лосева Н. Г. Православный рунет: взгляд руководителя светского новостного портала <http://www.orthonet.ru/2006/loseva.htm>

AUDIENCE OF THE ORTHODOX SEGMENT OF THE INTERNET IN RUSSIA

N. S. Zimova

*Orthodox
Sviato-Tikhonovsky
Humanitarian
University,
Moscow*

*e-mail:
nzimova@mail.ru*

This article is devoted to the analysis of the Orthodox segment of the Internet in Russia. The author considers the audience of "Orthodox Internet", its thematic preferences. The author highlights the group of Orthodox Internet sites, depending on the direction of the audience. The author gives a characterization for the each group. In conclusion, the author points out the main contemporary problems of Orthodox sites in Russia.

Key words: Orthodox Church, Orthodox segment of the Internet, Orthodox sites, audience of Orthodox sites, subjects of Orthodox sites.