

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра социологии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Д. О. Труфанов

« _____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.01.05 Реклама и связи с общественностью

Имидж Русской православной церкви в представлении взрослого населения г.
Красноярска

Руководитель _____ канд. философ.наук., доцент Т. А. Феньвеш

Выпускник _____ А. М. Сас

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Теоретико-методологические основания изучения имиджа религиозной организации.....	5
1.1 Основные подходы к изучению имиджа. Структура и функции имиджа.....	5
1.2 Имидж РПЦ в современной России.....	13
Глава 2. Эмпирический анализ имиджа Русской православной церкви в представлении взрослого населения города Красноярска.....	18
2.1 Методическое обоснование исследования.....	21
2.2 Анализ результатов исследования.....	44
Заключение.....	46
Список использованных источников.....	47

ВВЕДЕНИЕ

Изучение имиджа Русской православной церкви (далее РПЦ) является актуальным, учитывая политико-экономическую и социально-культурную ситуацию в России в наши дни. РПЦ настолько сильно входит в различные сферы деятельности, что уже не является просто религиозным сообществом, и это безусловно в сильной степени влияет на ее имидж. Так же изучение имиджа важно из-за широкого спектра представленных религиозных движений, различные мировые религии, древние верования и новые верования. Такая сильная конкуренция дает весомый повод для изучения и построения положительного имиджа РПЦ среди населения.

Цель: изучить имидж РПЦ в представлении взрослого населения г. Красноярск

Задачи:

1. Исследовать структуру и функции церкви как религиозной организации;
2. Исследовать структуру и функции имиджа религиозных организаций;
3. Исследовать имидж РПЦ в представлении взрослого населения города Красноярск;
4. Сделать выводы и составить перечень рекомендаций, на основе полученных данных.

Объект: представление взрослого население города Красноярск.

Предмет: имидж РПЦ в представлении взрослого населения города Красноярск.

Гипотеза: в представлении взрослого населения города Красноярск имидж РПЦ содержит противоречивые черты.

Метод сбора информации: социологический опрос.

Выборка: случайная, вероятностная. Классификация респондентов проведена по уровню дохода, полувозрастному фактору, наличие и степень образования и по уровню дохода.

Теоретическое исследование проблематики было проведено опираясь на историю церкви, на работы по социологии и философии церкви, а также на исследования общественного мнения по данному вопросу русских и зарубежных ученых. Я использовал основополагающие работы по социологии религии таких ученых как Эмиль Дюркгейм, Макс Вебер, Юрий Левада, Луис Беркхоф и Герхад Вегнер. Работы Михаила Мчедлова, Льва Митрохина, Киммо Каарияйнена, Людмилы Новиковой и других по исследованию общественного мнения в отношении РПЦ, оказали определяющее влияние на данное исследование. Всероссийский центр изучения общественного мнения последние годы уделяет все больше внимания изучению имиджа РПЦ в массовом сознании россиян.

Целостных исследований имиджа РПЦ нет, есть лишь те, которые помогают анализировать определенные аспекты данной проблемы, поэтому степень проработанности темы является сравнительно низкой.

Глава 1. Теоретико-методологические основания изучения имиджа религиозной организации

1.1 Основные подходы к изучению имиджа. Структура и функции имиджа

Имидж (от англ. Image – «образ», «изображение», «отражение») – искусственный образ, формируемый в индивидуальном или общественном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия. Имидж создается пиаром, рекламой или пропагандой с целью формирования определенного отношения к объекту. Имидж может сочетать в себе как реальные свойства объекта, так и несуществующие, приписываемые свойства.

В настоящее время во многих областях человеческой деятельности технологии формирования имиджа находят все большее применение. За последние двадцать лет слово «имидж» прочно вошло в повседневный обиход выйдя далеко за рамки узкоспециализированных изданий. Мы можем говорить об имидже отдельной персоны, политика, бизнесмена, имидже торговой марки, имидже организации и т. д. Интерес к проблеме имиджа обусловлен необходимостью решения практических задач в сфере управления и коммуникаций. Олег Александрович Феофанов был одним из первых кто ввел понятие «имидж» в специальную русскоязычную литературу. Феофанов рассмотрел имидж как основное средство психологического воздействия рекламодателя на потребителя в своей работе «США: реклама и общество», увидевшей свет в 1974 году. Сегодня в науке существует большое количество подходов к изучению понятия «имидж».

Рассмотрим некоторые из них:

1. Отраслевой подход. С точки зрения такого подхода к изучению имиджа сам имидж понимается как форма отражения реально существующего объекта или устойчивое представление о нем. Имидж характеризуется «общественным восприятием», то есть обладает некоторыми универсальными

чертами. При этом имидж основывается на психологическом механизме восприятия и отражает некоторые отраслевые черты исследуемого феномена.

2. Психологический подход. Имидж практически во всех формулировках понимается как образ и определяется как форма отражения объекта. Но понимается имидж как образ стереотипный, эмоционально отраженный, индивидуальный, раскрывающий внутреннее содержание, сложившийся в массовом сознании.

3. Прикладной подход. Имидж рассматривается как модель, инструмент познания. При этом используются такие техники как: мысленное представление, конструирование образа, эталон желаемого, эмоциональное восприятие и коммуникационная единица.

4. Управленческий подход. Имидж определяется как создание нужного впечатления, целенаправленное формирование, побуждение к социальному поведению, создаваемы СМИ образ. Данный подход позволяет потом применять системный подход к анализу явлений, связанных с практическим использованием имиджа, а формирование имиджа включает в систему социального управления.

5. Системный подход. Системный анализ предусматривает раскрытие целостности объекта исследования, выявление типологии его связей, сведение их в единую теоретическую картину. Главным приемом системного анализа является построение модели, отображающей факторы и взаимосвязи в пространстве рассматриваемого объекта.

Имидж можно представить, как «черный ящик», воспринимающий определенное множество входных сигналов и генерирующий определенное множество выходных сигналов. При этом сигналы эти корректируются согласно некоторым закономерностям. На входе основные компоненты, влияющие на формирование имиджа это реальные качества идеализированные и/или сознательно гипертрофированные качества, приписываемые объекту. Реальные качества имиджа представляют собой набор существующих свойств, который имманентно присущ объекту. Естественно этот набор существенно

отличается от того, является ли он элементом предметного мира (товар, природный объект) или общественных институтов (человек, организация, партия). Идеализированные качества являются набором тех свойств, которые складываются в общественном сознании как представление об этическом совершенстве, легенде (идеальный руководитель, депутат, друг).

Ольга Шкурихина, известный российский специалист в сфере связей с общественностью, дает очень развернутую картину имиджа: фактически имидж является поверхностным образом компании, который транслируется внутри компании и во внешний мир. Он создается для узнаваемости организации, привлечения новых потребителей, партнеров, работников, побуждение всех типов целевых аудиторий к сотрудничеству с компанией. СМИ, потребители, поставщики и сотрудники компании являются основной целевой аудиторией имиджа. Имидж отличается от репутации тем, что создается искусственно и лишь на определенный период деятельности компании. Особенность имиджа еще и в том, что он так же может возникать, например, по рекомендации относительно компании, без непосредственного взаимодействия с ней. Имидж чаще всего воспринимается на эмоциональном уровне. Можно провести аналогию с «пазлом»: тысяча разрозненных впечатлений, создающих единый образ. Это зачастую маскирует информацию о компании и не дает понять, каким образом и какими методами она строит свое поведение в определенных ситуациях. Посредством рекламы и PR проводят коррекцию имиджа в течении определенного времени, а также через повышение квалификации сотрудников. Позитивный результат работы с имиджем даст компании многое. Это не только рост прибыли компании, но и возврат инвестиций, так же доверие потребителей и партнеров.

Имидж организации складывается из персональных имиджей следующих компонентов:

1. Имидж продукта: качество предоставляемых товаров и услуг, функциональная ценность товара, дополнительные услуги;

2. Имидж потребителя: стиль жизни потребителя, его характер и общественный вкус;
3. Внутренний имидж организации: социально-психологический климат коллектива, культура и история организации;
4. Имидж руководителя: стиль управления, внешность, особенности вербального и невербального общения, социально-демографическая принадлежность, параметры неосновной деятельности, психологические характеристики, поступки;
5. Имидж персонала: компетентность персонала, культура персонала, уровень обслуживания посетителей, социально-демографические характеристики;
6. Визуальный имидж: внешний облик персонала, архитектура и внутренний дизайн помещения, элементы фирменного стиля;
7. Социальный имидж: социальные аспекты деятельности организации, известность в широких кругах;
8. Бизнес имидж: деловая репутация и показатели деловой активности;

Ряд признаков корпоративного имиджа выделяет американский исследователь Дэниел Бурстин. По его мнению, именно эти признаки реально складываются на практике:

- Имидж должен быть синтетическим, т.е. планироваться, чтобы производить определенное впечатление с помощью фирменного знака, торговой марки и сорта товара;
- Образ должен вызывать доверие у людей, идентифицироваться с конкретным лицом или организацией, т.е. образ должен быть правдоподобным и достоверным;
- Имидж должен быть пассивным – поскольку имидж в определенной мере отвечает реальности, то создающий его в определенной мере стремится скорее уподобиться имиджу, нежели сделать имидж своим подобием;

– Чтобы вызывать к человеческим чувствам, имидж должен быть ярким и конкретным;

– Имидж должен быть простым и запоминающимся;

– Еще одним важным признаком является неопределенность. Имидж должен обретаться где-то между чувствами и рассудком, ожиданиями и реальностью, чтобы устоять перед непредвиденными событиями, изменениями во вкусах;

Существует и другая классификация, основанная на управленческом подходе. С этой точки зрения имидж организации можно определить как сформировавшийся, действенный, эмоционально окрашенный образ организации или отдельных ее составляющих, наделенных определенными характеристиками, основанными на реальных или приписываемых перцептивных свойствах конкретной организации, обладающих социальной значимостью для воспринимающего. Факторы, влияющие на формирование позитивного имиджа:

1. Финансовое положение организации.
2. История организации, фирмы, ее традиции и репутация.
3. Личность руководителя.
4. Паблицити – рекламная известность.
5. Забота о персонале.
6. Социальная ответственность перед обществом.
7. Управление организацией.
8. Фирменный стиль.
9. Этичность деятельности и отношений.

Имидж организации так же выполняет следующие функции:

1. Номинативная – нацелена на то, чтобы создать узнаваемость организации, связав с ее товаром, руководителем или самой организацией в целом благоприятный образ;

2. Эстетическая – выделяет эмоциональный образ товара (услуги), выдвигая на первый план качественные составляющие;

3. Консервативная – призвана защищать (перед веяниями моды и натиском новых потребностей, спроса, новых идей) основную идею фирменного комплекса, обеспечив вариантность одной и той же идеи для поколений традиционных потребителей.

4. Адресная – связывает имидж с определенными целевыми аудиториями воздействия.

Культура формирования имиджа еще не сложилась, хотя официально ему придается большое значение. Если проанализировать «биографию» реальных фирм мы увидим, что проблема имиджа в организациях отслеживается слабо. В основном распространена идея о том, что после создания самой организации имидж можно обеспечить проведением рекламных компаний в средствах массовой информации. Имидж рассматривают и понимают, как условие стимулирующие удачный сбыт продукции и привлечение клиентов. Персонал организации как не привлечен к созданию внешнего имиджа, поскольку формированием имиджа через размещение рекламы занимается руководитель организации вместе с отделом. Мало учитывается тот факт, что поведенческая культура персонала, концептуальная ориентация организации влияют на формирование и поддержание имиджа даже больше, чем удачно проведенная рекламная компания.

Имидж религиозных организаций имеет ряд особенностей, и так как долгое время религиозные организации были довольно закрытыми структурами, в массовом сознании сложилось мифическое представление об этих организациях. Многие формируют свое мнение основываясь лишь на стереотипах, из-за отсутствия практики непосредственного столкновения с обрядами. Например, стереотипно многие считают, что буддизм это религия умиротворенных философов-вегетарианцев. Но в традиционно буддистских странах случаются войны, имеются свои скотоводческие фермы, среди населения есть достаточно предприимчивые люди, которые не всегда настроены на философию и умиротворение. Но массовое сознание мыслит обобщенно и в традиционно христианских и исламских странах люди

продолжают воспринимать буддизм сквозь призму стереотипов. Также они часто сосредотачиваются на собственном функционировании игнорируя при этом проблемы общества в целом. Именно на этих теоретических принципах базируется имидж религиозных организаций в целом.

Функции Русской православной церкви во всем совпадают с общими функциями свойственными христианским церквям. Однако Устав утверждает ее как зарегистрированную «в качестве юридического лица в Российской Федерации централизованную религиозную организацию». Поэтому рассматривать функции Русской православной церкви мы будем с точки зрения религиозной организации. Основными признаками религиозной организации является наличие у членов организации общего вероисповедания, совершение богослужений, религиозных обрядов и церемоний, а также обучение религии и религиозное воспитание своих последователей.

Выделим следующие функции Русской православной церкви как религиозной организации:

1. Воспитательная функция – обучение религии и религиозное воспитание всех своих последователей. В систему православного образования включены курсы катехизации, православные детские сады, воскресные школы, православные гимназии, духовные училища, православные образовательные центры, семинарии. Также, эта функция раскрывается через преподавание в светских школах курса «Основы православной культуры».

2. Миротворческая функция – отстаивание позиции мирного сосуществования стран и народов из религиозных и реалистичных побуждений. В недалеком прошлом Христианская мирная конференция являлась одним из наиболее влиятельных международных центров борьбы за мир. Она объединяла православные и протестантские организации сторонников. На своих всехристианских конгрессах эта организация приняла ряд важных решений и заявлений. Она призывала священнослужителей и все прогрессивные силы мира к борьбе против гонки вооружений, за сохранение и упрочение разрядки международной напряженности и недопущение «холодной войны». За

последние десятилетия по инициативе Русской православной церкви были проведены три международные конференции религиозных организаций мира.

3. Функция социального служения – благотворительность и дела милосердия верующих и клира. Здесь подразумевается не только проявление человеческого сострадания и стремление к идеалу духовного развития, объединяющие сопереживания с деятельной любовью к ближнему, с конкретно выраженной добротой по отношению к обездоленным и страждущим. Оно выводится из божественного нравственного закона как одна из добродетелей и в лоне церкви признается подлинным лишь в соединении с верой в Бога. Помощь и участие являются внешним проявлением милосердия. Сострадание – внутреннее проявление милосердия. Благотворительность, милостыня, призрение и т.п. являются проявлением милосердия. Проблемы современного мира ставят перед церковью ребром задачу возрождения и воплощения дел милосердия в жизнь.

Взаимоотношения церкви как религиозной организации с обществом и миром регулирует документ под названием «Основы социальной концепции Русской православной церкви», принятый на Архиерейском Соборе 2000 года. Он регулирует взаимодействие церкви и нации, государства, политики. Отношение к собственности и к труду. Также имеются разделы «Христианская этика и светское право», «Война и мир», «Преступность, наказание, исправление», «Вопросы личной, семейной и общественной нравственности», «Здоровье личности и народа», «Проблемы Биоэтики», «Церковь и проблемы экологии» и многие другие аспекты. Русская православная церковь занимает активную позицию по отношению к миру и ставит перед собой довольно широкий спектр вопросов. Как организацию в целом, её интересуют все изменения, происходящие в нашем мире. В этом плане, она действительно является прогрессивной общественной организацией, сконцентрированной на реализации не только своего непосредственного функционала, но и на вопросах технического прогресса и соотношения их с догматикой.

1.2 Имидж РПЦ в современной России

Отсчет церковной истории Русской православной церкви начался с момента крещения Руси в 988 году. Первые пять столетий Русская церковь была одной из метрополий Константинопольского Патриархата. Москва сменила Киев и стала местопребыванием Киевских митрополитов в конце 1325 года. Последним митрополитом в Москве был грек Исидор, живший в XV веке. Начиная с правления Иоанна III в Русском государстве начала формироваться религиозно-философская идея. Она заключалась в том, что вследствие политического падения Византии, Москва становилась единственным государственным оплотом православия, которую стали именовать «Третьим Римом». В церкви в данный период формировался новый взгляд на русское благочестие как единственное во всем мире неповрежденное и спасительное учение Христа. Христиане иных вероисповеданий подлежали перекрещиванию при присоединении к православию.

В середине XVII века произошел раскол Русской православной церкви. Старообрядцев предали государственному уголовному преследованию. В 1700 году Петр I запретил избирать нового патриарха. Двадцать лет спустя он учредил Святейший Синод, который, являясь государственным органом, исполнял функции общецерковного управления с 1721 по 1918 года – с императором (до 2 марта 1917 года) в качестве «крайнего Судии сей Коллегии».

Патриаршие полномочия было решено восстановить на Всероссийском поместном соборе 1917 года. Тихон стал новым патриархом. В 1925 году Тихон скончался, оставив свои полномочия в сане Патриаршего Местоблюстителя митрополиту Петру Крутицкому. К 1939 году церковная структура по всей стране была практически полностью уничтожена. Епархии, как административные единицы, практически исчезли, а большая часть духовенства находилась в лагерях или вовсе была физически истреблена. В сентябре 1939 года ситуация серьезно изменилась, когда в результате аннексии Союзом ССР восточных территорий Польши, в 1940 году – Латвии, Литвы и

Эстонии, на территории СССР оказалось свыше 7500 тысяч православных верующих Западной Украины, Белоруссии и стран Прибалтики, организованных в епархии и приходы, действующие монастыри, учебные заведения, редакции церковных газет и т.д. В этот период временно свернули антицерковные акции. 28 января 1988 года Совет по делам религий при Совете Министров СССР отменил нормативные акты, ограничивающие действие церковных приходов. В 1988 году было празднование 1000-летия Крещения Руси. Эта дата стала переломным моментом в отношении жизни Церкви. Теперь люди могли видеть прямые трансляции богослужений по телевизору, так как был снят запрет на освящение религиозной жизни в СССР. Подтверждением принципиального изменения религиозной политики государства в условиях перестройки явилось избрание в 1989 году около 300 служителей различных религий, в том числе 192 православных, народными депутатами Советов различных уровней. 30 мая 1991 года Русская православная церковь обрела полный статус юридического лица. Распад СССР спровоцировал распад церкви. На территории бывших союзных республик начали создаваться независимые от Русской Православной Церкви церковные структуры: например, в Молдавии часть приходов перешла в юрисдикцию Румынской Патриархии (Бессарабская митрополия). В Эстонии часть приходов так же вышла из-под юрисдикции Московского Патриархата, приняв покровительство Константинопольского патриарха.

Имидж Русской православной церкви за последние десятилетия изучался довольно таки мало: в 2008 и в 2009 годах были проведены исследования, а затем исследования были проведены лишь в 2013 году. Последние исследование было проведено Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Но оно лишь косвенно касалось имиджа Русской православной церкви и носило название «Роль православия в жизни России». Но некоторые выводы об имидже Русской православной церкви из него все же можно сделать. 44% россиян считают, что православие сегодня является государственной религией страны. Вопрос вероисповедания главы

государства важен для общества, и 50% считают, что президент не может исповедовать религию, отличную от православия. 56 % россиян считают, что Православная церковь сыграла значительную роль в истории России. Православная церковь оказывала определяющее влияние на ход событий в стране в поворотные периоды. Респонденты признают влияние православия на развитие России и почти половина (47%) считают, что оно чаще выступало движущей и позитивной силой, и только 9% считают, что чаще оно наоборот тормозило развитие России. С точки зрения респондентов, Русская православная церковь несущественно влияет на внутреннюю и внешнюю политику и на образование. При этом большинство опрошенных считают, что Церковь не должна вмешиваться в политику и государственные дела, влияя на моральную жизнь всего общества в целом. В 2009 году 43% разделяли такую точку зрения, к 2013 количество выросло до 50%. Треть (30%) отводят Церкви роль решения проблем исключительно в религиозной сфере. 15% россиян, однако считают, что Церковь наоборот должна принимать активное участие в обсуждении и решении проблем современного общества и государства.

Имидж Русской православной церкви, как и любой другой организации, сильно зависит от того, как и насколько хорошо организация выполняет свои функции. В дореволюционные времена церковь имела еще и ряд других функций. Одной из главных функций Русской православной церкви в дореволюционные времена была то, что сейчас мы называем отделами записи актов гражданского состояния (ЗАГС). Рождение, венчание, смерть человека – все это записывалось приходским священником в толстые книги учета. Функционал государственных учреждений вынуждено был взят на себя Русской православной церковью. Причиной тому было то, что соответствующие государственные учреждения не всегда удавалось сделать в уездных городах, не говоря уже о маленьких деревушках. В каждом городе же имелись храмы, в каждом селе церкви, даже в каждом поселке была хотя бы небольшая часовня.

Социально-психологический климат среди священнослужителей является влиятельным фактором в системе имиджа Русской православной церкви как религиозной организации. Отношения клириков построены на подчинении по сану, что похоже на структуру взаимоотношений военных и тому подобных организаций. Духовенство делится на белое и черное. Черное – это монашеский чин, белое – женатые священнослужители. Самым младшим саном считается диакон. Он не имеет возможности совершать церковные Таинства, такие как крестить, венчать, совершать панихиды. Диакон помогает священнику, которые в свою очередь наделены полномочиями заниматься такими Таинствами. Белые священники бывают диаконами и протодиаконами, а черные – иеродиаконами и архидиаконами. На порядок выше стоят священники или пресвитеры. Белые – иерей, протоиерей, митрофорный протоиерей. Черные – иеромонах, игумен, архимандрит. Возглавляют церковную иерархию архиерейские чины: сан архиерея может получить только монашествующий священник – епископ, митрополит, архиепископ, патриарх. Церковь опирается на послушании младших старшим. Священник может лишиться своего сана при несоблюдении правил. Данная процедура схожая с силовыми структурами.

На имидж Русской православной церкви так же влияет персональный имидж Патриарха и Архиерея церковного округа и особенности их вербального и невербального общения. Например, Патриарх Кирилл говорит торжественно и уверенно. Митрополиту Красноярскому и Ачинскому Пантелеимону свойственна принципиально другая манера. Его речь интонационно обыкновенно имеет побудительный характер. Для нее характерно большое количество пауз и размеренность.

При построении коммуникационной политики должен непременно учитываться и рассматриваться имидж клира, как важный компонент имиджа Русской православной церкви. Их компетентность, культура, личные отношения с прихожанами и социально-демографические характеристики слишком сильно влияют на имидж церкви в целом. Наличие богословского образования у каждого священнослужителя является крайне важным фактором

для церкви. Внешний вид батюшек также играет не мало важную роль, так как он является неотъемлемым компонентом имиджа церкви. «Полные» или «грузные» люди, выступая в роли священников, откладывают негативный отпечаток на имидже церкви в целом.

Визуальный образ Русской православной церкви является не только важным компонентом ее имиджа, но и предметом культурного наследия и истории страны. Тут мы подразумеваем именно архитектуру храмов, их интерьер и экстерьер. Храмовая архитектура, в самом общем смысле, служит формой фиксации, трансляции и презентации базисных культурных архетипов. Архитектурные формы формируют особую коммуникативную среду воплощая сакральные смыслы. Интерьер несет особую смысловую нагрузку прихожанам, в то время как экстерьер направлен на внешние аудитории. Храмовая архитектура, выступая средством визуальной презентации и трансляции ценностных, историко-культурных и экзистенциальных смыслов, формирует специфическое коммуникативное поле, в котором обитаемое пространство приобретает свойство «текста», несущего и мнемоническую, и нарративную, и нормативную, и эмоциональную нагрузку.

Социальный имидж Русской православной церкви зиждется на милосердной и миротворческой функциях. Именно социальное служение, милосердие, миротворчество и благотворительность являются здесь определяющими факторами. Такую деятельность регламентирует документ «О принципах организации социальной работы в Русской православной церкви», принятый 4 февраля 2011 года на Архиерейском соборе Русской православной церкви. Он говорит о следующем:

Известность в широких кругах Русская православная церковь приобретает благодаря своему культурному и историческому наследию, а также через выражение религиозной приверженности определенных лиц: государственных деятелей и лидеров общественного мнения. Деловая активность Русской православной церкви как религиозной организации будет

базироваться на сотрудничестве с государственными и негосударственными учреждениями различного уровня: например, образовательные учреждения.

Федеральный закон от 26 сентября 1997 года № 125-ФЗ «О свободе совести и о религиозных объединениях», заменивший закон РСФСР от 25 октября 1990 года № 267-1 «О свободе вероисповеданий», в преамбуле содержит признание «особой роли православия в истории России». В порядке убывания численности, приведены наиболее крупные народы России с преимущественно православным вероисповеданием – русские, украинцы, чуваша, мордва, удмурты, марийцы, осетины, белорусы, якуты, коми, греки, молдаване, грузины, коми-пермяки, карелы, кряшены, болгары, нагайбаки, румыны, сербы, русины, македонцы.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в марте 2010 года предоставил данные о том, сколько россиян прошли обряд крещения, читали Священное Писание, соблюдают религиозные ритуалы и какие изменения наблюдают в религиозных чувствах окружающих. Доля последователей православия достигла максимального значения за все время измерения, увеличившись с 70 до 75% за прошедший год. Если сравнивать с 2006 годом, то число неверующих респондентов сократилось вдвое (с 16 до 8%). Большинство россиян, исповедующих христианство, являются крещеными (84%, в 1989 году – 89%). Но надо отметить, что за прошедшие двадцать лет, число людей, не проходивших этот обряд выросло почти вдвое (с 8 до 14%). Также стоит отметить, что среди православных россиян крещено подавляющее большинство респондентов (94%), то среди последователей других христианских течений этот показатель значительно ниже (58%). В то же время, обряд крещения прошло более трети неверующих граждан (39%). 86 - 88%, такова примерная доля крещенных граждан в большинстве регионов России, но, например, на Дальнем Востоке крещеными являются лишь 66% граждан. Женщины также чаще, чем мужчины проходят этот обряд (88% против 79% соответственно). Россияне в равной степени разделились на тех, кто читал и не читал Священное Писание (по 49%). Впрочем, по сравнению с 1993 годом, доля

читавших Священное Писание выросла (с 38%), а тех кто не читал напротив, снизилась (с 61%). С содержанием Библии знакомы в первую очередь пожилые и высокообразованные респонденты (60 и 57% соответственно). О том, что не читали Священное Писание сообщают в основном 18-24-летние и малообразованные россияне (по 56%). Стоит отметить, что с содержанием Священного Писания знакомы 54% последователей православия, 42% приверженцев прочих христианских религий и каждый пятый неверующий россиянин (21%). Две трети россиян соблюдают религиозные обряды с той или иной частотой (66%, в 2006 году - 61%), но в основном только по праздникам (27%) или же эпизодически (28%). Среди последователей православия, показатель опрошенных придерживающихся религиозных традиций выше и составляет 73%. С 2006 года снизилось количество людей, не соблюдающих религиозные обряды (с 37 до 32%). Стоит отметить, что следование религиозным обрядам характерно, главным образом, для пожилых россиян (71%). Причем в этой группе чаще встречаются респонденты соблюдающие обряды ежедневно (8% против 2-5% в других возрастных группах). Также, стоит обратить внимание, что 39% опрошенных, в возрасте 18-24 года, не придерживаются религиозных традиций вообще. Большинство россиян отмечают перемены в религиозных чувствах людей. Россияне, в целом, не имеют единодушного мнения по поводу религиозных чувств окружающих. Четверть наших сограждан (25%) уверена, что сейчас происходит приобщение к вере новых людей. Так думают в первую очередь 35-59-летние респонденты (27-28%). Примерно каждый пятый гражданин полагает что люди просто перестали таить свои религиозные чувства (21%, в 1991 году – 34%). Это мнение наиболее характерно для пожилых респондентов (26%). 16% опрошенных считают, что это лишь внешняя мода (так думают, в основном, респонденты моложе 34 лет – 20%), а 17% и вовсе не замечают никаких изменений в религиозных чувствах окружающих. В то время, как последователи православия склонны видеть перемены в религиозных чувствах

людей, неверующие россияне полагают, что все происходящее – лишь внешняя мода (34%).

Глава 2. Эмпирический анализ имиджа Русской православной церкви в представлении взрослого населения города Красноярска

2.1 Методическое обоснование исследования

Анализ имиджа Русской православной церкви в представлении взрослого населения города Красноярска мы сможем правильно сделать лишь, поняв имидж Красноярской епархии, которая является непосредственным «транслятором». Рассмотрим историю Красноярской епархии, для того чтобы понять на каких основаниях базируется ее имидж.

В первой четверти XVII века, в следствии освоения приенисейской Сибири, начали основываться православные храмы и монастыри на канонической территории Красноярского епархии. В 1618 году был заложен Енисейск, позже ставшим самым крупным духовным центром Восточной Сибири: здесь были основаны Свято-Спасский мужской и Свято-Иверский женский монастыри. Многочисленные храмы были возведены в традициях восточносибирского церковного зодчества. Многие храмы сохранились до наших дней, или были восстановлены. Первый красноярский правящий архиерей был Никодим (Казанцев). Он вложил много сил в духовное и культурное развитие Епархии и Енисейской губернии в целом. Последующие архиереи продолжали эту деятельность, в результате чего к 1917 году на территории Епархии было открыто: более пятисот храмов, благотворительные, катехизаторско-просветительные и миссионерские учреждения, общества, братства и воскресные школы. Существовали также церковные хозяйственные предприятия.

Но события 1917 года и последующих лет коренным образом изменили жизнь Епархии. После принятия декрета Совнаркома об отделении Церкви от государства и школы от Церкви, началась целенаправленная борьба новых губернских властей с Церковью. Большинство епархиальных учреждений и хозяйственных предприятий были закрыты уже к лету 1918 года. Церковные и монастырские земли конфисковались и передавались в государственный фонд.

Такая политика естественно встретила стихийный отпор со стороны широких масс верующих. В период временного падения советского режима на территории края летом 1918 года и в последующие месяцы усилился «красный террор» по отношению к православным пастырям. Процесс ликвидации приходов и религиозных учреждений возобновился с удвоенной силой после окончательного установления Советской власти в губернии. Прежде всего, объектом «национализации» стали монастыри и домовые храмы. Были закрыты не только монастыри, но и все открывавшиеся на их территории сельскохозяйственные артели. Весной, 1922 года, прошла масштабная компания по изъятию церковных ценностей. Поводом для этого послужил массовый голод в стране.

После 1922 года Епархия периодически оставалась без постоянного архиерейского управления. Рукоположенный в 1925 году во епископа Красноярского иеромонах Амфилохий (Скворцов) уже в следующем году был арестован и направлен в заключение. До 1938 года руководство церковной жизнью осуществляли временно управляющие епархией архиереи. Последний временно управляющей епархией владыка Сергей (Куминский), епископ Ачинский, был арестован в ноябре 1937 года. Большинство представителей красноярского духовенства были арестованы, другие временно пребывали «за штатом» или «на покое». Государство изменило свое отношение к Церкви в годы войны и это позволило начать восстановление церковной жизни на территории епархии. Первым из красноярских храмов вновь открылся храм-часовня святителя Николая МирЛикийского на Николаевском кладбище в Красноярске. Святитель Лука (Войно-Ясенцкий) возглавлял проходившие там богослужения. С 1942 по 1944 год возглавлял красноярскую кафедру. Уже после отбытия архиепископа Луки в Тамбов, к новому месту служения, был вновь открыт старинный Свято-Покровский кафедральный собор. Постепенно и в других городах и районах края открылись приходы. После непродолжительного периода временного архиерейского управления приходы

епархии вошли в состав соседних епархий; но большей частью они были объединены в Красноярское благочиние в составе Новосибирской епархии.

После семидесятилетнего атеистического периода начался современный этап в истории епархии и ее возрождение. В 1990 году была восстановлена Красноярская епархия и 20 июля того же года на нее назначен епископ Антоний (Черемисов). В октябре 2011 года решением Священного Синода на Красноярскую кафедру был назначен главой новообразованной Красноярской митрополии Митрополит Красноярский и Ачинский Пантелеимон. Более 300 храмов, молитвенных домов и часовен было восстановлено в Красноярской епархии за прошедшие 24 года; открыто 3 мужских и 3 женских монастыря; созданы православные общественные организации, братства и сестричества, богословно-пастырские курсы, воскресные школы при храмах, центры православной культуры и библиотеки, несколько православных гимназий, церковные и молодежные духовные хоры; работают епархиальные паломническая служба, пресс-служба, информационно-аналитический и издательские центры.

Структура Красноярской Епархии:

1. Красноярская митрополия. Подчиняется митрополиту Красноярскому и Ачинскому Пантелеимону. Включает в себя Красноярскую, Канскую и Енисейскую епархию. Последними двумя управляют епископы, находящиеся в подчиненном Митрополиту положении. Таким образом территориально митрополия охватывает всю географическую территорию Красноярского края.

2. Красноярская Епархия подчиняется Митрополиту Красноярскому и Ачинскому Пантелеимону. Состоит из 6 благочиний: Красноярского (городского и окружного), Ачинского, Березовского, Минусинского, Назаровского и Шарыповского.

3. Благочиние. Часть епархии, включающая в себя несколько приходов. Подчиняется Благочинному. Благочинный церквей Красноярского

округа на данный момент является настоятель храма Иоанн Предтечи города Красноярска протоиерей Николай Ши – кэ - мин.

4. Приход. Церковная община одного храма. Священники и священнослужители подчиняются настоятелю прихода.

Но как религиозная организация Красноярская Епархия принимает следующую структуру:

1. Отдел по религиозному образованию и катехизации.
2. Миссионерский отдел.
3. Отдел по взаимодействию с молодежными организациями Красноярского края.
4. Отдел по взаимодействию с Вооруженными силами.
5. Отдел по взаимодействию с системой здравоохранения.
6. Отдел по тюремному служению.
7. Отдел по реабилитации и профилактике наркозависимостей.
8. Отдел по церковной благотворительности и социальному служению информационно-аналитический и издательский отдел.
9. Отдел по взаимоотношениям Церкви и общества.
10. Отдел по взаимодействию с Енисейским казначейством.
11. Архиерейский образовательный центр.
12. Паломническая служба.

Благодаря своей широкой структуре, она старается регламентировать и учесть все стороны взаимодействия церкви и общества. Красноярская Епархия Русской православной церкви занимает очень активную позицию по отношению к обществу. При разработке коммуникативной политики следует учитывать уже имеющиеся управленческие ресурсы. Мы видим, что при разработке такой структуры были учтены не только теоретические основания с точки зрения функции церкви, но и практические стороны вопроса: например, отдел по взаимодействию с Енисейским казначейством.

Мы осуществляли случайную, вероятностную выборку. Генеральная совокупность составила 450 000 человек, выборочная совокупность – 400

человек. Классификация была проведена по половозрастному фактору. При делении по половому признаку соотношение долей составляет 33% мужчин к 67% женщин. По возрастному фактору - 70% - люди от 18 до 25, 21% - от 26 до 35, остальные 9% в совокупности составляют люди старше 60.

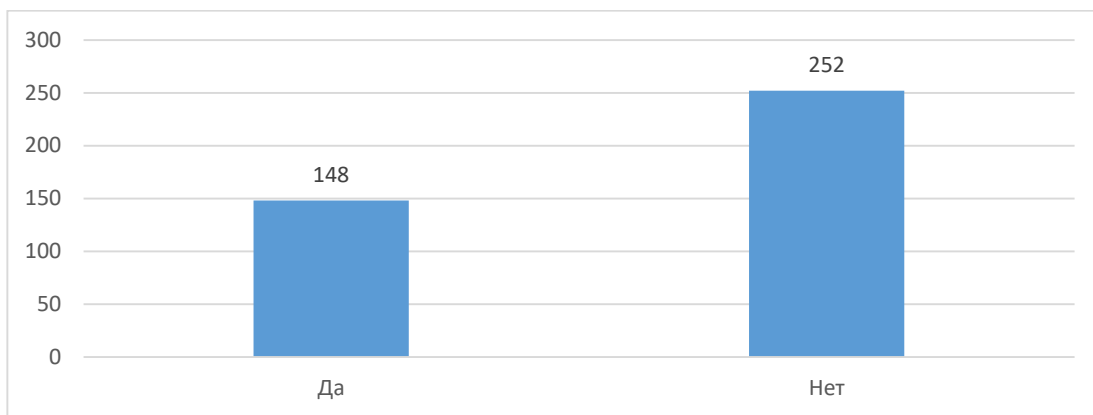


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос «Вы посещаете православную церковь?»

Первый вопрос анкеты был задан целью выяснить посещает ли респондент церковь. Как мы видим из ответов респондентов, большая часть граждан не посещает Русскую православную церковь (63% - 252 человека), соответственно 37% выбрали другой вариант ответа и сказали, что они наоборот посещают Русскую православную церковь.

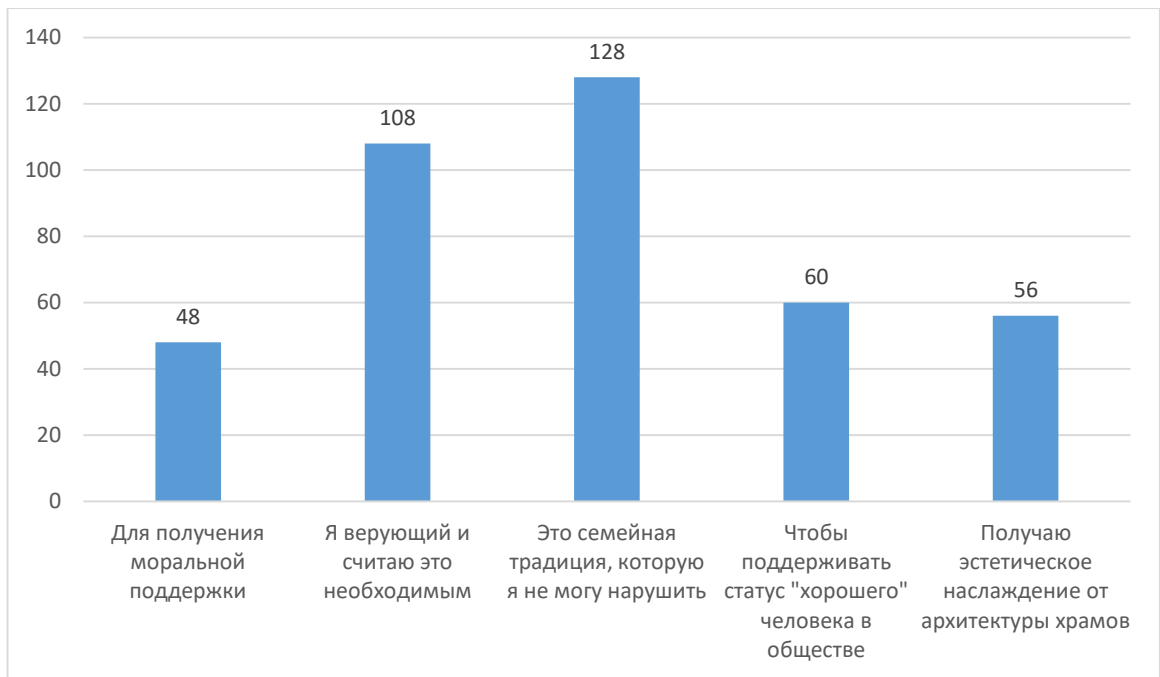


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос «Почему, по каким причинам, Вы посещаете православную церковь?»

Целью второго вопроса стала выяснить причины, по которым люди посещают Русскую православную церковь. Большинство респондентов выбрали второй или третий варианты ответа. 27% утверждают, что они верующие и считают это необходимостью. 32% посещают церковь потому что это семейная традиция. Остальные три варианта ответа набрали примерно одинаковое количество голосов. Мы можем сделать вывод, что для большинства опрошенных посещение церкви является семейной традицией.

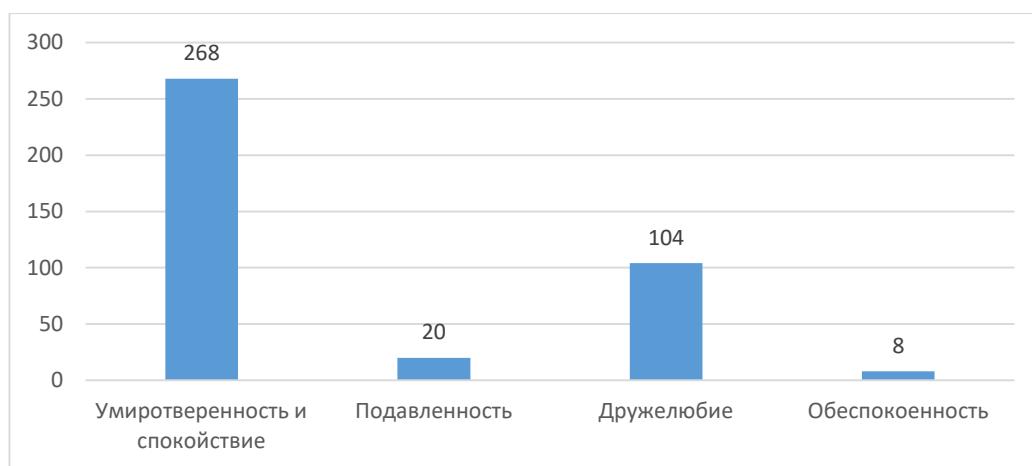


Рисунок 3 – Распределение ответов на вопрос «При посещении церкви Вы испытываете?»

Третий вопрос должен был выяснить какие чувства испытывает человек при посещении храма Русской православной церкви. Как мы видим, большая часть респондентов испытывают умиротворенность и спокойствие (67%), довольно большая часть респондентов чувствуют дружелюбную обстановку находясь в храме (26%). Чувства подавленности и обеспокоенности не испытывает почти никто, эти варианты ответов набрали 5% и 2% соответственно. Можно сделать вывод, что практически все респонденты при посещении церкви испытывают положительные эмоции.

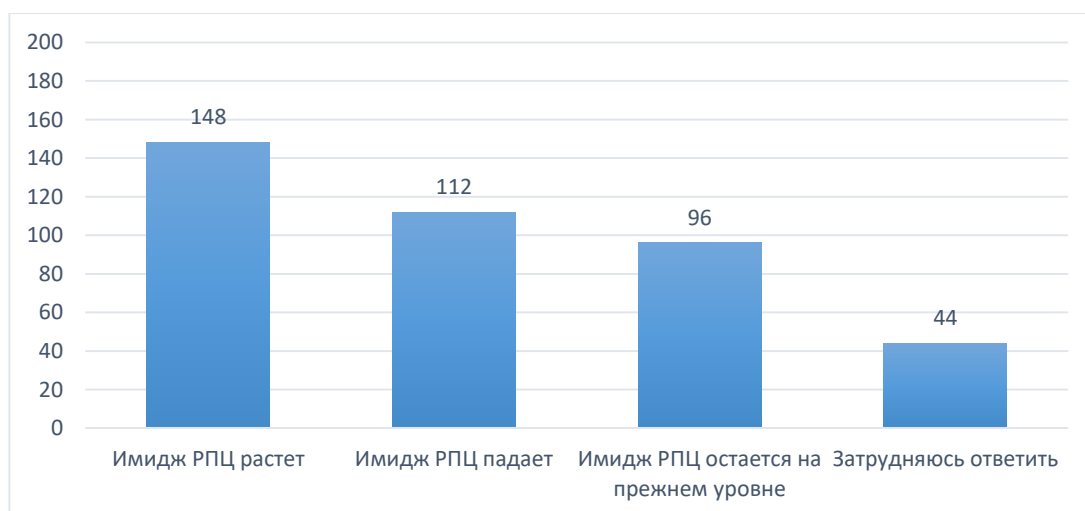


Рисунок 4 – Распределение ответов на вопрос «По Вашему мнению, авторитет Русской православной церкви в обществе...»

Четвертый вопрос был призван выяснить мнение жителей Красноярска о динамике авторитета Русской православной церкви в обществе на данный момент времени. Большинство респондентов (37%) считает, что авторитет Русской православной церкви растет.

Тем не менее, мы видим, что ненамного меньшее количество респондентов (28%) считает, что имидж падает. Достаточное количество респондентов (24%) считают, что имидж остается на прежнем уровне. Соотношение процентных долей, 28 к 24, может давать нам основание для утверждения что в целом, по этому фактору мнение населения выражает некую противоречивость, так как разрыв в показателях является относительно небольшим.

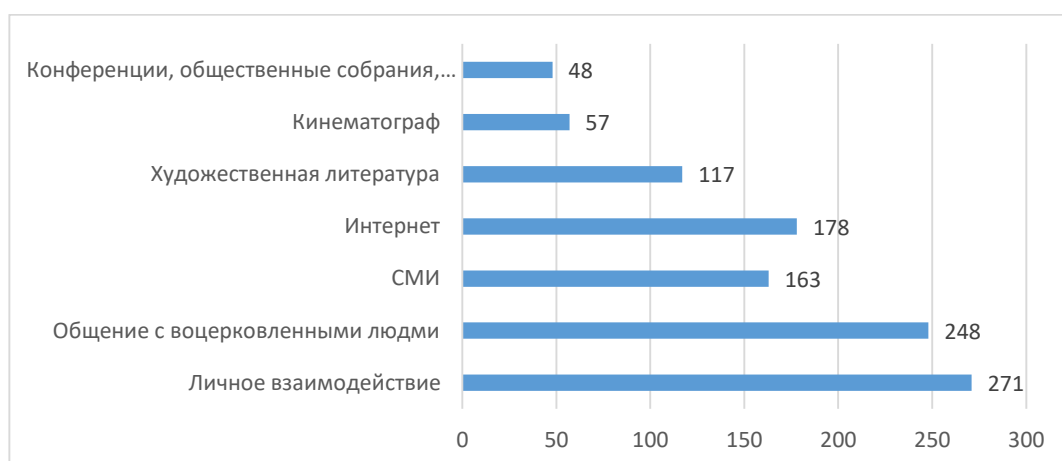


Рисунок 5 – Распределение ответов на вопрос «Ваше отношение к Русской православной церкви основано на...»

Пятый вопрос ориентирован на выяснение какими основными коммуникационными каналами пользуются люди для получения информации о Русской православной церкви. Мы можем сделать вывод о том, что основными коммуникационными каналами являются общение с воцерковленными людьми и личное взаимодействие с церковью. Так же весомыми источниками информации являются различные СМИ и интернет.

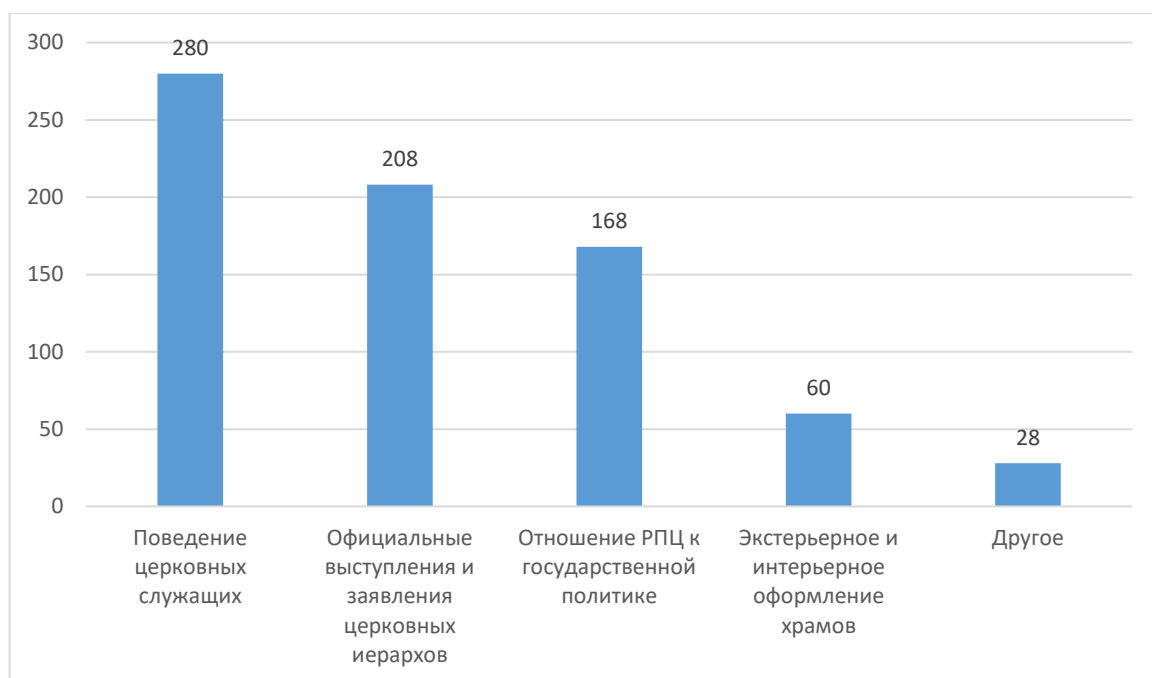


Рисунок 6 – Распределение ответов на вопрос «Ваше отношение к Русской православной церкви зависит от...»

Шестой вопрос был направлен на выяснение факторов, которые по мнению респондентов влияют на их личное отношение к Русской православной церкви. Кроме того, что вопрос был многовариантным, его особенность состояла в том, что в наличии была графа «Другое». Вследствие этого мы получили два типа данных: стандартизированные ответы и собственное мнение. Как мы видим, здесь появляется однозначная тенденция с высоким процентным выражением. Фактор «Поведение церковных служащих» является влиятельным для 70% опрошенных. Для 52% респондентов важны официальные выступления и заявления церковных иерархов. Менее половины опрошенных (42%) считают влиятельным фактор «Отношение РПЦ к государственной политике». Самым слабо влияющим фактором оказалось интерьерное и экстерьерное оформление храмов - всего 15% опрошенных. 7% опрошенных, которые выбрали вариант ответа «Другое» указали такие причины, как культурные традиции близких, положительное отношение к РПЦ независимо ни от чего и т.д.

Мы можем сделать вывод о том, что для большинства респондентов поведение церковных служащих является основным критерием в формировании имиджа церкви как религиозной организации.

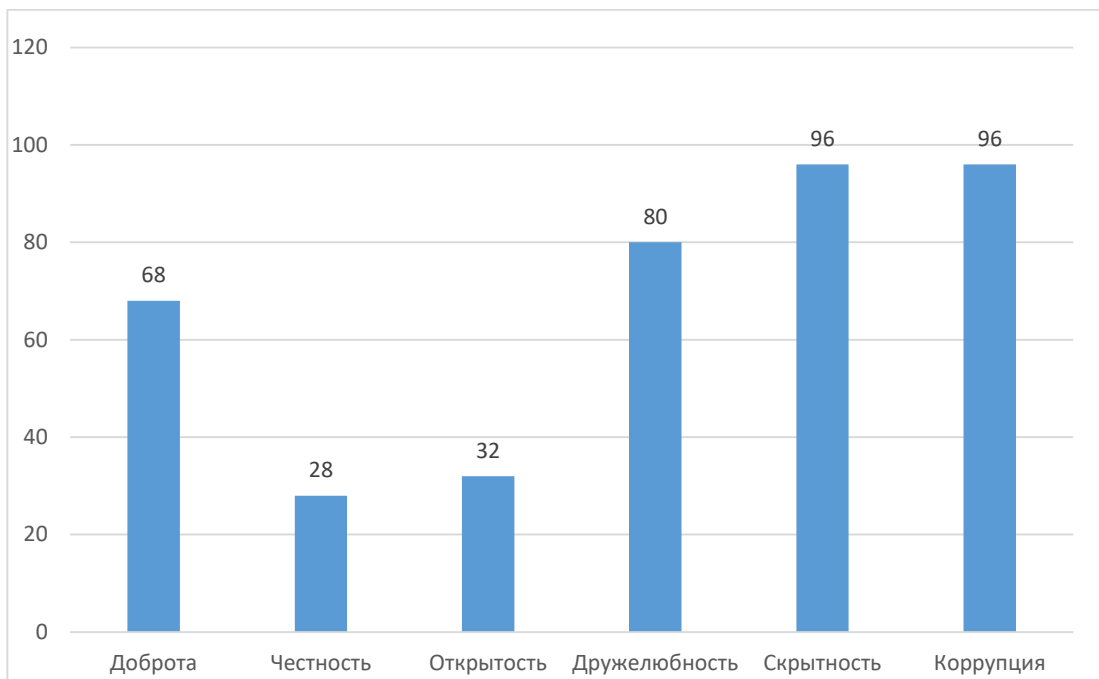


Рисунок 7 – Распределение ответов на вопрос «С какими словами у Вас ассоциируется батюшка и другие служители церкви?»

Седьмой вопрос был призван узнать какие качества респонденты видят в батюшках и других служителях церкви, что тоже в большой степени влияет на имидж организации в целом. Большая часть респондентов ответила «скрытность» и «коррупция» (по 24%), из этого можно сделать вывод, что имидж священнослужителей не самый лучший в сознании жителей Красноярска. Меньше респондентов ответили «дружелюбность» и «доброта» (20 и 17% соответственно). «Честность» и «открытость» выбрали лишь 7 и 8% соответственно.

Мы можем сделать вывод, что процент ассоциации церкви с положительными словами высок, но также присутствует достаточно большой процент негативных ответов.

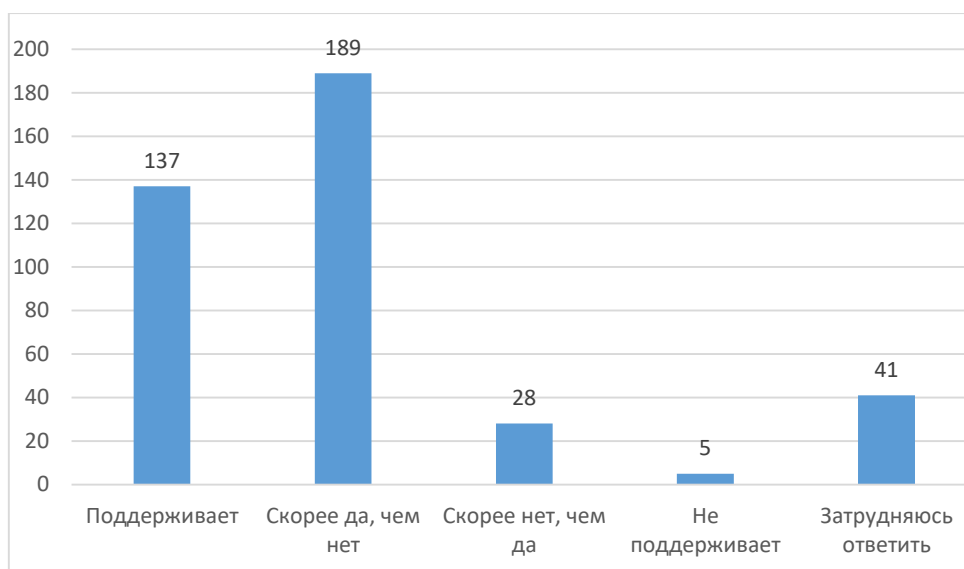


Рисунок 8 – Распределение ответов на вопрос «Как Вы полагаете, Русская православная церковь поддерживает государство по идеологическим, культурным и политическим вопросам?»

Восьмой вопрос был направлен на выявление мнения о степени поддержки Русской православной церковью государственной политике в сфере идеологических, культурных и политических вопросов. На графике мы видим, что степень поддержки очень высока.

Но это показывает не только то, что в представлении жителей города Красноярска церковь поддерживает государственную политику в этих областях, но скорее обратный процесс. В этом случае инициатива не всегда идет от самой церкви. Мы имеем в виду ситуацию, когда государственные деятели открыто демонстрируют свою религиозную принадлежность и поэтому в сознании людей возникает связь «Русская православная церковь – государство».

Взяв во внимание этот факт, можно сделать вывод, что Русская православная церковь и государство все еще не отделимы друг от друга в сознании людей. В целом можно сделать вывод, что русское православие воспринимается взрослым населением как религия большинства.

Девятый вопрос состоял из 15 утверждений, по отношению к которым респонденты должны были выбрать разную степень согласия или несогласия.

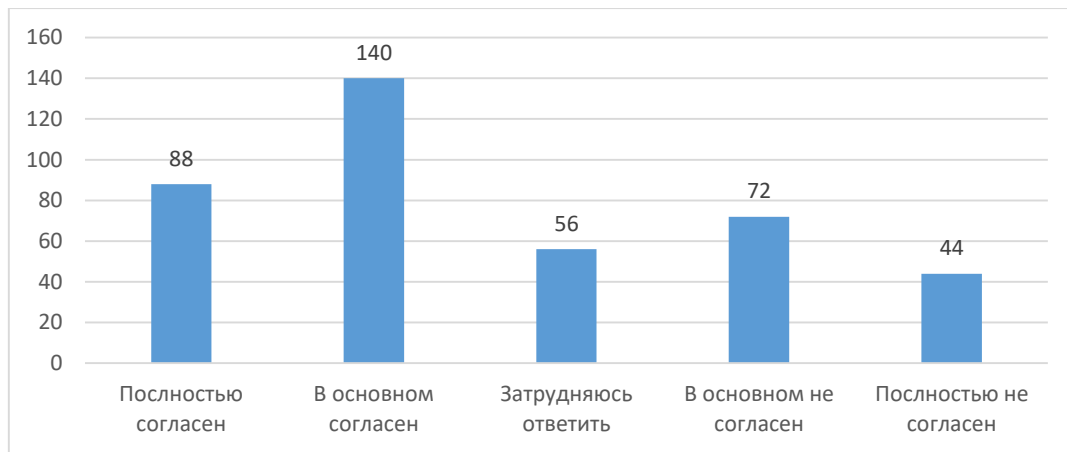


Рисунок 9.1 – Степень согласия с утверждением «РПЦ обеспечивает целостность и стабильность общества»

На рисунке 1 с помощью графика мы видим однозначную тенденцию с высоким процентным выражением. Большинство респондентов либо полностью согласны (22%), либо в основном согласны (35%) с тем, что Русская православная церковь гарантирует целостность и стабильность общества.

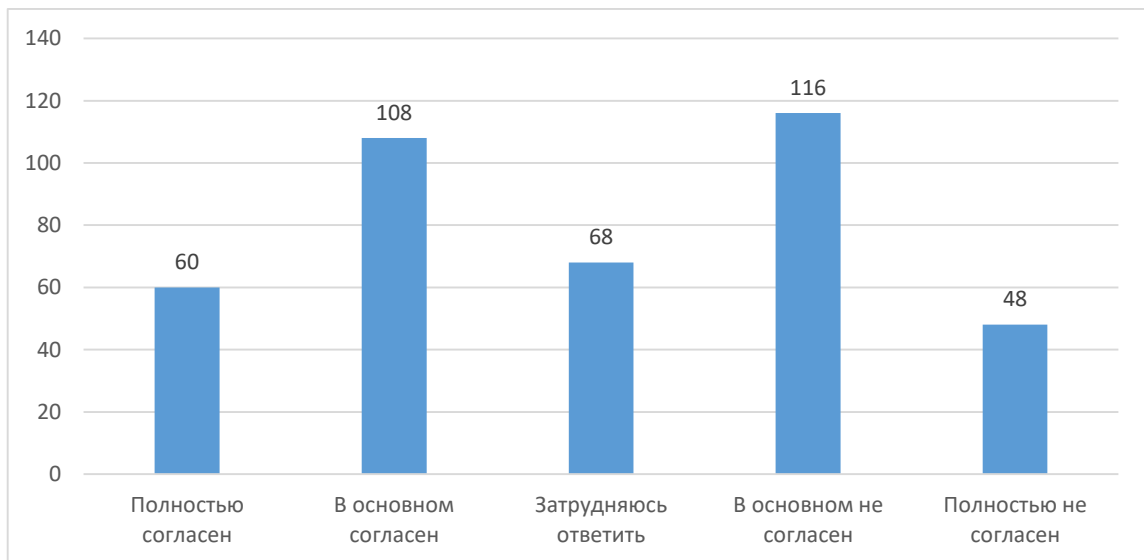


Рисунок 9.2 – Степень согласия с утверждением «Русская православная церковь предотвращает конфликты и потрясения».

По-другому распределены показатели для утверждения о том, что «Русская православная церковь предотвращает конфликты и потрясения». Они сравнительно равномерны. Так, например, 15% полностью согласны с этим

утверждением, в основном согласны 27%. В основном не согласных 29% респондентов, а полностью не согласных 12%.

Мы можем сделать вывод о том, что массовое сознание имеет противоречивые черты. В данном случае наблюдается незначительный перевес в сторону согласия с утверждением. Но однозначной тенденции не наблюдается, поэтому снова можно сказать о противоречивости массового сознания.

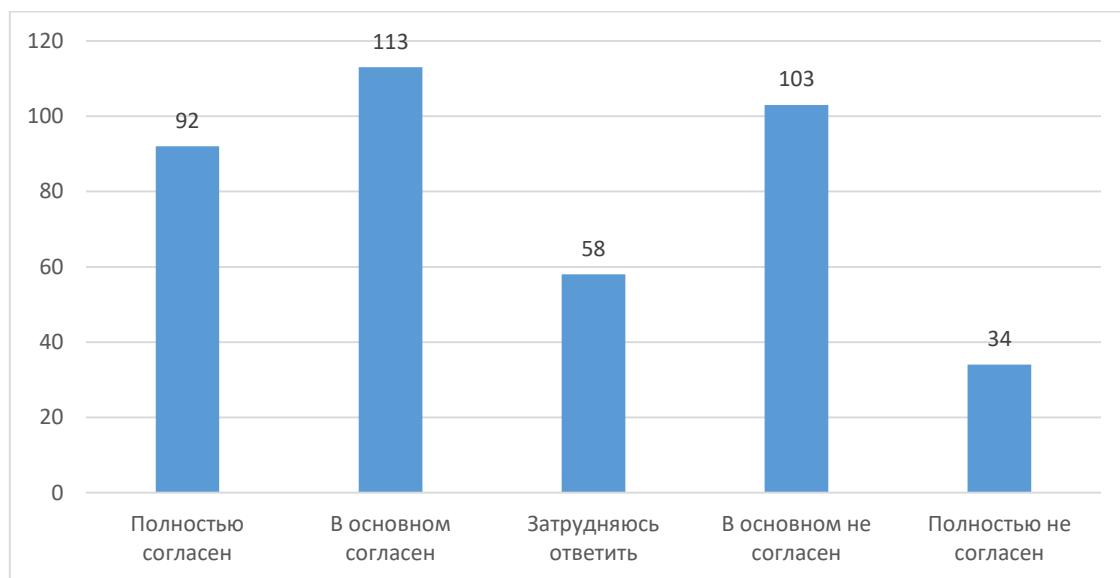


Рисунок 9.3 – степень согласия с утверждением «РПЦ отвлекает людей от социальных проблем»

Большее число респондентов согласны с утверждением о том, что «РПЦ отвлекает людей от социальных проблем». Но как мы видим перевес не большой, и чуть меньшая доля в той или иной степени не согласны с этим утверждением. Мы можем сделать вывод о том, что церковь служит отвлечением большинства людей от социальных проблем.



Рисунок 9.4 - Степень согласия с утверждением «РПЦ формирует мировоззрение»

С утверждением «Русская православная церковь формирует мировоззрение» ситуация несколько другая. Тут можно видеть хорошо и четко выраженную тенденцию в пользу согласия, в той или иной степени (80% опрошенных).

Можно сделать вывод о том, что церковь выполняет возложенную на нее мировоззренческую функцию, что естественно положительно сказывается на имидже организации в целом.

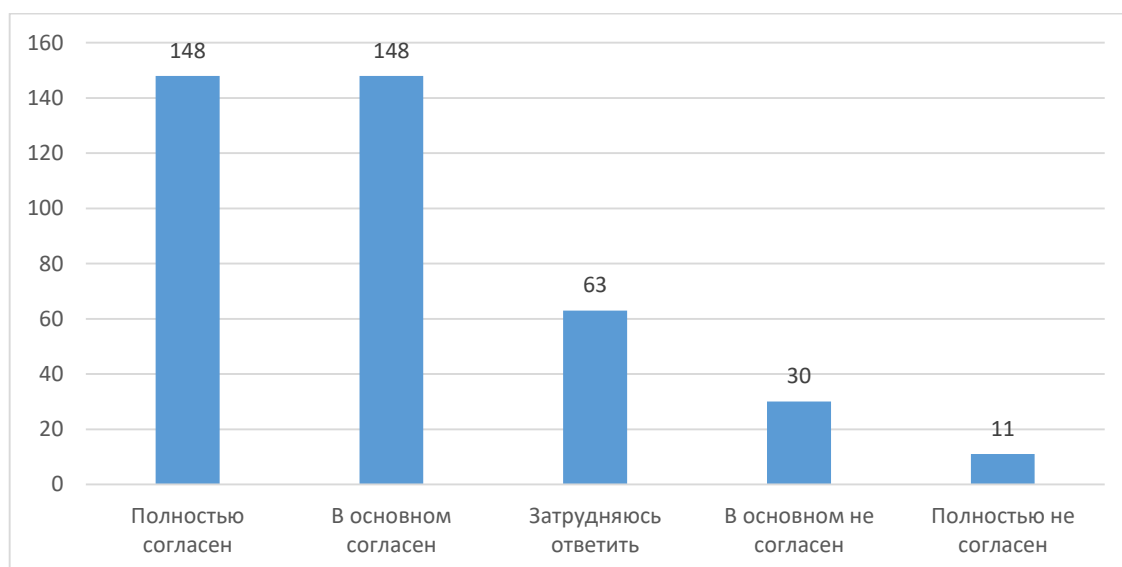


Рисунок 9.5 - Степень согласия с утверждением «РПЦ занимается религиозно-нравственным воспитанием»

Стоит отметить, что 74% опрошенных в основном или полностью выражают согласие с утверждением «Русская православная церковь занимается религиозно-нравственным воспитанием».

Можно сделать вывод о том, что она достаточно хорошо реализует свою воспитательную функцию в качестве религиозной организации.

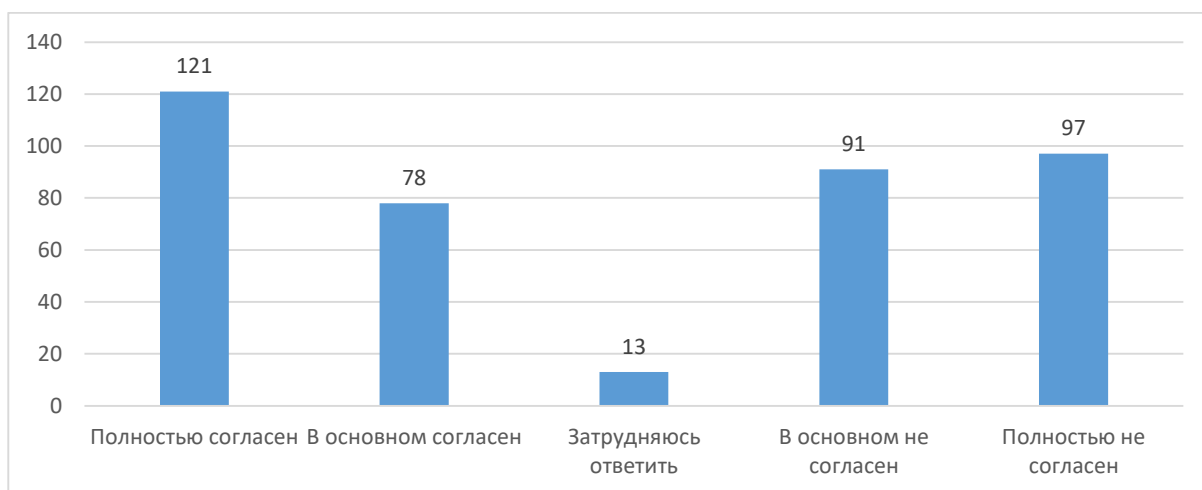


Рисунок 9.6 - Степень согласия с утверждением «РПЦ ассоциируется с коррупцией, стяжательством, преступностью, скандалами»

Утверждение о том, что «РПЦ ассоциируется с коррупцией, стяжательством, преступностью, скандалами» получило высокую степень несогласия или несогласия в основном. Так считают 49.75% опрошенных, что практически является половиной. Другая же половина (47%) в какой-то степени согласилась с данным утверждением. 3.25% респондентов затруднились ответить на данное утверждение.

Сделать вывод о том, что на шумевшая в прессе история о Pussy Riot стирается из представления, но негативный взгляд на организацию все же присутствует в сознании людей.

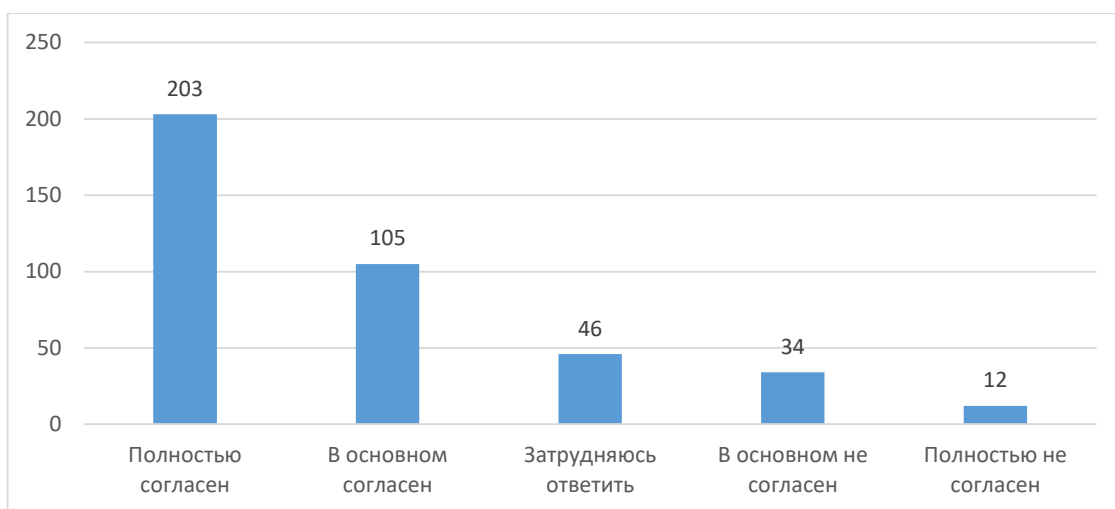


Рисунок 9.7 - Степень согласия с утверждением «РПЦ поддерживает духовные ценности, обогащающие культуру»

Также, мы можем утверждать, что Русская православная церковь в полной мере реализует свою культурную функцию – с выражением «Русская православная церковь поддерживает духовные ценности, обогащающие культуру» в разной степени согласны 77% респондентов.



Рисунок 9.8 – Степень согласия с утверждением «РПЦ способствует сплочению верующих всех религий ради мира на Земле»

Степень согласия с утверждением «РПЦ способствует сплочению верующих всех религий ради мира на Земле» не достаточно выражены. И хотя большинство респондентов все-таки согласны с утверждением, процент тех, кто затруднились ответить достаточно высок.

Можно сказать, что русской православной церкви стоит выразить абсолютно четкое отношение к экуменистическому движению.

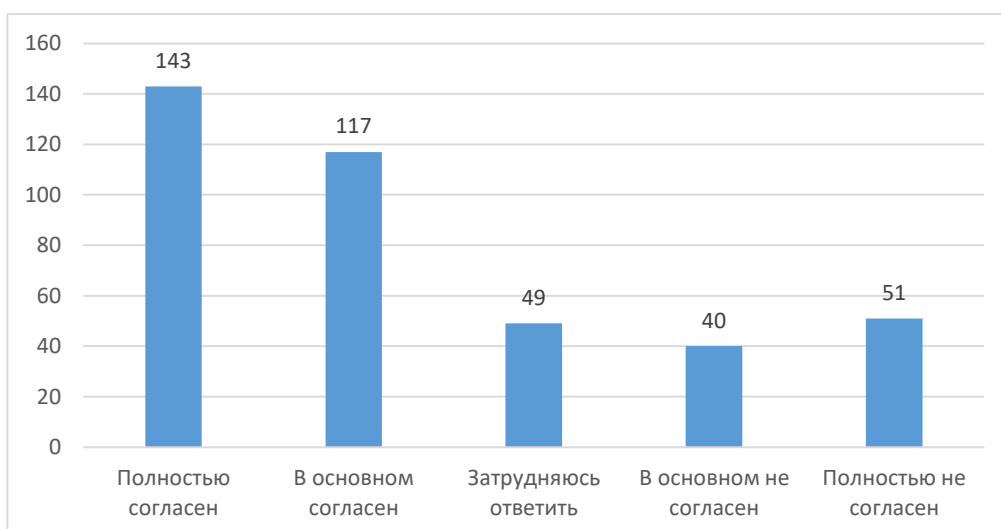


Рисунок 9.9 - Степень согласия с утверждением «РПЦ играет большую роль в нравственном оздоровлении общества»

Стоит также отметить, что выражение «РПЦ играет большую роль в нравственном оздоровлении общества» получило высокую степень согласия. Можно сделать вывод о том, что церковь хорошо справляется с возложенной на нее морально-этической функцией.

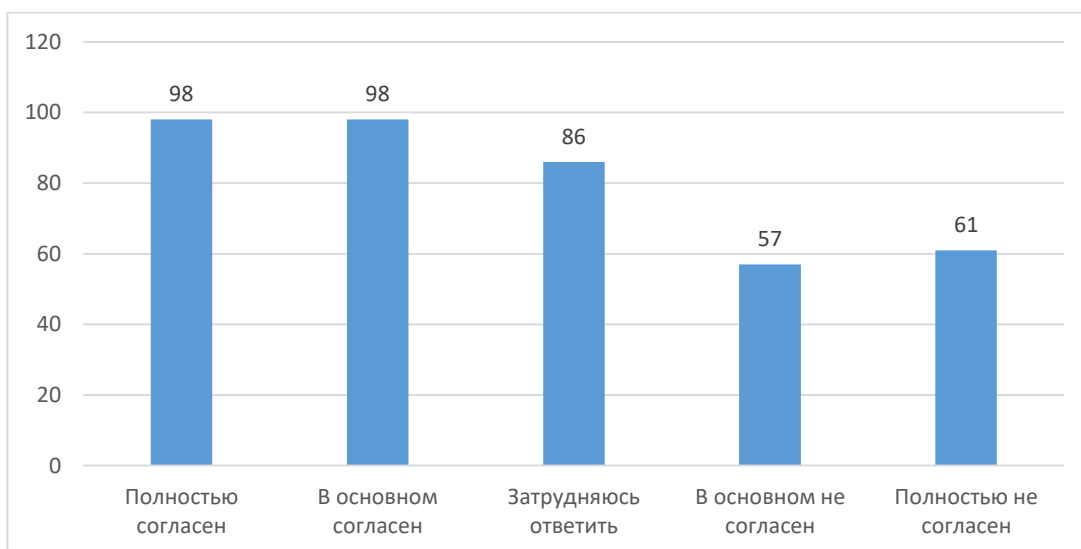


Рисунок 9.10 – степень согласия с утверждением «Необходима современной России как прогрессивная общественная организация»

О нужности Русской православной церкви как прогрессивной общественной организации высказывается почти половина респондентов (49%).

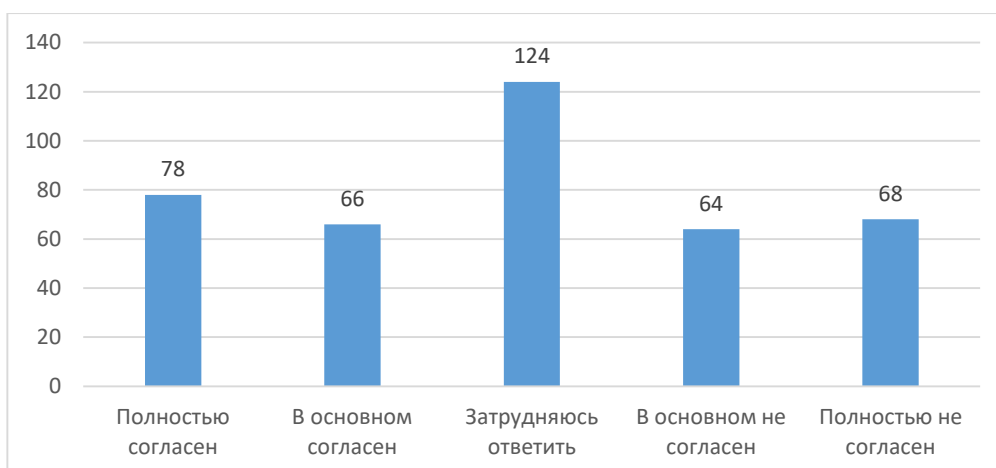


Рисунок 9.11 – степень согласия с утверждением «Приобретает светские черты»

Но при этом интервьюируемые не имеют однозначного мнения, приобретает ли Русская православная церковь светские черты или она остается сугубо религиозной организацией. На этот вопрос большинство респондентов выбрали «затрудняюсь ответить». И почти в равной степени ответы распределились между полюсами (36% в той или иной степени согласны, 33% - нет).

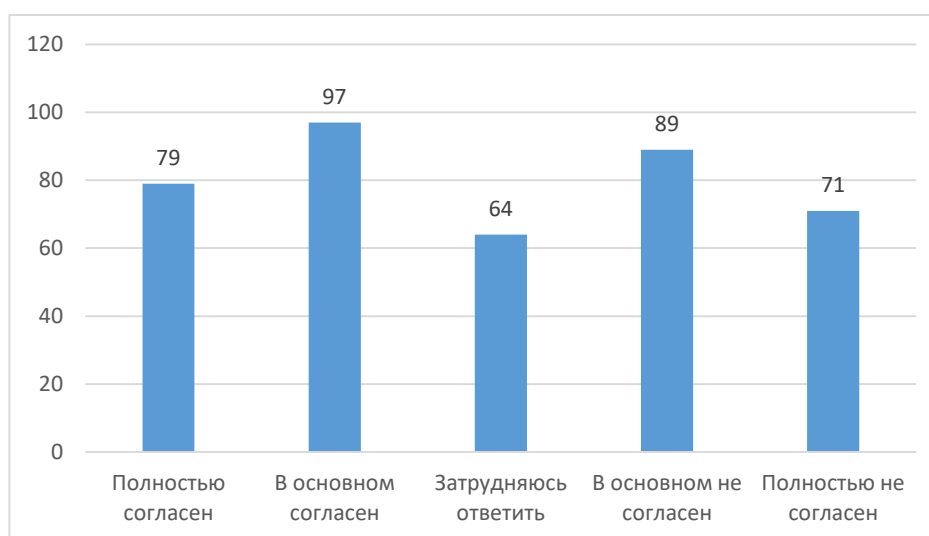


Рисунок 9.12 – степень согласия с утверждением «Русская православная церковь отличается чрезмерной роскошью»

Подобная ситуация произошла с утверждением «Русская православная церковь отличается чрезмерной роскошью». Мнения аккумулярованы у ответа

«затрудняюсь ответить» (16%) и почти равномерно распределены по полюсам (44 и 40% соответственно).

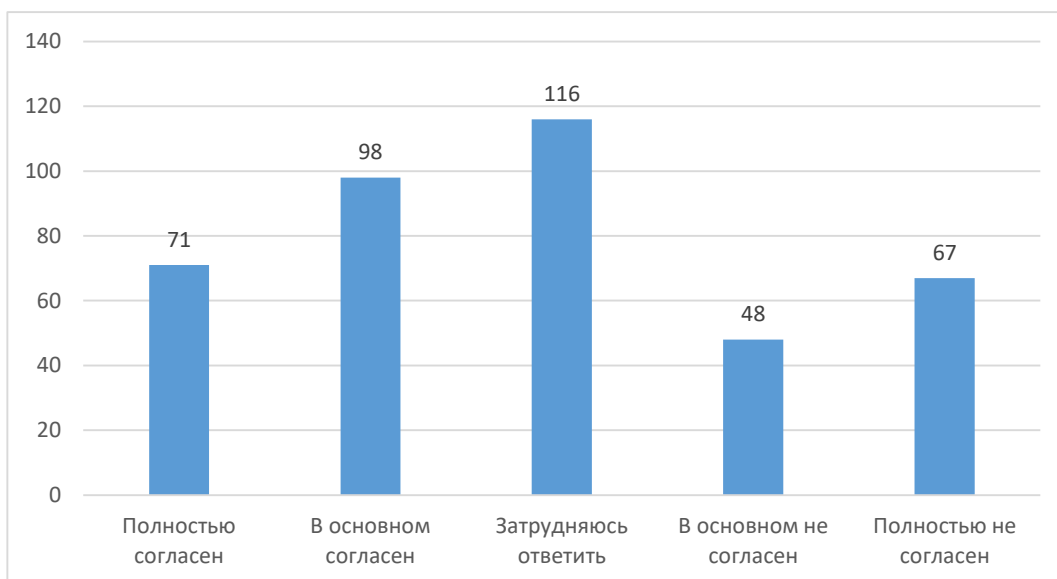


Рисунок 9.13 - Степень согласия с утверждением «РПЦ отличается религиозной тоталитарностью»

29% вовсе затрудняются ответить отличается ли Русская православная церковь религиозной тоталитарностью. Больше респондентов все же согласны с утверждением в какой-то степени, чем не согласны, если сравнивать полюса.

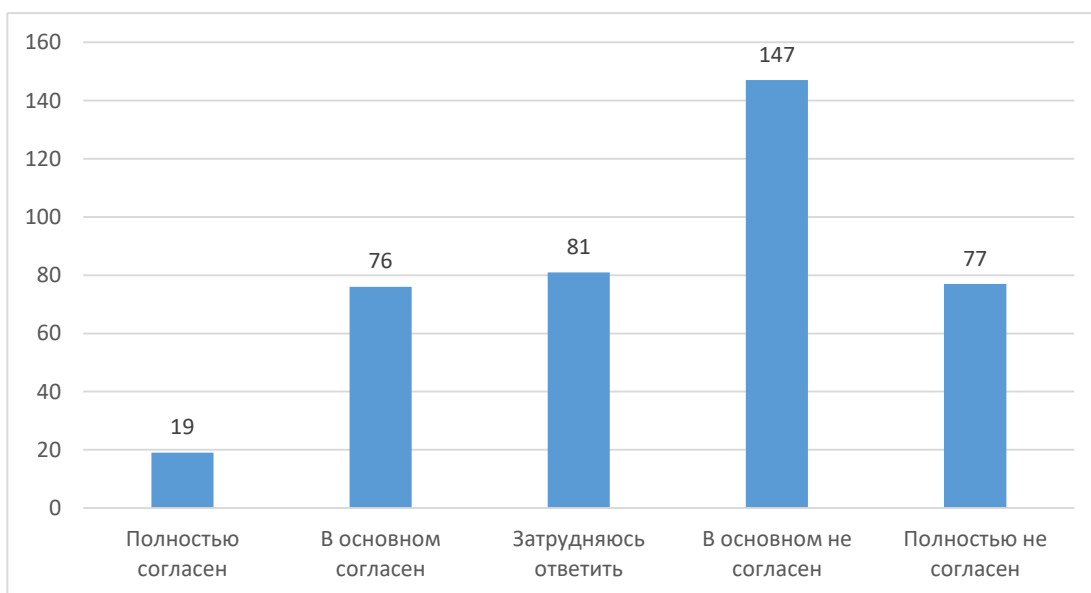


Рисунок 9.14 - Степень согласия с утверждением «РПЦ повышает свой авторитет в обществе за счет религиозного обмана»

56% в той или иной степени отвергают утверждение о том, что целью Русской православной церкви является повышение своего авторитета в обществе за счет религиозного обмана.

Можно сделать вывод о том, что большая часть населения все - таки доверяет авторитету Русской православной церкви.

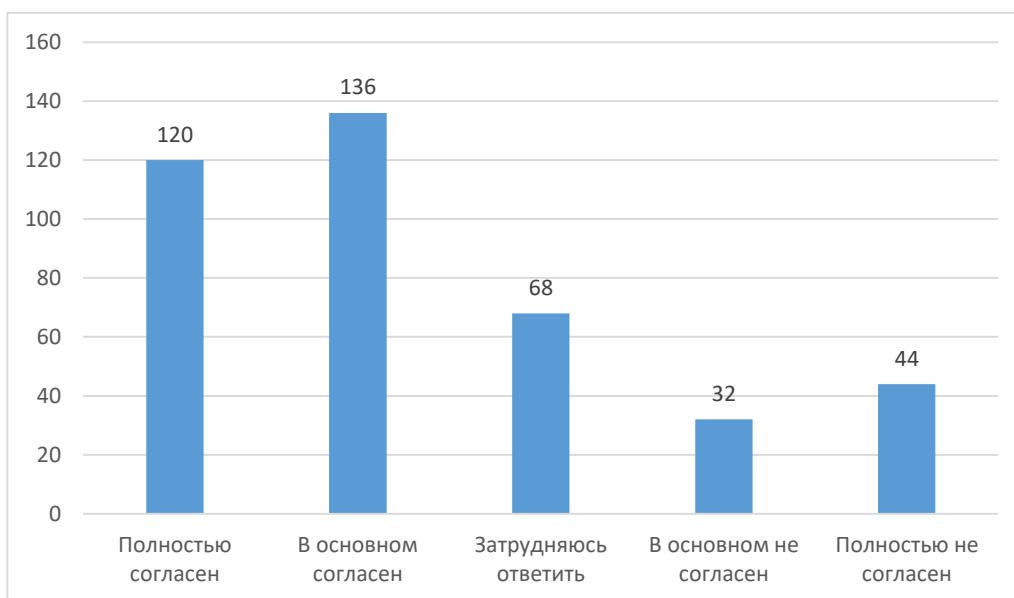


Рисунок 9.15 – Степень согласия с утверждением «Церковь способствует подъему патриотизма»

Подтверждением тому служит то, что 64% респондентов согласны в той или иной степени что церковь способствует подъему патриотизма. Это наблюдение крайне важно использовать при разработке информационной стратегии пресс-службы Красноярской епархии.

Можно сделать вывод о том, что с солидаризирующей и интегративной функцией Русская православная церковь справляется хорошо.

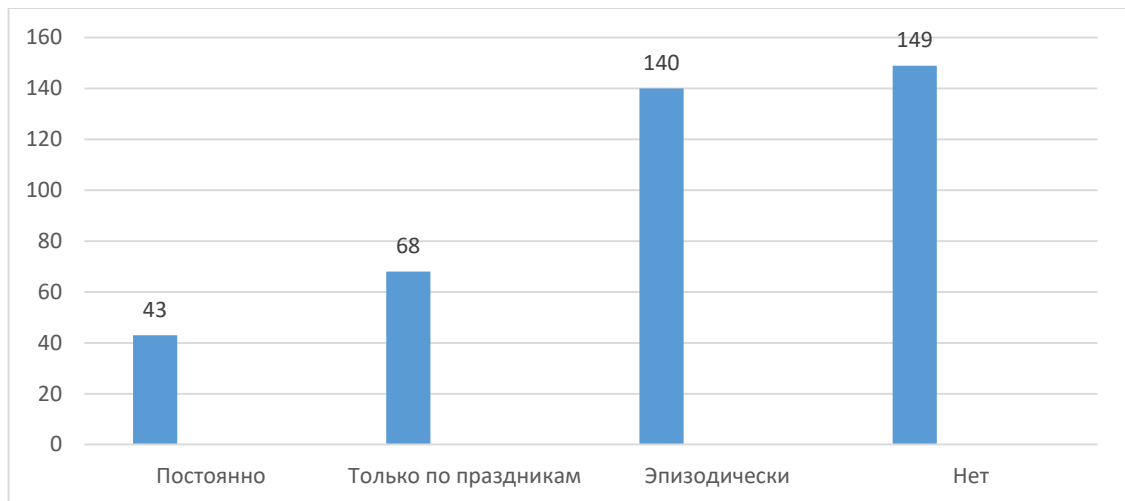


Рисунок 11 - Распределение ответов на вопрос «Соблюдаете ли Вы религиозные обряды?»

Большинство респондентов не соблюдают религиозные обряды вообще, либо же соблюдают их эпизодически. В совокупности 286 человек выбрали эти варианты ответа, что составляет 72,25% от общего числа респондентов. Только по праздникам соблюдают 68 человек и это 17%. Постоянно же соблюдают 43 человека что составляет чуть более 10%.

Можно сделать вывод о том, что большая часть опрошенных все же соблюдают религиозные обряды.

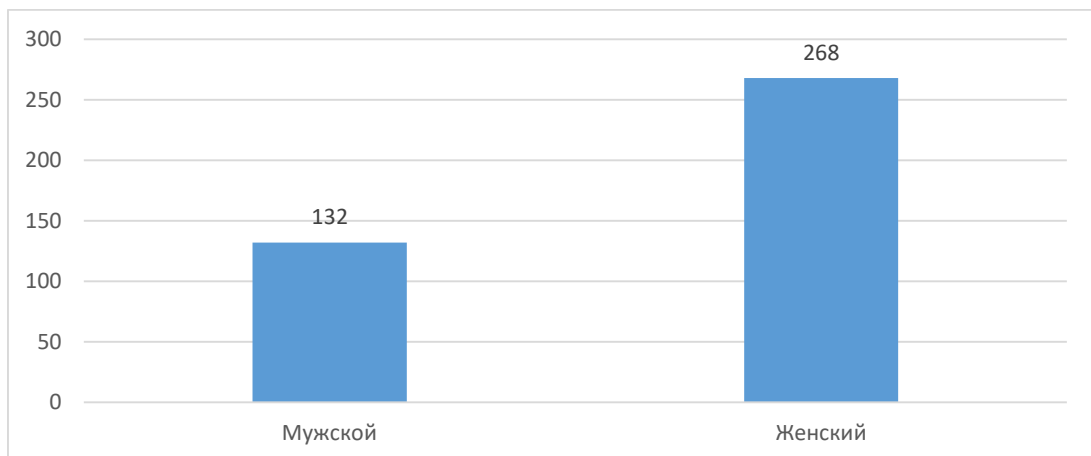


Рисунок 12 – распределение респондентов по полу

По полу респонденты распределились следующим образом: 132 (33%) респондента мужского пола, и 268 (67%) женского пола соответственно.

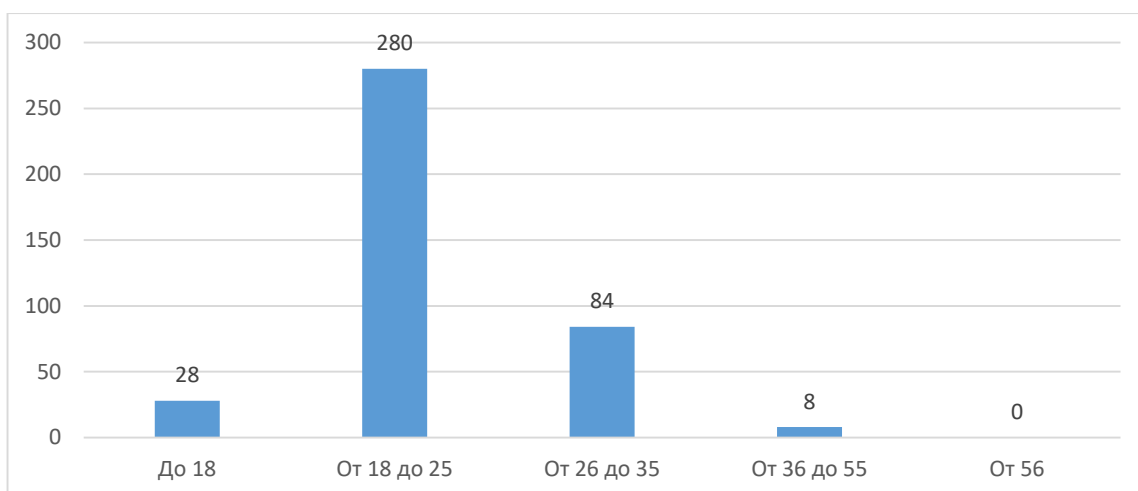


Рисунок 13 – распределение респондентов по возрасту

По возрасту респонденты распределились не столь равномерно. Большая часть (70%) составили люди от 18 и до 25.

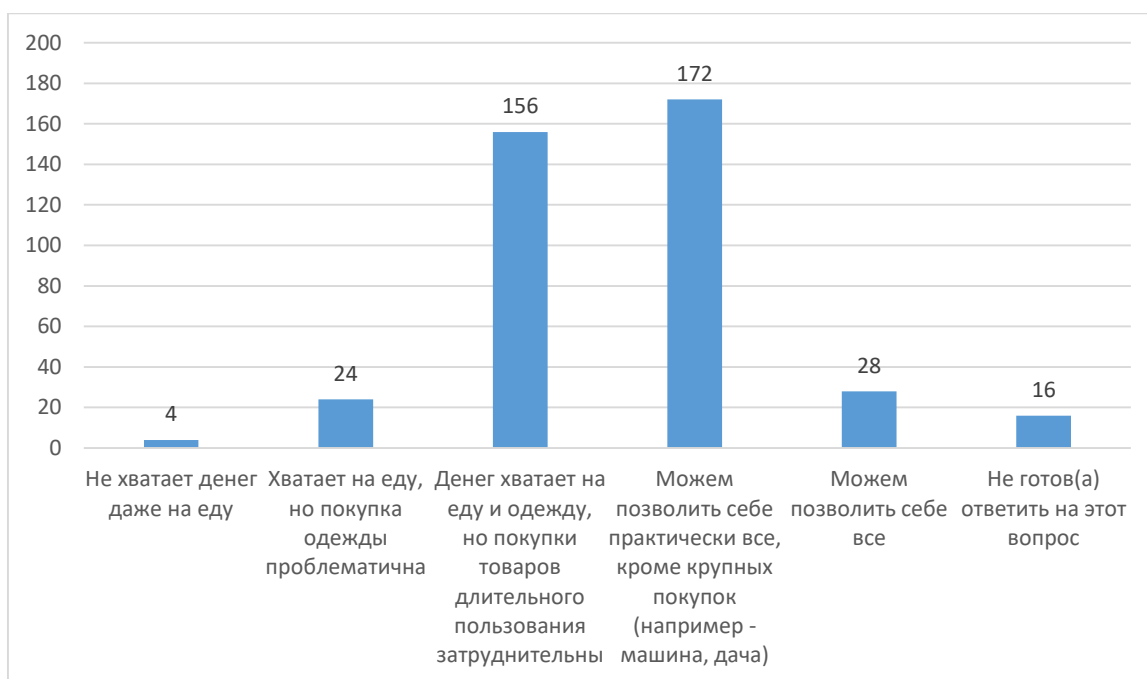


Рисунок 14 – распределение респондентов по доходу

По доходу респонденты распределились следующим образом: большая часть респондентов могут позволить себе все, кроме крупных покупок (например, машина, дача). 172 человека (43%) выбрали этот вариант ответа в своей анкете. Чуть меньше 156 человек (39%) выбрали другой вариант - денег хватает на еду и одежду, но покупки товаров длительного пользования затруднительны. Позволить себе все могут 28 человек (7%), другой полис собрал всего 1% респондентов (4 ответа). Для 24 человек (6%) покупка одежды

проблематична и 16 человек (4%) вовсе воздержались от ответа на данный вопрос.

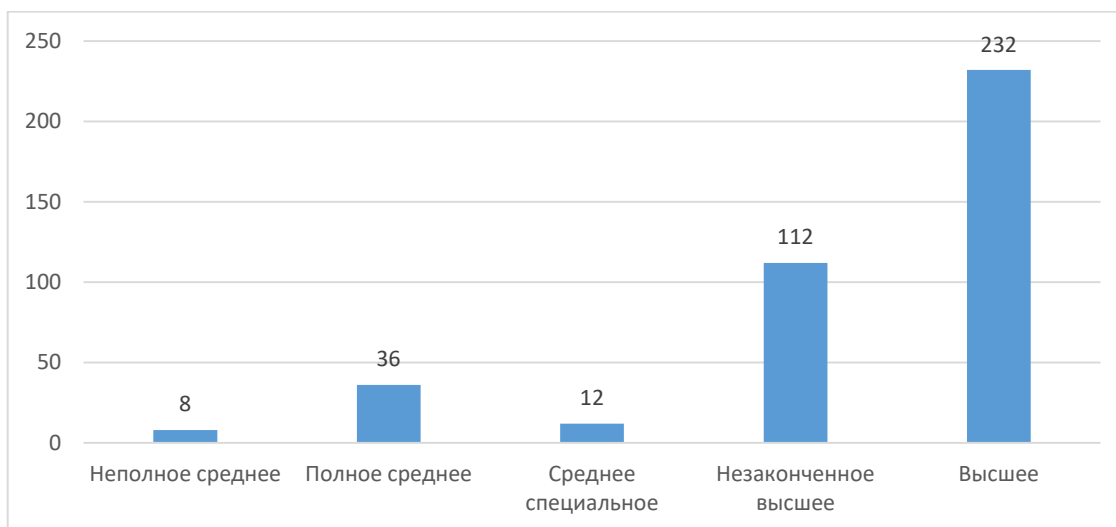


Рисунок 15 – распределение респондентов по уровню образования

Так распределились респонденты по образованию: большее число респондентов имеют либо высшее (232 человека (58%)), либо незаконченное высшее (112 человека (28%)) образование. Наименьшее число респондентов, всего 8 человек (2%), имеют неполное среднее.

Рассмотрим результаты ответов пятибалльных оценочных шкал. Мы видим, что Русской православной церкви присущи маскульные черты в большей степени чем феминные (53% и 25% соответственно), сила (63% голосов), активность (54% голосов при 20% у «пассивности»), честность (53% голосов при 33% у «лживости»), богатство (52% при 19% у «бедности») и открытость (41% при 31% у «скрытости»). 47% считают Русскую православную церковь скорее древней, чем современной и 46% определяют РПЦ как «близкую для меня» при 36% ответов «далекий от меня».

Мы можем опять сделать вывод о том, что в представлении населения РПЦ содержит противоречивые черты опираясь на факт, что во многих вопросах нет четко выраженной тенденции с высоким процентным выражением. Те же немногочисленные вопросы, где мы видим четкую тенденцию в ответах с ярко выраженным процентным соотношением, должны

послужить вектором для построения дальнейшей коммуникационной политики пресс-службы и информационно-аналитического отдела Красноярской Епархии.

Например, можно выделить то, что некий перевес голос все же на стороне мускульных черт, силы, активности и честности. Можно предположить, что люди сопоставляют церковь с некий защитником в современном мире. Люди сталкиваются со многими социальными проблемами в жизни, им нужна поддержка, которую они видят в РПЦ.

2.2 Анализ результатов исследования

Основываясь на проведенном исследовании, мы можем дать рекомендации для построения дальнейшей информационной стратегии и коммуникационной политики пресс-службы Красноярской Епархии Русской православной церкви.

Русской православной церкви стоит принять во внимание что от нее ожидают деятельности по религиозно-нравственному воспитанию, предотвращению конфликтов, поддержанию духовных ценностей и стабильности общества. Последний фактор основывается также на подъеме патриотизма. Вполне логично будет сказать, что в интернет и СМИ (это, как показало исследование, один из основных источников получения информации красноярцами) должны попадать и освещаться события имеющие подобную направленность. Наиболее эффективным, как показал опрос, является метод личного взаимодействия, поэтому негласный девиз Митрополита Красноярского и Ачинского Пантелеимона «Пастырь, открытый для всех» в своей основе, выражает эту стратегию.

В целом, Красноярская епархия выполняет свои функции Русской православной церкви, имея для этого ряд специальных административных отделов в своей структуре. Мы рекомендуем обратить внимание на тот аспект, что многие респонденты основывают свое мнение на поведении церковных

служащих. При возникновении ситуации, когда имидж церкви ставится под угрозу из-за поведения отдельных священнослужителей, мы рекомендуем незамедлительно реагировать на такую ситуацию. Мы рекомендуем, чтобы именно Митрополит давал комментарии по поводу произошедшего, и обязательно с христианской точки зрения. Тут задействуются два важных фактора. Для многих, по результатам опроса, заявления церковных иерархов является авторитетным и здесь же задействуется фактор «Соответствие церковной деятельности учению Христа».

Большинство респондентов видят Русскую православную церковь как организацию, которая уделяет достаточно много внимания невыполнению своих функций в обществе, а внутреннему устройству. Но, тем не менее, они возлагают надежды на то, что церковь останется носителем традиций и будет всячески способствовать укреплению государства и целостности российского общества.

Красноярской епархии необходимо провести ряд мероприятий на улучшение образа священнослужителей, как носителя имиджа организации. Здесь необходимо, конечно же, задействовать крупные СМИ, так как это один из основных источников получения информации населением. Транслируемый образ батюшки должен быть такой: добрый, всегда приходящий на помощь, многодетный, служащий людям и создающий вокруг себя мирную атмосферу.

Если построить коммуникационную политику и информационную стратегию основываясь на наших выводах и рекомендациях, то при долговременном системном подходе к выстраиванию отношений и широкой общественностью, мы можем прогнозировать рост имиджа Русской православной церкви.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная выпускная квалификационная работа ставила перед собой ряд определенных целей и задач. Нам удалось проанализировать имидж Русской православной церкви в представлении взрослого населения города Красноярск. Задачи, которые мы ставили, были выполнены. Предметом исследования стали структура и функции церкви как религиозной организации. В частности, мы проанализировали структуру и функции РПЦ; рассмотрели структуру и функции имиджа религиозных организаций и проанализировали имидж РПЦ в городе Красноярск. В последнем параграфе подробно описано наше исследование и сделаны выводы. Так же, на основе полученных данных, мы составили перечень рекомендаций для улучшения имиджа РПЦ.

Основываясь на нашем анализе, мы можем в заключении сказать, что Красноярская епархия верно организовала свою внутреннюю структуру и успешно справляется с большинством предъявленных к ней, как к религиозной организации, задач. Отдельное внимание мы рекомендуем обратить на имидж служащих церкви. Как показало наше исследование, имидж служащих церкви является крайне важным компонентом имиджа и одной из основ формирования восприятия церковной деятельности

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 26 сентября 1997 г. № 125-ФЗ «О свободе совести и о религиозных объединениях», глава II, статья 8
2. Федеральный закон от 26 сентября 1997 г. № 125-ФЗ «О свободе совести и о религиозных объединениях», глава II, статья 6
3. Кононенко, Б. И. Большой культурный словарь по культурологии / Б. И. Кононенко. – М. : Вече 2000, 2003. – 512 с.
4. Беркхоф, Луис. Систематическое богословие / Луис Беркхоф. – Минск: Политграфкомбинат им Я.Коласа, 2014. – 880 с.
5. Струве, Н.А. Православие и культура / Н. А. Струве – М.: Христианское изд-во, 1992. – 337 с.
6. Устав Русской Православной Церкви в редакции от 2013 года [Электронный ресурс]. URL: www.patriarchia.ru/db/document/133114
7. Шкурихина , О. А. Понятия «имидж» и «репутация» компании, их отличия / О. А. Шкурихина // MBS Journal. – 2013. - №11. – стр. 21-24
8. Яблоков, И. Н. Социология религии / Под общ. ред. Гапочки М.П. и Гараджи В.И. – М.: ИНИОН РАН, 2007. – 368 с.
9. Третьяков, А.В. Религиоведение / А.В. Третьяков. – М.: Академический проект, 2006. – 265 с.
10. Дворкин, А. Л. Сектоведение / А. Л. Дворкин. – Нижний Новгород: Издательство братства во имя св. князя Александра Невского, 2002. – 178 с.
11. Осипова, Е. В. Социология Эмиля Дюркгейма / Е. В. Осипова. – М.: Наука, 1997. – 211 с.

12. Гараджа, В. И. Социология религии: Учеб. пособие для студентов и аспирантов гуманитарных специальностей / В. И. Гараджа. – М.: ИНФРА-М, 2005. 348 с.
13. Немировский В. Г. Современная теоритическая социология: Учебное пособие / В. Г. Немировский. – Красноярск: Краснояр. гос. ун-т, 2003. – 303 с.
14. Митрохин, Л. Н. Философия религии / Л. Н. Митрохин. – М.: Республика, 1995. – 287 с.
15. Доусон, К. Религия и культура / К. Доусон. – СПб.: Алетейя, 2000. – 281 с.
16. Никольский, Н. М. История русской церкви / Н. М. Никольский. – М.: Политиздат, 1985. – 448 с.
17. Цыпин, Владислав. История русской церкви. XX век / Владислав Цыпин. – Сергиев Посад: Московская духовная семинария, 2006. – 198 с.
18. Левада, Ю. А. Социальная природа религии / Ю. А. Левада. – М.: Наука, 2005. - 261 с.
19. Митрохин, Л. Н. Религиозная ситуация в современной России / Л. Н. Митрохин // Социс. – 2008. - № 11. – С. 12 – 16.
20. Новикова, Л. Г. Основные характеристики динамики религиозности населения / Л. Г. Новикова // Социс. – 2008. - № 9. – С. 27 – 28
21. Аверченко, Л. К. Практическая имиджелогия / Л. К. Аверченко. – Новосибирск: Нова, 2001. – 200 с.
22. Вишневский, Ю. Р. Социология молодежи / Ю. Р. Вишневский, В. Т. Шапко. – Екатеринбург, 1997. – 269 с.
23. Дороти, Д. Паблицити и паблик релейшнз / Д. Дороти. – М.: Феникс, 1998. - 267 с.

24. Джефкинс, Ф. Паблик рилейшнз: учеб. пособие для вузов / пер. с англ. Под ред. Б. Л. Еремишина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003 – 416 с.
25. ВЦИОМ «Православие в России: прошлое и будущее» [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114598>
26. Смелзер, Н. Социология / Н. Смелзер. – М.: Феникс, 1994. – 688 с.
27. Феофанов, О. А. США: реклама и общество / О. А. Феофанов. – М.: Мысль, 1974. – 266 с.
28. Wegner, Gerhard. Kirchliche Wahrnehmung und Wahrnehmung von Kirche / Gerhard Wegner – Hannover : Luth. Verl. – Haus, 1996/ - 333 с.
29. Das Image der Diakonie : Auswertung einer Telefonbefragung zu Bekanntheit und Wichtigkeit (Imageanalyse) / Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) – Leinfelden-Echterdingen : Zentraler Vertrieb des Diakonischen Werkes der EKD, 2002 – 22 с.
30. Мчедлов М.П. О религиозности российской молодежи / М.П. Мчедлов // Социс. – 2009. - № 6 – С. 30.
31. Кудрявцев, М. А. Русский православный храм: Символический язык архитектурных форм / М. А. Кудрявцев, Т. В. Кудрявцева// К Свету. – 1994. - №17. – С. 60.
32. Троицкий, Н. А. Христианский православный храм в его идее/ Н. А. Троицкий// К Свету. 1994. – № 17 – С. 26.
33. Kaarianen, Kimmo. Die Russische Orthodoxe Kirche und ihr Verhaltins zu anderen Konfessionen / Kimmo Kaarianen. Koln : Bundesinst. Fur Ostwiss. und Internat. Studien, 1995. – 30 с.
34. Seide, Georg. Die Russische Orthodoxe Kirche im Ausland unter besonderer Berucksichtigung der deutschen Diocese / Georg Seide. Munchen : Kloster des Hl. Hiob von Posaev, 2001. – 192 с.

35. Немировский, В. Г. Социология: учеб./ В. Г. Немировский – М.: Проспект, 2010. – 544 с.
36. Buswell, Robert E. The Princeton Dictionary of Buddhism/ Robert E. Buswell, Donald S. Lopez – Princeton University Press, 2013. – 1304 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.twirpx.com/file/1343267/>
37. Зазыкин, В. Г. Имидж организации: структура и психологические факторы эффективности: по материалам семинара «Практические аспекты связей с общественностью» / В. Г. Зазыкин., 2009. - 18 с.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра социологии

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Д. О. Труфанов

« 25 » 06 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

42.03.01.05 Реклама и связи с общественностью

Имидж Русской православной церкви в представлении взрослого населения
г. Красноярск

Руководитель



к.ф.н., доцент

Т. А. Феньвеш

Выпускник



А. М. Саз

Красноярск 2017