
ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

ВЫПУСК 6(70), 2021

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ
по политическим наукам, в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени кандидата
наук, на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2021

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,
к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,
Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АВАЗОВ Камиль Халиевич	д.ф. (PhD) по полит. наукам, Региональный центр переподготовки и повышения квалификации работников народного образования Сурхандарьинской области (Узбекистан, г. Ташкент)
АСТВАЦАТУРОВА Майя Арташесовна	д.п.н., профессор, Пятигорский государственный университет (Россия, г. Пятигорск)
БОЖАНОВ Владимир Александрович	д.и.н., профессор, Белорусский Национальный технический университет (Белоруссия, г. Минск)
ВЕЛИКАЯ Наталья Михайловна	д.п.н., профессор, ИСПИ ФНИСЦ РАН, РГГУ (Россия, г. Москва)
ГОНЧАРОВ Пётр Константинович	д.с.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ) (Россия, г. Москва)
ГРАЧЁВ Михаил Николаевич	д.п.н., профессор, РГГУ (Россия, г. Москва)
ВЕДРИН Оливье	профессор, ректор «Континентального университета в Киеве» (Франция, г. Париж)
ДЭМБЭРЭЛ К.	доктор (PhD), Институт международных отношений АН Монголии (Монголия, г. Улан-Батор)
ДОНАЙ Лукаш	д.п.н., профессор, Университет им. Адама Мицкевича в Познани (Польша, г. Познань)
ЖИЛЬЦОВ Сергей Сергеевич	д.п.н., профессор, Дипломатическая академия МИД РФ (Россия, г. Москва)
ИРХИН Юрий Васильевич	д.ф.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
КАРАДЖЕ Татьяна Васильевна	д.ф.н., профессор, МПГУ (Россия, г. Москва)
КАССАЕ НЫГУСИЕ В. МИКАЭЛЬ	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
КОВАЛЕНКО Валерий Иванович	д.ф.н., профессор, МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
КОМЛЕВА Валентина Вячеславовна	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
КРИВОКАПИЧ Борис	д.ю.н., Унион–Никола Тесла университет (Сербия, г. Белград)
МЕДВЕДЕВ Николай Павлович	д.п.н., профессор, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)
МИХАЙЛОВ Вячеслав Александрович	д.и.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВА Елена Александровна	д.с.н., профессор, МГИМО МИД России (Россия, г. Москва)
НАСИМОВА Гульнара Орленбаевна	д.п.н., профессор, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)
НИСНЕВИЧ Юлий Анатольевич	д.п.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ПАХРУТДИНОВ Шукритдин Ильясович	д.п.н., профессор, Институт переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлони (Узбекистан, г. Ташкент)
ПЛЯИС Яков Андреевич	д.и.н., д.п.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)
ПРЯХИН Владимир Федорович	д.п.н., профессор, РГГУ (Россия, г. Москва)
ПУСЬКО Виталий Станиславович	д.ф.н., профессор, ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)
СЛИЗОВСКИЙ Дмитрий Егорович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
СЫЗДЫКОВА Жибек Сапарбековна	д.и.н., профессор, ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
ХОПЕРСКАЯ Лариса Львовна	д.п.н., профессор, Киргизско-Российский славянский университет (Киргизия, г. Бишкек)
ШАРКОВ Феликс Изосимович	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
ЯН ФУЛИНЬ	проректор Хэйлунцзянского института иностранных языков (КНР, г. Харбин)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Кетцян Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

ISSN 2225–8922

**ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН
В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ**

**УЧРЕЖДЕН
ООО «Издательство
«Наука сегодня»**

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Per. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.
Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор: 1,489.

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, поцошный этаж,
помещение I, комната 7-1, офис 4
Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.

Компьютерная верстка
Анциферова А.С.

Подписано в печать 25.06.2021
Формат 60×84/8. Объем 24,3.
Печать офсетная.
Тираж – 1000 экз.
(1-й завод – 500 экз.)
Заказ № 000.

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»
115054, г. Москва, ул. Шипок, 28
Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих

(Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ

Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе COPE (Committee on Publication Ethics) <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the COPE (Committee on Publication Ethics) document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

- Белоусов Г.Ф.** Теоретико-методологические подходы
к анализу роли региональных элит в электоральном
процессе современной России 1634
- Рожков А.А.** Неореализм о внутригосударственных факторах:
концептуальный подход и его критика 1643

ИСТОРИЯ РОССИИ

- Слизовский Д.Е., Жалнин В.А., Медведев Н.П.** К вопросу
о национальных системах образования: история и современность 1651
- Нисневич Ю.А., Орлов И.Б.** Попытка демократического прорыва:
взлеты и падения Государственной Думы первого созыва (1993-1995 гг.)
(к 30-летию Российской Федерации). Часть II 1665
- Самов А.А.** Идея «истинного государя» в отечественной
социально-политической мысли советского периода 1679

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

- Беспамятнова М.Н., Попов С.И.** Исследование
возможности гармонизации функций институтов местного
самоуправления как фактора политической стабильности:
методика эмпирического исследования 1688
- Блинов В.В.** Трудности перевода классической
лево-правой модели идеологического континуума
для анализа политических предпочтений современной России 1694

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

- Родионова М.Е., Гималиев В.Г., Назарова Н.А.** К вопросу
о трансформации избирательной системы в Российской Федерации
(от 1993 года до наших дней) 1706
- Волконский Ю.К.** Исторические тенденции
формирования и становления лоббизма в США в XX в. 1716
- Сабирова Н.С.** Формирование «гражданской нации»
как приоритет политической культуры России 1723
- Николенко А.А., Шевченко Е.А.** Анализ возможных
сценариев геополитического будущего России 1730
- Гусейнова Д.М.** Влияние террористической угрозы
на программные и тактические установки
политических партий России (конец 1990-х годов) 1739
- Еловик А.А.** Образ России в социальных медиа
белорусской оппозиции (2019-2020 гг.) 1748
- Белякова Т.М.** Технологии формирования имиджа
современной Русской православной церкви 1756

Лазебник А.Г. Ценности как фактор трансформации политических режимов.....	1761
Золотарев Н.А. Миграционные процессы и особенности интеграции внешних мигрантов в современном обществе	1769
Макаров А.В. Приоритетные направления реформирования образовательной политики суверенного государства.....	1775
Куйлиев Б.Т. Characteristics of Convergent Political Manipulation Technologies used on the Internet/ Характеристики конвергентных технологий политического манипулирования, используемых в интернете.....	1783

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Гончаров Д.К., Гончарова Д.Д. Особенности применения математических методов в системе поддержки принятия решения в политике	1791
Петров Д.Ю. Социальная политика и реализация национальных проектов России	1802
Копасов А.И. Конструирование дефиниции «Государственная политика территориального развития»	1808
Дмитриев Д.И. Актуальные политические риски в российском нефтегазовом комплексе.....	1817

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Ванковска Б. The Synergy Between Geopolitics and Biopolitics: COVID-19 Vaccines in Focus/Синергия между геополитикой и биополитикой: в центре внимания вакцины от COVID-19.....	1825
Солодова Г.С. Россия в Евразийском пространстве – причины обращения к теме.....	1833
Никитенко Е.Г., Муравых О.А. Международный терроризм – феномен современной мировой политики.....	1840
Колосова И.В. Христианское экуменическое движение в контексте мировой политики	1849
Красавин Д.В., Попов Д.Г. Аналитические центры в постсоветских странах Центральной Азии – особенности восприятия векторов внешней политики (на примере проектов ЕАЭС и «Один пояс – один путь»)	1856
Мановицкая В.А., Шангараев Р.Н. Последствия событий «арабской весны» в контексте трансформации международных отношений.....	1863
Маканбаев Б.М. Вопросы здравоохранения как элемент обеспечения национальной безопасности в Центральной Азии: новые вызовы и угрозы.....	1871

Бросович Ф.Д. Политическое, экономическое и социальное развитие Южной Америки: итоги современного этапа	1877
Розенберг В.И. Конституционный комитет Сирии: позиции участников и первые результаты.....	1885
Рупакова Е.А. Возможности и перспективы белорусско-российского взаимодействия с Турецкой Республикой	1890
Эсмаили С. Положение «иранских женщин в прессе» и развитие «женской прессы в Иране»	1899
Цой С.В. Ядерная программа КНДР как фактор межкорейского раскола	1906
Чжао Лу. Внешнеполитическая стратегия Китая в контексте трансформации современного международного порядка	1911
СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА	
Степанькова Д.С., Швырков В.С., Корольков К.А. Первичные элементы в структуре местного самоуправления стран АТР.....	1919
Хомяков Д.О. Сравнительный анализ функционала и возможностей социальных сетей с целью рационального их использования в политическом SMM	1930
НАШИ АВТОРЫ	1943
ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ	1952

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ

В представленной статье автором анализируются технологии формирования имиджа Русской православной церкви. Рассматривается использование РПЦ как стандартных технологий формирования имиджа (создание веб-сайтов, позиционирование института в СМИ), так и задействование специфических имиджевых технологий, характерных для религиозных институтов (социальная реклама и инициация различных социальных проектов). Делаются выводы о специфике Русской православной церкви как политического актора.

Ключевые слова: имидж, имидж религиозной организации, PR-технологии, социальная реклама, русская православная церковь.

Современное благосостояние и популярность религиозных институтов во многом зависят от наличия и использования ими современных каналов и механизмов коммуникации. В связи с высокой потребностью популяризации Русская православная церковь (далее – РПЦ) все активнее стремится к поиску и применению эффективных инструментов своего продвижения, в том числе новых, таких как миссия и имидж.

Целью данной статьи является анализ технологий формирования имиджа РПЦ в европейском информационном пространстве.

Проблема имиджа анализируется сегодня разными науками. Различные ученые по-разному понимают явление имиджа. Например, если психологи рассматривают имидж как способ индивидуализации личности, то социологи и политологи описывают собирательный имидж социальных групп. Н.В. Быстрова [2. С. 320] понимает имидж как образное психологически обусловленное восприятие людьми организации, а также ее политики, культуры, инвестиционного потенциала и других ресурсов, которое формируется под влиянием каких-то определенных причин и факторов – объективных или субъективных. И.В. Алешина определяет данное явление с позиций системно-структурного подхода, понимая под имиджем совокупность со-

гласованных между собой определенных структурных элементов, которые, образуя систему, доносят до потенциального потребителя желаемый формируемый ими «образ» и конкретную идею об объекте. Целью формирования имиджа, как считает И.В. Алешиной [1], является увеличение лояльности целевой аудитории к объекту и формирование положительного образа данного объекта. Вопросы непосредственно имиджа церкви рассматривает З.Г. Большакова [3], анализируя периоды до образования СССР, советский и постсоветский период.

Обращает на себя внимание отсутствие анализа механизмов формирования имиджа церкви в России на современном этапе, и именно данному вопросу посвящено наше исследование.

Выбор определенной технологии формирования имиджа сопряжен с несколькими особенностями. Так, например, технология должна выбираться в соответствии с территорией проживания целевой аудитории, а также в соответствии с видением задач, которые необходимо выполнить при формировании имиджа социального института.

Традиционно выделяются следующие технологии формирования имиджа социальных и политических институтов:

- информационные кампании, имиджевая реклама;
- public relations (PR);
- технология лидера мнений;
- разработка сайта института (выполняющего такие основные функции как – информационная, коммуникационная, а также презентационная);
- создание собственных СМИ;
- технология работы с традиционными СМИ и др.;
- участие в различных мероприятиях;
- проведение рекламы.

Говоря о технологиях формирования имиджа социальных и политических институтов, следует непосредственно затронуть понятие рекламы. Реклама – это, прежде всего форма коммуникации, которая становится средством социально-психологического воздействия; то есть это один из тех коммуникативных механизмов, которые формируют ценностные ориентации в обществе.

Широкая общественность в лице отдельных физических лиц, а также и организаций, представляющих интересы определенного круга лиц, могут бороться и борются за этичность рекламы с использованием религиозных образов. Федеральная Антимонопольная Служба РФ [8], осуществляя меры по предупреждению и пресечению нарушений законодательства о рекламе в соответствии с Законом о рекламе. Здесь при доказательстве нарушений реклама снимается с эфира, а рекламодатель наказывается согласно Федеральному закону о рекламе РФ [9].

Так, церковь не проводит информационных кампаний и имиджевой рекламы, поскольку не считает себя коммерческим проектом. Однако церковь

активно использует современные достижения техники, чтобы презентовать себя в сети Интернет. Еще в докладе на Архиерейском Соборе 2013 г. Святейший Патриарх Кирилл особо подчеркнул необходимость развития миссионерской деятельности в Сети, заявив: «Миссия Церкви может и должна быть широко распространена в Интернет-пространстве. Блоги, социальные сети – все это дает новые возможности для христианского свидетельства. Не присутствовать там – значит расписаться в собственной беспомощности и нерадении о спасении собратьев».

У Русской православной церкви имеется свой сайт – Официальный сайт московского патриархата <http://www.patriarchia.ru/> [6], также Патриарх Кирилл имеет свои официальные страницы в социальных сетях «Инстаграм» и «Твиттер».

Активно используется Русской православной церковью инструмент религиозной рекламы. Религиозная реклама – это не реклама в обывательском понимании, направленная на повышение у массовой аудитории спроса на тот или иной товар. Религиозная реклама представляет собой особый вид социальной информации, исходящей от православных религиозных организаций, направленной на формирование, поддержание и корректировку моральных ценностей верующих людей, формирование позитивных жизненных установок, толерантности и снижение проявлений конфликтности, экстремизма, подверженности людей алкоголизму, наркомании, а также направленной на объединение людей для благотворительной помощи и сбора средств и т.п. Например, на сайте радиостанции «Вера» [3] есть рубрика «Дело дня» (благотворительная рубрика, в том числе социальные акции по сбору средств для больных людей и отчеты и по сборам).

Также на радио «Вера» [4] есть программы, в которых производится социальная реклама: «Светлый вечер» – философская православная беседа ведущих и гостей радиостанции, гости передачи – священники, актеры, музыканты, общественные и культурные деятели, «Апостольские чтения» – толкование из новозаветного чтения, которое звучит в этот день в православных храмах, «Дело дня» – благотворительная передача, сбор средств на помощь нуждающимся, «Родники небесные» – вопросы о Боге, о вере и о жизни – живыми голосами и во фрагментах аудиокниг, «Семейный час» – беседа в студии с участием священника, в программе поднимаются духовные и нравственные темы, связанные с семейной жизнью и прочие программы.

Православная церковь активно участвует в реализации социальных проектов. За последнее десятилетие РПЦ реализовала 6 тысяч социальных проектов, выступив важным партнером государства в социальной сфере.

Ежегодно Русской православной церковью реализуется свыше 100 новых социальных проектов, в том числе 6-7 приютов для матерей с малолетними детьми, до 10 проектов помощи зависимым людям, десятки центров гуманитарной помощи. Церковь организовала более 400 проектов помощи

инвалидам, 95 приютов для бездомных и множество других, нередко уникальных для всей страны, социальных учреждений и инициатив. В общей сложности в церкви заняты около 8 000 социальных работников и несколько тысяч волонтеров.

Если говорить об официальной статистике, касающейся религиозной принадлежности граждан Российской Федерации, то полноценные данные отсутствуют. Обусловлено это тем, что информация об этом собирается исключительно при статистических и социологических опросах.

Поэтому, рассматривая наиболее распространенные религиозные группы, конфессии, объединения и организация в РФ, стоит опираться исключительно на определенную статистическую выборку опрошенных из различных по численности населенных пунктов (городов и деревень) в разных субъектах России.

Официальная статистика рассматривает РПЦ не как совокупность храмов, а как совокупность входящих в ее состав юридических лиц, которые зарегистрированы в статусе некоммерческих организаций. Таким религиозным НКО может быть как церковный приход какого-либо храма, так и церковная община, на балансе которой есть одно или несколько помещений для проведения богослужений. Ежегодно Росстат публикует данные о количестве религиозных организаций в России. Данные в статистическую службу передает Минюст, который ведет соответствующие реестры. Статистика разбита по разным конфессиям и типам религиозных организаций. В общей сложности в России зарегистрировано 30 896 религиозных организаций всех конфессий и всех типов на конец 2018 года. Преобладает в этом перечне Русская Православная церковь, у которой зарегистрировано 18 550 организаций, на втором месте – Ислам (5954 организации), на третьем месте организации христиан – пятидесятников – 1034 организации [7].

Подведем итог анализу технологий формирования имиджа РПЦ. Учитывая некоммерческий характер организации РПЦ, ею используются такие специфические технологии формирования имиджа как социальная реклама и социальные проекты, также у РПЦ, различных ее епархий есть свои сайты в сети Интернет. Для привлечения молодежной целевой аудитории Русская православная церковь использует такие ресурсы, как Твиттер и Инстаграм. Пресс-службы РПЦ взаимодействуют с различными СМИ, освещающими события в жизни РПЦ. Также церковь имеет и свои традиционные СМИ, например, журнал «Фома» [5], радио «Вера», различные газеты, выпускаемые епархиями.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Алешина И.В.* Поведение потребителей. М.: Фаир-пресс, 2011.
2. *Быстрова Н.В.* Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 8-2.

3. Большакова З.Г. Взаимодействие Русской православной церкви и СМИ на региональном и федеральном уровне // Медиаскоп. 2011. № 4.

4. Вера. Светлое радио онлайн // Онлайн-портал радиостанции «Вера» // <https://radiovera.ru/>.

5. Православный журнал «Фома» // <https://foma.ru/>.

6. Портал Патриархия.ру // <http://www.patriarchia.ru/db/text/2770923.html>.

7. Статистика и показатели. Региональные и федеральные. Религиозные организации в России // <https://rosinfostat.ru/religioznye-organizatsii/>.

8. Федеральная Антимонопольная Служба РФ // <https://fas.gov.ru>.

9. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 30.04.2021) // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/.

T.M. BELYAKOVA

*Postgraduate student of the Faculty of State
Office of the Moscow State University
Lomonosov, Moscow, Russia*

TECHNOLOGIES OF THE IMAGE-MAKING OF THE MODERN RUSSIAN ORTHODOX CHURCH

The author of the article analyzes the technologies of forming the image of the Russian Orthodox Church. The article deals with the use of the Russian Orthodox Church as standard image formation technologies (creation of websites, positioning of the institute in the media), and the use of specific image technologies characteristic of religious institutions (social advertising and the initiation of various social projects). Conclusions are drawn about the specifics of the Russian Orthodox Church as a political actor.

Key words: *image, image of a religious organization, PR-technologies, social advertising, the Russian Orthodox Church.*