

Диакон Александр Петрейкин

СЕТЕВОЙ МИР КАК ВЫЗОВ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ПАСТЫРЯ

Аннотация. С начала 2000-х годов общество претерпело значительные изменения. Быстрое развитие технологий привело к цифровизации жизни людей. Это не могло не сказаться на жизни Церкви. Одним из главных результатов этого явления стало появление в Церкви новой формы проповеди, носителями которой являются интернет-проповедники, священники-блогеры. В настоящей статье представлен анализ деятельности священников и миссионеров, проповедующих в медиапространстве сети интернет. В рамках исследования изучена история формирования проповеди в интернет-пространстве, рассмотрены основные площадки проповеднической деятельности священников, указаны преимущества и трудности такого рода благовествования. Также рассмотрены различные аспекты взаимодействия священников с паствой при переходе общения в онлайн-формат, представлены фрагменты интервью с известными священниками, описывающие особенности работы с людьми в сети интернет.

Ключевые слова: Интернет-проповедь, священники-блогеры, миссия Церкви, катехизация в сети, площадки для интернет-проповеди.

Сведения об авторе: диакон Александр Валерьевич Петрейкин, магистр теологии, выпускник магистратуры Сретенской духовной академии (e-mail: alpetreikin@gmail.com).

Сегодня, в высокотехнологичный век, жизнь человека неразрывно связана с информационными технологиями, портативными устройствами, гаджетами. В настоящее время более половины всех людей на Земле пользуется смартфонами, имеющими постоянный доступ в интернет. Из глобальной сети перманентно в память телефона скачивается новая информация, часто в фоновом режиме, обновляя базы данных телефона или подгружая страницы веб-документа. Хозяин смартфона порой даже не знает, какая информация хранится на его устройстве. Таким образом, можно сказать, что наши устройства выводят человека в пространство сети. Жизнь человека становится сетевой¹.

Понятие «цифровизация» происходит от английского слова «digitalization». Под этим термином в широком смысле подразумевается обмен информацией с использованием цифровых носителей и перевод информации в цифровую форму². «Цифровизация» в узком смысле происходит от другого английского слова, «digitalisation». В этом случае под цифровизацией подразумевается основа цифровой экономики, обусловленной переходом на цифровой формат данных для повы-

¹ Шаров К. С. Православная интернет-проповедь в России // Вопросы журналистики. 2020. № 7. С. 42–55.

² Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике. М., 2007. URL //: http://information_society.academic.ru (дата обращения: 15.11.2022).

шения ее эффективности и улучшения общего качества жизни³.

С конца 1990-х до 2020-х гг. происходит цифровизация православных и околоцерковных СМИ. Возникают священнические блоги на платформе живого журнала, православные порталы, youtube-каналы. Интернет-проповедь напрямую коррелирует с медиатизацией людей, стиранием границ между онлайн и оффлайн общением. Чем более обыденными становятся средства интернет-коммуникации, тем чаще появляются новые форматы проповеди⁴.

При этом необходимо отметить, что активная информационная работа в Церкви началась задолго до начала широкой медиатизации общества. Так, до XX в. информационная работа Церкви уже была на высоком уровне. Разберем основные этапы ее развития. Печатные издания в царское время выпускались большим тиражом. Печаталось большое количество листовок, книг, газет, журналов, альманахов. Такого рода деятельность многократно увеличивала священническую паству. Большинство ресурсов средств массовой информации имело именно церковную направленность.

С приходом к власти большевиков издательская деятельность Церкви сильно сократилась. К примеру, в 1920 г. «Епархиальные ведомости» издавались только в тех провинциях, где большевики пока еще не имели власти. Некоторое послабление Церковь получила в период Великой Отечественной войны. Появилась возможность издавать «Журнал Московской Патриархии».

Следующим толчком развития информационной деятельности Церкви стала знаменательная дата в ее истории: празднование тысячелетия крещения Руси. Начиная с 1987 г. была сделана попытка издания периодической церковной газеты, а уже в 1989 г. издается «Московский церковный вестник», в котором были затронуты как вопросы катехизации, так и вопросы, относящиеся к категориям поведения в храме и церковной дисциплины. Также на Поместном соборе 1988 г. в связи с возможностью расширения издательской деятельности было принято решение увеличить издание литературы духовного содержания: молитвословов, богословской, катехизаторской, церковно-исторической литературы⁵.

Начиная с 1996 г. в сети появляется официальный сайт Московского Патриархата. Деятельностью сайта занимался Отдел внешних церковных сношений, председателем которого являлся митрополит Смоленский и Калининградский Кирилл.

Архиерейский собор 2000 г. принял документ «Основы социальной концепции Русской Православной Церкви», в котором, в том числе, регламентируются взаимоотношения Церкви и различных СМИ. В нем также приводятся нравственные критерии, которые должны быть присущи журналистам во время работы по освещению собы-

³ Макаров Д. В. Цифровизация общества и вызванные ей проблемы развития духовной образовательной среды // *Seminarium: Труды Курской духовной семинарии*. 2020. № 2. С. 159–168.

⁴ Островская Е. А. Миссия выполнима: православные батюшки-блогеры // *Концепт: философия, религия, культура*. Т. 5. 2021. № 1. С. 44–59.

⁵ Цыпин В., прот, Петрушко В. И. Архиерейский Собор Русской Православной Церкви 9–11 октября 1989 г. // *Православная Энциклопедия* / Под редакцией Патриарха Московского и всея Руси Алексия II. М.: ЦНЦ «Православная Энциклопедия», 2001. Т. 3. С. 547.

тий. На том же Архиерейском Соборе 2000 года духовенство призвалось к развитию проектов в сфере медиа на различных уровнях: от приходского до епархиального.

Начиная с этого времени активность церковного сегмента СМИ выросла на порядок. Особенно сильно развивалась деятельность Церкви в сети интернет. Появились персональные страницы большинства приходов, епархий, синодальных учреждений. Для организации единого информационного пространства Церкви в 2009 г. создается специальная структура – Синодальный информационный отдел⁶.

Стремительная цифровизация общества долгое время вызывала немало опасений у рядовых членов Церкви. При этом даже сейчас многие священнослужители и церковные иерархи относятся к сети интернет с тревогой. К примеру, митрополит Иларион (Алфеев) обозначил интернет такими словами: «... место, где люди могут свободно собирать воедино всю свою грязь и негативное отношение, не подвергаясь цензуре или наказанию»⁷. Не обошла стороной эта проблема и представителей православного ученого сообщества. На международной конференции социологического факультета ПСТГУ в январе 2019 года был высказан следующий тезис: «Без принятия христианских ценностей развитие цифровых технологий может привести к потере свободы личностью и тотальному контролю над большими социальными группами»⁸.

В 2020 г. исследователи отметили преобладание позитивной реакции на проповедь в интернете как площадке, где возможно сближение священника с мирянами. На сегодняшний день нельзя отрицать тот факт, что коммуникация в интернете является важной частью жизни Церкви. Особенно хорошо это видно из того факта, что основные дискуссии касательно дезинфекции и противоковидных мер развернулись именно в интернет-пространстве⁹.

На Архиерейском Соборе 2013 года Патриарх Кирилл указал на безусловную важность миссии в сети интернет. По словам Патриарха, «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 братьев»¹⁰.

Однако помимо безусловной важности проповеди в интернете,

⁶ Жуковская Е. Е. Информационная деятельность Московского Патриархата XX–XXI вв.: от печатной буквы к SEO // Продвижение ресурсов Церкви в интернете. SEO для церковных медиа, 2020. С. 5–11.

⁷ Белоруссова С. Православие в интернете и интернет в православии (Рецензия на: Suslov, M. (ed.) (2016) *Digital Orthodoxy in the Post-Soviet World: the Russian Orthodox Church and Web 2.0*. Stuttgart: Ibidem Verlag. 350 p.) // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. №2. С. 407–414.

⁸ Макаров Д. В. Цифровизация общества и вызванные ей проблемы развития духовной образовательной среды. С. 159–168.

⁹ Там же.

¹⁰ Цит. по: Тихон (Васильев), иером. Особенности православной миссии в информационном пространстве // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2017. Т. 18. Вып. 4 С. 242.

использование современных цифровых технологий включает в себе немало опасностей, о чем в том числе говорит Первосвященитель Русской Православной Церкви. В своем интервью телеканалу «Россия-1» Патриарх Московский и всея Руси Кирилл указал на опасность всеобщего контроля при помощи информационных инструментов таким словами: «Вот вам игрушка, которая дает вам безграничную свободу: нет расстояния, все вот на вашем экране, доступ к информации, общайтесь с людьми, устанавливайте личные отношения. Ну что может быть лучше!.. А завтра может появиться и методология, и технические средства, которые обеспечат не просто доступ к этой информации, а использование этой информации... Вы представляете, какая будет власть сконцентрирована в руках тех, кто будет владеть знаниями о том, что происходит в мире»¹¹.

Стоит указать, что представители нехристианских религий, таких как буддизм, ислам, иудаизм, начали осваивать проповедь в интернет-пространстве намного раньше христианских проповедников, примерно в начале 1990-х годов XX века. Сравнивая же христианские конфессии, протестантские и католические проповедники приступили к освоению интернет-проповеди на десятилетие раньше православных священников¹².

На сегодняшний день православие занимает незначительную нишу в интернете. В России православными себя считают огромное количество людей, порядка 70%. При этом людей, осознанно подходящих к вопросам веры (участвующих в церковных таинствах, соблюдающих пост, регулярно посещающих храм), насчитывается не более 2–4%. Примерно такой же сегмент занимают в пространстве рунета сайты, посвященные православной вере. Для примера, самый популярный православный сайт pravoslavie.ru находится лишь на 101 месте в списке частоты посещаемости русскоязычного интернета¹³.

Целью миссии в интернете, помимо основного, христианского свидетельства, привлечения людей в православную веру, является знакомство людей невоцерковленных с жизнью в Церкви. Причиной этого является тот факт, что для многих людей, не посещающих храм, присутствие православной Церкви в интернете – единственная возможность узнать о жизни в церковной общине и христианском учении¹⁴.

Эту работу изначально выполняли только светские проповедники. Сейчас же основную работу выполняют священники¹⁵. Рассчитана такая проповедь больше не на прихожан Церкви. Наиболее эффективен такой формат среди людей, ведущих по работе активную деятельность в интернете, фрилансеров, домохозяек и людей, которые не могут часто посещать Церковь по тем или иным причинам.

¹¹ Патриарх Кирилл призвал не становиться рабами гаджетов. URL: <https://www.interfax.ru/russia/645250> (дата обращения: 25.11.2023).

¹² Шаров К. С. Православная интернет-проповедь в России // Вопросы журналистики. 2020. № 7. С. 42–55.

¹³ Белоруссова С. Православие в интернете и интернет в православии. С. 407–414.

¹⁴ Тихон (Васильев), иером. Особенности православной миссии в информационном пространстве // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2017. Т. 18. Вып. 4 С. 241–249.

¹⁵ Шаров К. С. Православная интернет-проповедь в России. С. 42–55.

В конце 1990-х – начале 2000-х годов из священнического клира выделилась часть активных священников-миссионеров, начавших проповедническую деятельность в интернете, авторов различных популярных блогов. В интервью они рассказали причины, побудившие их заниматься этой деятельностью.

Так, по словам иерея Константина Пахоменко, проповедь в интернете тысячекратно увеличивает аудиторию пастыря. Он аргументирует это такими словами: «Для нас это (проповедь в интернете) возможность тысячекратно умножить своё слово, которое я произношу перед людьми, – комментирует иерей Константин. – Я много лет проповедовал устно перед двумя-тремя десятками прихожан, в будние дни мало приходит <...> А благодаря интернету я получил такую возможность — сначала в аудиоформате, потом в видеоформате я стал выкладывать свои проповеди — мои проповеди тысячи людей смотрят»¹⁶.

Другой причиной является то, что блогеры могут выбирать целевую аудиторию, которая ему максимально удобна.

Иерей Николай Бабкин указывает: «Я прежде всего священник, а интернет – всего лишь инструмент для проповеди Слова Божьего. И он предполагает разговор с аудиторией на ее языке и о ее проблемах. Я должен ориентироваться на то, что важно людям. Это помогает им увидеть, что в Церкви можно найти единомышленников и получать ответы на свои вопросы»¹⁷.

Проповедь в интернете – это также отличный задел для миссионерской деятельности, которая может приносить плоды иногда через продолжительное время. Подтверждает этот тезис отец Николай Бабкин такими словами: «Мои выступления в общественных местах, мои походы в школы никогда не приносили таких плодов, как рассказ в соцсетях о жизни моей семьи в фотографиях или проведение прямых эфиров с участием моей мамы и детей. Все эти неформальные свидетельства нашей повседневной жизни гораздо лучше помогают сломать стену противления и избавиться от ложных представлений. Опрос, который я провожу каждый год, показал, что большинство моих читателей изменило свое отношение к Церкви в лучшую сторону. А около 70 тысяч человек впервые в жизни исповедовались и причастились благодаря моему блогу»¹⁸.

Помимо прочего, есть неочевидная польза от проповеди в интернете для самого священника. Существует немало священников, служащих в отдаленных приходах в провинции. У таких священников происходит сильная нехватка интеллектуальной деятельности в плане дискуссии на глубокие богословские проблемы. Как правило, прихожан в сельских приходах интересуют малозначащие проблемы, связанные с богослужебными правилами и предметами: свечи, просфоры, освященное масло, куличи и прочее. В интернет-пространстве же он может быть востребованным и полезным другим людям, кому

¹⁶ Островская Е. А. Миссия выполняема: православные батюшки-блогеры. С. 49.

¹⁷ Нам важно, чтобы из виртуальной общины человек пришел в реальный храм – священники-блогеры рассказали о встрече с Патриархом. // URL: <https://foma.ru/nam-vazhno-chtoby-iz-virtualnoj-obshhiny-chelovek-prishel-v-realnyj-hram-svjashhenniki-blogery-rasskazali-o-vstreche-s-patriarhom.html> (дата обращения 20.03.2023).

¹⁸ Там же.

реально необходима его помощь. А также использовать как свой багаж знаний, так и развиваться в своей профессиональной области, перенимая приемы других пастырей. Иеромонах Тихон (Васильев) описывает такое преимущество следующими словами: «Пользователь, находясь в определенной точке пространства, имеет возможность просматривать любые страницы или общаться одновременно с представителями различных культур, которых может быть неограниченное множество в определенную единицу времени, активно или пассивно участвующих в коммуникативном процессе»¹⁹.

На сегодняшний день существует немало площадок для проповеди в интернете, отличающихся количеством и типом аудитории. Проповедники выбирают как правило те, которые наиболее подходят их форме проповеди и аудитория которых наиболее близка и интересна самому священнику. Сравнивая различные площадки, священники-блогеры назвали платформы Vk.com, YouTube, LiveJournal самыми востребованными для тех людей, кто интересуется православной верой.

Социальная сеть Instagram*²⁰ оценивалась как «больше для женщин», поскольку наиболее распространенная там форма коммуникации – это преимущественно фотографии с небольшими подписями и маленькие компактные тексты. Иерей Павел Островский подтверждает этот тезис словами: «Если говорить о пользователях социальных сетей, то Instagram – это больше женская социальная сеть. Из моих 140 тыс. подписчиков на Instagram 84 % – это женщины»²¹.

Автор блога «бегущий священник» определил социальную сеть Instagram*²² как платформу с преобладающей молодежной аудиторией, где легко найти единомышленников.

Социальная сеть Facebook*²³ является преимущественно англоязычной, в которой преобладает личное общение, следовательно, наиболее подходит для миссии среди иностранцев. Такое мнение высказал священник Николай Святченко²⁴.

В ходе своей работы интернет-проповедники зачастую сталкиваются со многими трудностями. Связаны они в основном с тем, что священническая проповедь изначально была, как правило, предназначена для общения с паствой вживую, лицом к лицу или же в виде посланий или писем человеку или группе людей (примером могут служить послания апостола Павла или же письма архимандрита Иоанна (Крестьянкина)). Форма проповеди в интернете имеет свои особенности, которые отличают ее от обычных посланий.

Одной из трудностей проповеди в сети интернет, по мнению некоторых исследователей, является непривлекательный вид православных сайтов. Как правило, все православные сайты похожи друг на друга, почти всегда повторяется общая символика: кресты, голуби,

¹⁹ Тихон (Васильев), иером. Особенности православной миссии в информационном пространстве С. 244.

²⁰ *Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России.

²¹ Островский П. иерей. Сегодня для миссионерства самое благоприятное время // URL: <https://pravoslavie.ru/128022.html> (дата обращения 03.03.2022).

²² *Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России.

²³ *Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России.

²⁴ См.: Островская Е. А. Миссия выполнима: православные батюшки-блогеры. С. 52.

купола. Зачастую посетителей православных сайтов отталкивает однообразие представленных материалов. На многих сайтах такие разделы как новости, темы для обсуждения, комментарии священников, имеют схожее строение и представлены однотипными формами²⁵. Не лучшим образом на интерес аудитории оказывает влияние устаревший вид православных сайтов с обычным, непривлекательным и неудобным интерфейсом²⁶. Еще одной проблемой является замкнутость православных сайтов. При просмотре там нечасто можно встретить ссылки на другие ресурсы. С другой стороны, сторонние ресурсы также крайне редко ссылаются на сайты, посвященные вопросам православия²⁷.

Следующий важный аспект, на котором необходимо заострить внимание, говоря о трудностях миссии в интернете, является язык проповеди. Для успеха миссии сегодня крайне необходима актуализация языка Церкви. Современному человеку не всегда достаточно только лишь того материала, который имеется у Церкви с самого начала ее существования, Священного Писания. Для многих людей это является, по словам апостола Павла, твердой пищей. Благовестие воспринимается намного проще, если оно проповедуется с использованием того языка, который более привычен современным людям. В своих посланиях апостол Павел учил, что он «для Иудеев... был как Иудей, чтобы приобрести Иудеев; для подзаконных был как подзаконный, чтобы приобрести подзаконных... Для всех... сделался всем, чтобы спасти по крайней мере некоторых». (1Кор 9:20,22). Помня слова апостола Павла, можно констатировать, что человек, ведущий миссионерскую проповедь в интернет-пространстве, должен подстраиваться под особенности восприятия его непосредственной аудитории. Это положение подтверждается документом «Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви», принятым на заседании Священного Синода Русской Православной Церкви от 27 марта 2007 года. В документе указывается: «Одним из наиболее перспективных направлений миссионерского служения Церкви является широкое применение различных языков миссионерской проповеди: от высокого храмового литургического слога до речи, понятной детям, молодежи, воинам, государственным служащим, деятелям науки и культуры»²⁸.

Следующей трудностью для проповедника является поиск и выбор формы языка общения с аудиторией публича. Поскольку создание аккаунта в социальной сети еще не является началом миссионерской проповеди в интернете, священникам приходится путем проб и ошибок на протяжении долгого времени искать язык и форму взаимодействия с паствой в интернет-пространстве²⁹.

Трудностями миссионерской деятельности в интернете являются,

²⁵ Дюкин С. Г., Самойлова И. В. Православные виртуальные ресурсы в борьбе за веру (на материале города Перми) // Вестник Пермского университета. Вып. №3(27), 2016. С. 172–179.

²⁶ Островская Е. А. Миссия выполнима: православные батюшки-блогеры. С. 53.

²⁷ Дюкин С. Г., Самойлова И. В. Православные виртуальные ресурсы в борьбе за веру (на материале города Перми) // Вестник Пермского университета, Вып. №3(27), 2016. С. 172–179.

²⁸ Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви (от 27.03.2007) // URL://www.patriarchia.ru/db/text/220922.html (дата обращения: 08.08.22).

²⁹ Островская Е. А. Миссия выполнима: православные батюшки-блогеры. С. 44–59.

помимо прочего, огромные затраты ресурсов при производстве контента. Причем ресурсы как трудовые, интеллектуальные, так и материальные. В том числе, к примеру, для подготовки одного ролика для публикации в сети youtube необходимо затратить от 20 до 40 часов, что включает в себя: затраты на написание сценария, съемка, монтаж, апробация в фокус-группах и прочее.

В документе Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ под названием «Видеоблоги священников Русской Православной Церкви: рекомендации и советы» от 2 августа 2018 г., составленным в сотрудничестве со многими известными священниками-блогерами, также раскрывается данная проблема. В тексте документа указывается, что за отсутствием у священников достаточного времени на производство контента, поскольку ведение блогов не является его основной работой, частота выхода роликов невысокая. А это, в свою очередь, сильно снижает эффективность миссии³⁰.

Еще одной трудностью миссии в интернете является тот факт, что священнику зачастую приходится играть роль психолога, а не пастыря, решая психологические проблемы людей. При этом в интернете проповедник часто сталкивается с травлей своих слушателей. Человек, находящийся в общении не только со священником, но и другими пользователями, без видимых причин начинает словесную травлю проповедника, соревнуясь с другими в остроумии. Такой эффект не проявляется у прихожан в храме.

Нельзя не отметить, что внутри духовенства нет строгого единомыслия по вопросу использования современных технологий. Несмотря на ряд позитивных примеров использования интернета, часть священников отрицательно относится к повсеместному использованию сетевых технологий в церковной жизни. К примеру, ряд священнослужителей крайне негативно высказались о таких явлениях, как «виртуальные часовни», «виртуальные свечи» (уже довольно давно использующиеся Католической Церковью), «электронные записки» и прочее. По словам одного из интервьюируемых священников, такие торговцы святым «будут наказаны за свой яд, когда придет их время»³¹.

На сегодняшний день наиболее активными интернет-проповедниками являются священнослужители крупных городов, таких как Москва, Санкт-Петербург, Минск и прочие. Несколько иначе обстоит дело в провинциальных городах и епархиях. Здесь наблюдается ситуация, при которой православное духовенство намного меньше вовлечено в жизнь и взаимодействие с людьми в интернет-пространстве. Примером может являться количество профильных интернет-ресурсов в Пермской епархии. По результатам исследования С. Т. Дюкина и И. В. Самойловой, на 2016 год в епархии насчитывалось 1 сайт епархии (<http://www.pravperm.ru/>), 12 групп в социальной сети ВКонтакте и одна группа в сети Facebook^{*32}, что не идет ни в какое сравнение со

³⁰ Видеоблоги священников Русской Православной Церкви: рекомендации и советы (от 02.08.2018) // URL:// sinfo-mp.ru/videoblogi-svyashhennikov-russkoy-pravoslavnoy-tserkvi-rekomendatsii-i-sovetyi.html (дата обращения 03.09.2022).

³¹ Белоруссова С. Православие в интернете и интернет в православии. С. 407–414.

³² *Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России.

столичными епархиями³³.

Как было сказано выше, проповедь в интернет-пространстве является для Православной Церкви совершенно новым, не похожим ни на один из существующих ранее жанром. И дело здесь не столько в использовании современных технологий, сколько в том, что изменилась сама форма общения между людьми. Разберем основные особенности интернет-проповеди, отличающей ее от других жанров благовествования.

Одной из ключевых особенностей интернет проповеди является ее направленность: она направлена в первую очередь на актуальные в данный момент проблемы людей. Если привычная для прихожан проповедь в храме за основу берет толкование мест Священного Писания, интерпретацию материала агиографических источников, трактовку церковных праздников и памятных дат, то интернет проповедь посвящена проблемам людей в настоящее время. В ней часто затрагивается тема быстро меняющегося современного мира и взаимоотношений с ним верующих людей.

Для многих людей, редко посещающих храм, характерна боязнь задать интересующий их вопрос приходскому священнику. При этом, находясь в комфортной зоне дома за компьютером, человеку намного легче обратиться к священнослужителю. Интернет-общение на церковные темы для многих является наиболее удобным способом узнать то, что их интересует. Таким образом снимается барьер неловкости. Для девушек и женщин интернет-общение также становится возможностью задать вопрос относительно интимных женских проблем. В православной традиции обсуждение таких вопросов в живом общении в храме, как правило, до недавнего времени считалось неприличным. До возможности задать вопрос в интернете для девушек становилось настоящей проблемой получение достоверной информации от священника или от опытных глубоко воцерковленных людей о проблеме интимной жизни³⁴.

Особенность интернет проповеди является также тот факт, что она не затрагивает такой важный аспект православного учения, как катехизация, изучение основ христианской веры. Таким образом, вне внимания остаются вопросы догматического богословия, церковной и библейской истории, святоотеческого учения. Из этого можно заключить, что наиболее важным для людей, обращающихся к проповеди священника через интернет, являются ответы на личные вопросы и решение собственных проблем. В меньшей степени человека в интернет-пространстве интересуют вопросы Бога, Церкви и богослужения.

Еще одной особенностью проповеди в интернете является специфика паствы проповедника. Она определяется таким понятием социальной сети, как «друг». В социальной сети понятие «друг» отличается от привычного понимания. Если в реальной жизни друзья — это люди, имеющие устойчивые социальные связи друг с другом и постоянное или периодическое общение, то в социальной сети друг — это в первую очередь человек, с которым пользователь может об-

³³ Дюкин С. Г., Самойлова И. В. Православные виртуальные ресурсы в борьбе за веру. С. 172–179.

³⁴ Белоруссова С. Православие в интернете и интернет в православии. С. 407–414.

мениваться сообщениями, видео, фотографиями, но, как правило, основной является возможность просмотра обновляющейся новостной ленты друга.

Священник в подавляющем большинстве случаев не видит свою паству и не может оценить эффективность проповеди. Поскольку часть людей, находящихся в друзьях, заходит лишь из праздного любопытства и не воспринимает слова проповеди, то нельзя считать всех людей, подписавшихся на блог священника, его паствой³⁵.

Следующей особенностью интернет-проповеди является характер ее восприятия слушателями. Традиционно проповедь являла собой, помимо привычной передачи информации, некое аскетическое делание. Священническая проповедь настраивала людей на внимание и сосредоточенность. Цель ее – выработать в людях так называемую «умную молитву»³⁶. В современных реалиях внимание человека сильно рассеяно. Человек в интернете, в отличие от прихожанина храма, имеет возможность быстрого переключения внимания на другие объекты, подчас несовместимые с православным вероучением. Эта особенность делает проповедь священника менее эффективной. При этом вынуждает его использовать в своем обращении к пастве средства привлечения внимания слушателей или читателей. При таких условиях намного более эффективными оказываются священники не с более глубоким духовным опытом, а те, которые имеют инструменты влияния на паству, такие как харизма, провокация и прочее.

Пастырю зачастую приходится подстраивать свой стиль общения под свою аудиторию. Аудитория в интернете ищет в первую очередь, как правило, развлекательный контент. Наиболее действенным инструментом привлечения внимания при этом является актёрское мастерство проповедника. Немаловажное значение имеет также умение говорить с аудиторией на одном языке. Это приводит к тому, что в проповедях наиболее успешными становятся священники, стремящиеся не к улучшению качества своего языка и вероучительной точности и возвышенности проповеди, а использующие более яркую, простую и понятную речь, способную удержать внимание людей и привлекать новую аудиторию³⁷.

Многие священники в интернет-проповедях часто прибегают к использованию сленговых выражений и жаргонизмов, присущих различным субкультурам. Используя данную терминологию, священник старается приблизиться к аудитории. При этом такого рода выражения совершенно неприемлемы для проповеди в храме по причине их непонятности большому числу прихожан Церкви.

Таковы основные особенности нового для Церкви жанра благоговения - интернет-проповеди. Далее для более детального изучения ее влияния на аудиторию постараемся оценить основные преимущества и недостатки проповеднической деятельности в интернете.

Преимущества интернет-проповеди.

1) Охват огромной аудитории, послушать или почитать проповедь

³⁵ Шаров К. С. Православная интернет-проповедь в России. С. 42–55.

³⁶ Тихонова Г. Ю., Гиниятова Е. В. Особенности формирования религиозной личности в современном культурном пространстве // Изв. Том. политех. ун-та. 2013. Т. 322, № 6. С. 120–123.

³⁷ Шаров К. С. Православная интернет-проповедь в России. С. 42–55.

священника могут все, кто имеет доступ к интернет-ресурсам.

2) Возможность проповеди лицам с ограниченными возможностями, кто физически не может присутствовать в храме на богослужении.

3) Улучшение, доступность духовного образования. Пастыри, занимающиеся преподаванием, имеют возможность обмена опытом друг с другом.

4) Возможность благотворного влияния на мировоззрение молодого поколения, широко использующего современные информационные технологии.

Негативные стороны проповеди в интернете.

1) Сакральная сторона священнической проповеди ущемляется в угоду светской. Священник перенимает на себя в таком случае роль психолога.

2) Духовенство принимает на себя развлекательную роль, что ведет к унижению высокого статуса священника.

3) В общий доступ попадают конфликты духовенства. Светские люди могут видеть внутренние конфликты в Церкви, что не может привести к увеличению доверия священнослужителям и православному вероучению.

4) У многих священнослужителей может появиться соблазн создания по примеру протестантских и сектантских общин т.н. «цифровой Церкви», что приводит к принижению сакрального аспекта Церкви³⁸.

Для лучшего понимания того, к кому обращаются пастыри в сети, необходимо исследование самой аудитории, предпочитающей общение в интернете. Лаборатория Касперского в 2016 году провела исследование под названием «Растим детей в эпоху Интернета». По результатам исследования выявлены следующие показатели: 56% опрошенных несовершеннолетних респондентов проводят в сети почти все время. Всероссийский центр изучения общественного мнения в результате опроса, проведенного в 2018 году, выявил следующие показатели: 81% респондентов пользуются интернетом, заходят в интернет ежедневно 65%, заходят с периодичностью раз в неделю или месяц 14%. Заходят крайне редко 2%. Наиболее активными пользователями сети являются 18-24-летние. Из них ежедневно пользуются интернетом 97% опрошенных. Людей, имеющих высшее образование, оказалось 78%. Имеют высокий достаток 72% опрошенных. 19% всех опрошенных не пользуются никакими ресурсами интернета. Тех, кто проводит в интернете больше 4 часов оказалось 24%, из них 71% оказались молодыми людьми в возрасте 18-24 года. Более взрослые пользователи, которые пользуются интернетом ежедневно (от 35 лет и старше), проводят в сети менее четырех часов в день.³⁹ К похожим результатам привел опрос блогеров, деятельность которых осуществляется на платформе youtube. Результат опроса выявил следующие показатели: 60% аудитории составляют женщины, 40% мужчины; 85% жители городов. Возраст же подписчиков определен в границах от 25 лет до 60 лет⁴⁰. Таким образом, можно заключить,

³⁸ Шаров К. С. Православная интернет-проповедь в России. С. 42–55.

³⁹ ВЦИОМ: почти две трети россиян пользуются интернетом ежедневно, 2018. URL://tass.ru/obschestvo/5585026 (дата обращения: 20.11.2019).

⁴⁰ Островская Е. А. Миссия выполняема: православные батюшки-блогеры. С. 44–59.

что священническая проповедь в интернете направлена в первую очередь на молодое поколение. Соответственно и контент проповеди выбирается более «молодежный».

Несмотря на то, что пастыри, ведущие свой блог, обращают свое слово к молодой аудитории, реакция на их труд бывает порой не так однозначна. Так, блогеры в пространстве интернета в вопросах, касающихся Церкви, делятся на два лагеря: тех, которые критикуют Церковь и высмеивают ее деятельность, используя такие инструменты как: шутки, интернет-мемы, «фотожабы», «демотиваторы»; и тех, которые отстаивают позицию Православной Церкви. Последние отвечают на вызовы критиков ответными шутками, мемами, комментариями. Анализируя результаты деятельности блогеров разного мировоззрения, можно видеть, что критики Церкви имеют в сети на порядок больше популярности, чем их оппоненты. Это выражается в значительно большем количестве подписчиков на страницах критиков Церкви⁴¹.

Как считают М. Суслов и И. Коткина, намного более эффективным способом привлечения аудитории в интернете к православному учению является создание своего уникального контента, способного заинтересовать людей новым для них взглядом на современные проблемы общества. В свете данного вопроса авторы обращают внимание на православных блогеров, ведущих свою деятельность на платформе живого журнала (LiveJornal). По словам Суслова и Коткиной, это молодые люди, как правило, примерно 30-летнего возраста выпускники высших духовных заведений в столице (Москве или Санкт-Петербурге), принявшие сан и получившие приход в провинциальных городах и селах. Такие проповедники, как правило, разделяют общие взгляды и имеют тесные контакты друг с другом посредством онлайн общения и взаимных комментариев постов и новостей⁴².

Таким образом, можем сказать, что на сегодняшний день присутствие представителей Церкви в интернет-пространстве является важной задачей и одним из главных вызовов для современных пастырей. Проповедь в интернете включает в себе большое количество особенностей и трудностей. Однако при всем при этом ее плодами являются большое количество людей, пришедших в Церковь, чтобы стать ее новыми членами.

Библиография

1. Белоруссова С. Православие в интернете и интернет в православии (Рецензия на: suslov, M. (ed.) (2016) *Digital Orthodoxy in the Post-Soviet World: the Russian Orthodox Church and Web 2.0*. Stuttgart: Ibidem Verlag. - 350 p.) // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. №2. С. 407–414.
2. Тихон (Васильев), иером. Особенности православной миссии в информационном пространстве // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2017. Т. 18. Вып. 4. С 241–249.
3. Видеоблоги священников Русской Православной Церкви: рекомендации

⁴¹ Белоруссова С. Православие в интернете и интернет в православии. С. 407–414.

⁴² Там же.

- и советы (от 02.08.2018) // URL:// sinfo-mp.ru/videoblogi-svyashhennikov-russkoy-pravoslavnoy-tserkvi-rekomendatsii-i-sovetyi.html (Дата обращения 03.09.2022).
4. ВЦИОМ: почти две трети россиян пользуются интернетом ежедневно, 2018. (Электронный ресурс) // URL://tass.ru/obschestvo/5585026 (дата обращения: 20.11.2019).
 5. Дюкин С. Г., Самойлова И. В. Православные виртуальные ресурсы в борьбе за веру (на материале города Перми) // Вестник Пермского университета. Вып. №3 (27), 2016. С. 172–179.
 6. Жуковская Е. Е. Информационная деятельность Московского Патриархата XX – XXI вв.: от печатной буквы к SEO // Продвижение ресурсов Церкви в интернете. SEO для церковных медиа, 2020. С. 5–11.
 7. Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви (от 27.03.2007) // URL://www.patriarchia.ru/db/text/220922.html (дата обращения: 08.08.22).
 8. Макаров Д. В. Цифровизация общества и вызванные ей проблемы развития духовной образовательной среды // Seminarium: Труды Курской духовной семинарии. 2020. № 2. С. 159–168.
 9. Нам важно, чтобы из виртуальной общины человек пришел в реальный храм — священники-блогеры рассказали о встрече с Патриархом // URL: <https://foma.ru/nam-vazhno-chtoby-iz-virtualnoj-obshhiny-chelovek-prishel-v-realnyj-hram-svjashhenniki-blogery-rasskazali-o-vstreche-s-patriarhom.html> (дата обращения 20.03.2023).
 10. Островская Е. А. Миссия выполнима: православные батюшки-блогеры // Концепт: философия, религия, культура. Т. 5. 2021. № 1. С. 44–59.
 11. Островский П. иерей. Сегодня для миссионерства самое благоприятное время // URL: <https://pravoslavie.ru/128022.html> (дата обращения 03.03.2022).
 12. Толковый словарь по информационному обществу и новой экономике. М., 2007. URL://: http://information_society.academic.ru (дата обращения: 15.11.2022).
 13. Тихонова Г. Ю., Гиниятова Е. В. Особенности формирования религиозной личности в современном культурном пространстве // Изв. Том. политех. ун-та. 2013. Т. 322, № 6. С. 120–123.
 14. Цыпин В., прот, Петрушко В. И. Архиерейский Собор Русской Православной Церкви 9 – 11 октября 1989 г. // Православная Энциклопедия / Под редакцией Патриарха Московского и всея Руси Алексия II. М.: ЦНЦ «Православная Энциклопедия», 2001. Т. 3. С. 546–548.
 15. Шаров К. С. Православная интернет-проповедь в России // Вопросы журналистики. 2020. № 7. С. 42–55.

Petreykin A.V.

NETWORK WORLD CHALLENGES A MODERN SHEPHERD

Abstract. Since the early 2000s, the society has undergone significant changes. The rapid development of technology has led to the digitalization of people's lives. This could not but affect the life of the Church. This phenomenon has resulted in the emergence of a new form of sermon in the

Church, and its bearers. They are Internet preachers, blogger priests. This article analyzes the activities of priests and missionaries preaching in the media space of the Internet. The work comprises the following elements under consideration. They are the history of the formation of preaching in the Internet space, the main platforms for the preaching activity of priests, and the advantages and difficulties of this kind of evangelism. The way the priests interact with their flock during the transition of communication to an online format is also considered. The article contains the fragments of the interviews with the famous priests to describe the features of working with people on the Internet.

Key words: Internet sermon, blogger priests, thy Church mission, Internet catechesis, online medium for preaching.

About the author: Alexander V. Petreykin, Master of Theology, Graduate from the Sretensky Theological Academy (e-mail: alpetreikin@gmail.com).