

Д.В. Фокина
студентка группы ИЖб-17,
институт гуманитарного образования,
Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
г. Магнитогорск

Научный руководитель:
Д.С. Бужинская
кандидат филологических наук,
Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова,
г. Магнитогорск

РОЛЬ ПРАВОСЛАВНЫХ СМИ В ВОЦЕРКОВЛЕНИИ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. Целью статьи является выявление роли православных молодежных СМИ и социальных медиа в процессе восприятия и усвоения православных догм и канонов и молодежью, нуждающейся в богословском просвещении.

Ключевые слова: православные СМИ, молодежь, воцерковление, миссионерство, просветительская функция.

Annotation. The purpose of the article is to identify the role of Orthodox youth media and social media in the process of perception and assimilation of Orthodox dogmas and canons and by young people in need of theological education.

Key words: orthodox media, youth, churching, missionary work, educational function.

Православные СМИ – это средства массовой информации, занимающие в журналистике тематическую нишу религиозных СМИ и направленные на аудиторию, принадлежащую православной конфессии. Как и любые современные СМИ, православные средства массовой коммуникации делятся на

печатные, аудио-визуальные, электронные СМИ и блогосферу. По области распространения православные СМИ можно разделить на:

1. общецерковные/центральные;
2. епархиальные/областные;
3. приходские/монастырские/локальные.

На сегодняшний день ниша православных периодических изданий представляет широкое разнообразие печатных и электронных журналов, газет, новостных сайтов и т. д. [2]. Молодежные же православные СМИ, находясь в стадии развития, стоят перед непростой задачей: завоевать доверие и интерес православной молодежной аудитории. Аудитории, маловосприимчивой сегодня к незнакомым и труднотрактуемым религиозным текстам, перегруженной информационным потоком СМИ и руководствующейся в своем выборе лаконичностью и доступностью информации. Кроме прочего, создатели православных молодежных СМИ должны ориентироваться не только на достаточно воцерковленную молодежную аудиторию (например, обучающихся в духовной семинарии студентов), но и на молодых людей, находящихся на начальном этапе воцерковления. Иначе говоря, такие СМИ должны выполнять роль общедоступной молодежной катехизации, неся в духовно-просветительскую функцию для широких кругов молодежной аудитории.

«Сегодняшнее «миссионерское поле» характеризуется сложными процессами общечеловеческого развития и новыми соотношениями в религиозной палитре мира. Настала пора серьезных богословских, социологических исследований, которые могли бы нам помочь в миссионерской работе», – сказал архимандрит Иоанн (Экономцев), создатель и первый ректор Российского православного университета Иоанна Богослова, в своем интервью, опубликованном на сайте Русской Православной Церкви в ответ на прямой вопрос, связанный с воцерковлением и катехизацией современной молодежи.

Православные молодежные СМИ, как и было сказано выше, – это проводник между церковью и обществом, формирующий не только

представление о внутрицерковной жизни, но и о фундаментальных основах религии [1].

Рассмотрим один из таких «проводников». Печатный журнал «Поколение», являющийся печатным периодическим изданием, выпускается Гродненской епархией Белорусской православной церкви (белорусское издание в данном случае имеет право быть использованным, поскольку БПЦ представляет собой экзархат РПЦ, подчиняющийся Святейшему Патриарху Московскому и всея Руси Кириллу и имеет и сегмент русскоязычной аудитории). В описании журнала рекламирующая его группа в Вконтакте пишет: «Мы говорим, что "Поколение" – это журнал на "50% для православных и на 100% для всех". Наш читатель чаще всего будет молодым православным интеллигентом или просто человеком, небезразличным к вечным и главным вопросам нашей жизни (примерно то же могут сказать и какие-нибудь издания "Тайны этого мира", "Невероятное рядом" или вроде того), мы же имеем в виду социальную тематику, острые жизненные вопросы, мы говорим о живом, а не о предполагаемом».

Рассмотрим журнал более подробно: нельзя не заметить наличие «кричащих» тем, затрагиваемых во многих материалах, в том числе – в ходе дискуссий со священнослужителями в формате интервью. Речь о темах, характерных именно для молодежных СМИ (неоспоримость догм и проецирование их на современные реалии, внутренняя противоречивость кажущихся соединенными понятий морали и веры и т. д.). Во многих вопросах прослеживаются темы, несовместные с консерватизмом – отчасти это и оправдывает претензию на молодежную направленность журнала.

Рубрика «Вера» выводит читателя и автора на дискуссионный просвещающий материал об иконографии Страшного суда с историко-культурными отсылками. Читателю в данном случае потребуются некоторые культурологические компетенции, однако нельзя сказать, что текст не смогут прочесть и понять люди без семинарского образования.

Далее следует рубрика «Свой Путь», и сами авторы определяют ее назначение в журнале так: «Свой путь» – это не рубрика интересных историй. Это наша попытка ответить вот на этот вопрос: «Господи, что же Ты увидел во мне, если призвал?» Далее из русскоязычных рубрик – «Батюшка» (приглашенный герой, портретное интервью о его личности), «За жизнь» (о совместимости современных ценностей с традиционными и темы семьи и брака) и «Точка зрения» (дискуссионная рубрика). Собственно, журнал в данном случае не подходит под чисто «семинаристское» издание и ориентирован в том числе и на вольного верующего мыслителя-созерцателя, не находящегося внутри церкви в рамках послушаний (служений). Однако стиль подачи журнала может быть понят не всеми читателями (совсем невоцерковленным, например, будет достаточно непросто, однако некоторые из представленных материалов могут ответить на многие вопросы).

В качестве источников современного «миссионерского поля» можно рассматривать не только официальные СМИ, представляющие собой по большей части новостные издания, но и православные социальные медиа.

Православные социальные медиа – это вид массовой коммуникации, осуществляемой между представителями данной конфессии (священнослужителями) и ее приверженцами посредством интернет-ресурсов. Социальные медиа в отличие от обычных онлайн-СМИ подразумевают активное взаимодействие между участниками портала/ресурса/сайта/страницы. Внедрение социальных медиа в духовную среду способствует более активному взаимодействию, которое работает в пользу сближения молодежной аудитории с пониманием идеологических основ. В силу того, что существует возможность более неформального общения, священнослужители могут, во-первых, напрямую взаимодействовать с аудиторией, каждый – лично, во-вторых, могут более доступно выполнять миссионерскую функцию. В молодежных православных группах, к примеру, обсуждаются отрывки из Евангелия, заменяя личную встречу и сохраняя участников диалога в рамках наиболее комфортной площадки для дискуссии – страницы сообществ в социальных сетях. Социальные

сети являются комфортной платформой для плодотворного взаимодействия с молодежью.

На примере сообщества «Академия Порядочных Семинаристов/АПС» в социальной сети «ВКонтакте» рассмотрим достаточно яркий пример процесса воцерковления и просвещения молодежи. Именно это сообщество было выбрано нами для анализа в силу наибольшей активности и численности аудитории среди православных сообществ и групп. Количество подписчиков сообщества насчитывает 42 505 подписчиков и относится к тематическому разделу «Образование». Изначально группа, как мы понимаем, создавалась для более узкой аудитории, имеющей более глубинное понимание православия и его канонов в силу наличия специализированного образования – это легко можно заметить в некоторых разделах (например, использование терминологической богословской лексики, зачастую непонятной по своему истинному смыслу для мирян, хоть и воцерковленных).

В описании сообщества лаконично помещается запись «Сообщество адекватного православия», являющаяся неким предупреждением-обозначением – администраторы сообщества неоднократно публиковали посты и записи о том, что их контент не претендует на статус официального-канонического и рассматривает как идентичные, так и совершенно полярные точки зрения на традиционные устои и ценности (в рамках православия), абсолютно не желая вызвать конфликт у аудитории (к сожалению, привести пример такого поста сложно, так как авторы периодически занимаются таким «ликбезом» только в комментариях). То есть в обозначение «адекватного православия» создатели вкладывают смысл разносторонних дискуссий, которые не должны провоцировать агрессию и радикальный раскол на современный и консервативный взгляды. Такой подход – еще один аргумент в пользу молодежного сообщества: просвещение молодежной аудитории происходит в разных направлениях, и во всем контенте проглядываются достаточно острые темы, которые не под силу восприятия более взрослой и консервативной аудитории.

Важным моментом, способствующим воцерковлению, является ежедневная публикация отрывков из Евангелия на русском языке и видеозаписей с русскоязычных богослужений, что является для РПЦ на сегодняшний день нераспространенным и редким новшеством. Это огромный плюс в пользу просвещения и воцерковления молодых людей (собственно, и не только их – всей аудитории, предпочитающей такой способ воцерковления), ведь велика вероятность, что, приходя в храм для совместной молитвы, человек попросту не знает церковнославянского языка (если, конечно, не имеет специализированного образования или самостоятельно не занимается его изучением, но таких людей из рассматриваемого нами аудиторного сегмента меньшинство). Публикация Евангелия и записей Божественных литургий на русском языке упрощает задачу освоения фундаментальных мировоззренческих принципов для тех, кто не знает церковнославянского. Таким образом, сообщество не просто выполняет просветительскую функцию для тех, кому еще не в полной мере знакомы церковные термины, но и является рычагом и реформатором «осовременивания» православия.

Стремясь охватить большую часть аудитории, православные СМИ ориентируются на различные социальные и возрастные слои, способствуя собственной востребованности и у детей, и у молодежи, и у старшего поколения, таким образом, укрепляя возможности максимально широкого диалога религиозного и светского. Чем выше жанровое разнообразие среди периодических православных изданий, тем выше доверие аудитории к религии как к части современного медийного пространства. Безусловно, это достигается за счет профессионализма изданий, готовых изучать собственную аудиторию настолько, насколько получится попадать в ее интересы вне рамок православного дискурса, осуществляемого в храме.

Подведем итог: говоря о воздействии православных СМИ на воцерковление молодежи, на сегодняшний день актуальной проблемой общего состояния православных молодежных СМИ является недостаток просветительского контента, ориентированного именно на широкую

молодежную аудиторию, в том числе и на тех, кто находится в процессе воцерковления и, как пример, в силу недостатка знаний может не понять терминологию (эта проблема действительно лишает СМИ некоторого сегмента). Иначе говоря, необходим более развернутый и открытый диалог со священниками, достигаемый в обоих форматах (и электронном, и печатном) с помощью публикаций на животрепещущие и актуальные для современной православной молодежи темы, ориентированных на широкий возрастной диапазон (16-30 лет), представляющих собой ценность и актуальность в невозможности своего полноценного выражения теми же священнослужителями в реальной жизни. В таком случае будет достигнут нужный эффект – молодые люди, узнавая православие через личное восприятие медийного образа и имиджа представителей РПЦ, будут постепенно просвещаться, а священники – все более и более осваивать медийное «миссионерское поле».

Список использованных источников и литературы:

1. Бужинская Д.С. К постановке вопроса о роли медийно-религиозного дискурса в духовной жизни современного российского общества // Петровские образовательные чтения: сборник материалов. Магнитогорск: МГТУ, 2018. С. 295-300.
2. Бужинская Д.С. Православная журналистика в России // СМИ и общество. Роль журналистики, рекламы и PR в формировании образа России в современных социально-экономических условиях. Материалы Международной научно-практической конференции. Магнитогорск: МГТУ, 2015. С. 129-136.