

СОЦИОЛОГИЯ РЕЛИГИИ

Цифровизация православных ритуалов и практик: методология и направления исследования¹

Е.А. Островская

*Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Россия
elenaostrovspb@yandex.ru*

Настоящая статья посвящена рассмотрению результатов социологического онлайн исследования медиафигураций цифрового православия. Используя методологию теории медиации социального конструирования общества Ника Коулдри и Андреаса Хеппа, автор анализирует основные содержательные траектории цифровизации современного православия постсоветского социокультурного пространства. В фокусе анализа – медиафигурации мультимедийного проекта «Батюшка онлайн» и православной социальной сети «Елицы». Автор показывает, что с 2015 года стартует новая стадия цифровизации православия, в ходе которой образуется собственная православная ниша в интернет пространстве, активизируется централизованное и согласованное освоение новых медиа технологий.

Ключевые слова: цифровое православие, медиафигурации, православная социальная сеть, цифровизация православных ритуалов

Digitalization of Orthodox Christianity rituals: methodology and directions of research

Е.А. Ostrovskaya

*Saint-Petersburg state university,
St-Petersburg, Russia*

The article deals with the analysis of the results of an online sociological study of the media configurations of digital Orthodox Christianity. Using the methodology of the theory of mediation of the social construction of society by Nick Couldry and Andreas Hepp, the author describes main avenues of digitalization of modern Orthodoxy in the post-Soviet sociocultural space. She focuses on the media configuration of the multimedia project «Father Online» and the Orthodox social network «Elitsa». The author shows that in 2015 a new stage in the digitalization of Russian Orthodoxy begins, which produced the new Orthodox niche within the Internet space, and activated centralized and coordinated development of new media technologies.

Keywords: digital Russian Orthodox Church, media figurations, Orthodox social network, Russian Orthodox ritual online

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, в рамках проекта No 19-011-00871 «Социальные медиа как фактор трансформации православия в современной России».

Социологические исследования процессов транснационализации традиционных религиозных идеологий, стартовавшие в конце 1990-х годов, длительное время проводились в рамках теорий и концепций глобализации. Ключевым здесь выступал тезис, впервые озвученный Роландом Робертсоном и далее подхваченный Хосе Казановой и Петером Бейером, о деприватизации мировых и национальных религий на рубеже миллениума [подробно о теориях и концепциях глобализации религий см.: 4, с. 198–274]. Говоря о деприватизации религий, классики социологии религии вернули в научный дискурс проблему осмысления идеологической роли религиозных традиций в контексте радикально изменившегося профиля современности. Выход религий на социальные арены национальных публичных дискурсов о политике, образовании, экономике, искусстве, праве ознаменовал собой новый этап их реинституционализации относительно организационного узуса XX века. В короткий период с 1990-х годов большинство традиционных религий постсоветского пространства обрели свое цифровое измерение. Оцифрование базовых доктринальных текстов и разнообразной комментаторской литературы, учительских текстов, создание сайтов храмов, монастырей, мечетей, дацанов, профильных религиозных сайтов каждой из традиций, религиозных социальных сетей, освоение ниш в популярных социальных сетях и мобильных приложениях сделало возможным формирование медиадискурсов религий о реальности современных обществ. В прежние времена религиозные практики, коллективы и образуемые ими дискурсы были жестко привязаны к территории и времени конкретного государства, страны, храма, монастыря или мечети. В глобальном формате цифрового взаимодействия эти дискурсы стали отстраивать себя как транслокальные. До появления социологических концепций медиатизации религий и концепций цифровой религии оставалось не вполне понятным, а как создается транснациональный организационный формат религий. Эти концепции дали рамку для анализа принципиально нового формата религиозного расширения – онлайн измерения религиозных идеологий. В этой связи совершенно отчетливо перед социологами встает проблема ревизии научно-теоретических постулатов и аксиом века XX, полагавшего, что секуляризация является неизбежным трагедийным процессом обмирщения и десакрализации религиозного во всех его проявлениях. Более того, казавшийся очевидным непреодолимый консерватизм традиционных религий, выводящий их на периферию современности, на поверку никоим образом не препятствует освоению интернета и новых технологий. Традиционные религии образуют собственные религиозные социальные сети, выносят в онлайн пространство религиозное взаимодействие и религиозные практики.

В настоящей статье я предлагаю сосредоточиться на двух составляющих социологического изучения процессов глобализации и транснационализации православия. Первая – выбор методологического инструментария из разнообразия подходов, наработанных в рамках медиа исследований. Вторая – конкретные кейсы цифровизации православия, позволяющие говорить о его глобализации и транснационализации. В связи с решением относительно первого аспекта медиа изучения православия мне представляется адекватным использование теории медиа-

ции социальных смыслов, предложенной Ником Коулдри и Андреасом Хеппом [6]. Относительно второго – в рамках настоящего рассмотрения я сосредоточусь преимущественно на магистральных направлениях цифровизации онлайн ритуалов православия.

Изучение цифрового измерения традиционных религий, их вовлеченности в процессы медиатрансформаций социальной реальности – это сравнительно новая тема социологических исследований. И этим во многом обусловлено балансирование статей и монографий по данной теме между описаниями цифрового и онлайн измерений религий и попытками предложить дескриптивные теоретико-методологические подходы. Анализ публикаций о цифровом измерении религий обнаруживает четкую тенденцию к соотнесению в рамках конкретного исследования онлайн и оффлайн активностей конкретных религиозных групп, общин, организаций или движений. Вместе с тем можно констатировать и все нарастающую потребность в интеграции находок и открытий онлайн социологических исследований религий в рамках макроуровневого социологического подхода. И здесь наиболее обсуждаемыми оказываются теория медиатизации религии Стига Хьярварда, фигуративный подход Ника Коулдри и Андреаса Хеппа, подход социорелигиозного форматирования медиа технологий Хайди Кэмпбелл. Практически любая статья, посвященная изучению онлайн измерения той или иной религии, с необходимостью содержит обзор основных концептуальных тезисов этих авторов. Выбор в пользу использования методологических тезисов того или иного теоретика напрямую зависит от постановки исследовательской проблемы и фокуса рассмотрения. Большинство исследований, ставящих себе задачу оценить масштабы секуляризации тех или иных религий или обнаружить, как некая единая медиалогика определяет форматы общественного дискурса о религиях, будут склонны привлекать концепции Стига Хьярварда.

Прикладные социологические изыскания по вопросам специфики использования интернета и новых медиа технологий для отстройки идентичностей, установления или расширения границ религиозного сообщества, создания онлайн формата рутинных религиозных практик апеллируют преимущественно к подходу социорелигиозного форматирования медиатехнологий, предложенному Хайди Кэмпбелл. Этот подход предполагает соотнесение оффлайн и онлайн реальностей религиозных групп, общин, сообществ и организаций по четырем параметрам: история и традиция изучаемого религиозного сообщества; ключевые религиозные доктрины и паттерны; процесс согласования использования новых медиа религиозным сообществом; общинный дискурс о новых медиа и форматы использования. Будучи прикладным подходом, он не дает возможности оценить более широкий социальный контекст существования онлайн религиозных практик и дискурсов, их вероятные пересечения с другими дискурсами по тем же темам. В такой перспективе представляется все-таки оправданным обращение к макросоциологическому подходу Н. Коулдри и А. Хеппа.

Они определяют медиатизацию как исторический и культурно контекстуальный многомерный метапроцесс социальных изменений повседневности, конструкторов идентичностей и социальных отношений.

В этом процессе обнаруживается три волны – механизация, электрификация, цифровизация и датафикация. Принципиальная инновация подхода Коулдри и Хеппа состоит в рассмотрении медиатизации как одного из четырех метапроцессов, характерных для современных обществ. Они настаивают, что методологическое обсуждение медиатизации необходимо проводить в соотнесении с тремя другими процессами – индивидуализацией, глобализацией и коммерциализацией современных обществ. И речь здесь не о некоей линейной последовательности этих метапроцессов, сменяющих друг друга. Коулдри и Хепп трактуют индивидуализацию, глобализацию, коммерциализацию и медиатизацию как четыре магистрали радикальных общественных трансформаций. В различных обществах Запада и Востока они предстают в неоднородной степени интенсивности. Однако есть особенность этих трансформаций, обнаруживаемая кросскультурно, – конструирование индивидуальных идентичностей и коллективов не заято более в тесный фрейм территории и времени. Глобализация привела к акселерации роли медиа в опосредовании создания смыслов социальной реальности. В эпоху глобализации и глубокой медиатизации пространство становится коммуникативным транснациональным феноменом, возникающим в процессе взаимодействия и не привязанным исключительно к локусу или местности. Оно формируемо фигурациями коммуникаций, репертуар которых значительно расширился за счет разнообразия медиакоммуникаций. Медиакоммуникации не стирают и не девальвируют категорию локуса и местности. Они интенсифицируют связи между географически множественными местностями, вступающими таким образом в транслокальные отношения. Множественные медиакоммуникации создают формат для транслокального медиапространства, в котором собственно и осуществляется выстраивание идентичностей и коллективов.

Коулдри и Хепп предельно конкретизируют отличия медиакоммуникаций от пространственно-временных взаимодействий офлайн, вводя понятие «фигурация». Фигурация – это констелляции акторов и коллективов, присущих им фреймов и коммуникативных практик в медийных пространственно-временных рамках. Медиафигурации существуют благодаря медиа среде, доступной в конкретный момент времени, медиа ансамблям, принятым к использованию в конкретном сообществе, и медиа репертуарам, осваиваемым актором в соответствующих секторах его или ее жизни. Этот тип фигураций они обозначают, как фигурации медиа коммуникаций. Медиафигурации охватывают и индивидуальных акторов, и коллективы, и наднациональные или транснациональные сообщества и организации. Специфика эпохи цифровизации заключается в том, что медиакоммуникации являются неотъемлемой частью процесса социализации индивида и способом порождения коллективов и коллективных идентичностей. Медиа входят в коллекцию ресурсов, накапливаемых индивидом в процессе социализации: ресурсы отстройки собственной идентичности, самопрезентации и самоутверждения.

Применительно к православию мы можем совершенно отчетливо констатировать, что оно цифровизовалось наравне с другими тради-

ционными религиями постсоветского социокультурного и политического континуума. В период 1990-х – 2019 годов оно обрело разнообразный репертуар медиа фигураций – от собственных сайтов епархий и храмов до православных мобильных приложений, православной социальной сети «Елицы» и блога-активности священников и мирян в популярных социальных сетях Vk.com, Facebook, Instagram и на канале Youtube. Пристальный анализ процессов медиатизации православия позволяет говорить, что цифровизация является неотъемлемой составляющей реинституционализации православия в ситуации радикальных изменений современных обществ. Динамика развертки процессов медиатизации российского православия была подробно рассмотрена мною в отдельной статье [5]. В настоящем анализе я сосредоточусь на обзоре медиафигураций онлайн религиозных практик православия в транснациональном организационном формате. И здесь следует прежде всего обратить взоры в направлении таких мега мультимедийных проектов, как «Батюшка онлайн» и «Елицы. Записки».

Мультимедийный проект «Батюшка онлайн» (БО) был создан в Ульяновске в 2011 году силами Православного молодежного клуба Ульяновского государственного технического университета. Он развернул свою активность только в пределах цифровой платформы vk.com, поскольку позиционировал себя как адресованный преимущественно студенческой молодежи. В самоописании изначальной версии проекта в качестве мотивации и цели медиафигураций обозначены обеспечение онлайн пространства для религиозных медиакоммуникаций со священниками Русской Православной Церкви. За период своего существования с 2011 года по 2019 год в vk.com паблик собрал 88870 подписчиков. По мере развития проект обрел свои паблики в социальных сетях Facebook, Tweeter, Instagram, открыл канал на Youtube и профили батюшек в мобильных приложениях Telegram и Periscope. В каждом из цифровых локусов он называется «Батюшка онлайн» и имеет спецификацию по тематике медиакоммуникаций.

В vk.com основной массив контента занимают вопросы к батюшкам, находящиеся в разделе «Обсуждения». За истекшие 8 лет свои ответы на вопросы оставили 151 священник. Контент-анализ вопросов и ответов показывает, что наибольшей популярностью пользуются священники, имеющие профили или паблики во всех директориях проекта или те, которые активно участвуют в цифровых медиакоммуникациях православия. В проекте заняты батюшки из разных городов России, Украины, Белоруссии, Германии, Америки, Канады, Китая и других стран. В 2016 году была издана книга «О любви», в которую вошли вопросы-ответы онлайн в рамках «БО» в vk.com. В своей vk.com версии «БО» предлагает всем желающим в разделе «Обсуждения» в рубрике «Синодик» оставлять имена, чтобы батюшки помолились за них. За период 2011 – декабрь 2019 годов в «Синодик» было подано 26880 прошений о молитве. Анализ контента вопросов-ответов и еще 11 тем обсуждений позволяет утверждать, что vk.com версия «БО» мало интерактивна. Пользователи посылают свои вопросы по указанной директории на имя конкретного батюшки, участвующего в проекте. Далее батюшка в удобное для себя

время отвечает. Никаких обсуждений или диалогов паблик не содержит, также редки комментарии.

В социальной сети Instagram сообщество «БО» (batyushkaonline) насчитывает 239 тысяч подписчиков и 5834 публикации. Контент-анализ публикаций показывает, что преимущественно они тематизированы по направлениям миссионирования и просвещения в доктрине православия, а также информирования о тех или иных профилях и директориях «БО» в Instagram. Отсутствие хэштегов и минимальное комментирование позволяют квалифицировать эту медиафигурацию проекта как не нацеленную на блогинг или создание новых дискурсивных сообществ. Вместе с тем внутри цифровой платформы обнаруживаются самостоятельные паблики, отсылающие к проекту. Так, под хэштегом «#батюшкаонлайнкачает» собраны публикации-выступления известных медийных персон для БО или об этом проекте. В их числе такие персоны, как Иван Ургант, Батиста, Григорий Лепс, Стас Михайлов и многие другие. Кроме того, профиль понравившегося батюшки можно найти в Instagram и обратиться к нему напрямую. Об этом есть спонтанные комментарии пользователей к некоторым публикациям.

Youtube (3260 подписчиков и 418 видео) и Facebook (17 тысяч подписчиков) версии «БО» соотносены и обнаруживают уже формат конфигурации медиа директорий проекта. Они содержат широкий диапазон видео материалов по разъяснениям доктринальных таинств и конкретики совершения религиозных практик от священников, добровольно участвующих в проекте, а также вопросы в видео формате, адресованные к батюшкам, видео материалы о проводимых в разных городах праздниках православного календаря и проч. В каждой из директорий предложены хэштеги или перекрестные ссылки на другие медиа локусы «БО». На Youtube версии проекта обнаруживаются комментарии и дискуссии под конкретными видео публикациями. Кроме того, некоторые батюшки, по договоренности проводящие в «Сториз» оналайн встречи с паствой в определенное время, далее выкладывают эти записи на Youtube.

В 2018 годах по следам «БО» стартовала его женская версия «Матушки онлайн» (МО) в vk.com, Facebook, Instagram. Ее участницами стали жены священнослужителей, а также православные блогерки, женщины-дизайнеры, врачи, журналистки, спортсменки и проч. В фокусе обсуждения здесь – вопросы семейного уклада, православного быта, рождения и воспитания детей, моды, кулинарии и проч. Анализ публикаций позволяет утверждать, что данный паблик значимо менее популярен, чем «БО». Он не интерактивен, представлен преимущественно фотографиями и краткими аннотациями к ним, практически отсутствуют комментарии.

Проведенный мною мониторинг различных медиа фигураций «БО» позволяет утверждать, что за 8 лет своего существования проект пережил несколько этапов собственной саморефлексии. На текущем этапе совершенно отчетливо выкристаллизовываются новые направления диверсификации дискурсов – гендерное, возрастное, ритуалистическое. Значимо возрос транснациональный формат проекта. Судя по выложенным видео-урокам, встречаем онлайн с паствой, молитвенным обращениям и проч. проект действительно объединил акторов из различных стран и священство епархий России, ближнего и дальнего зарубежья.

Участники проекта активно осваивают как технические возможности конфигурации цифровых платформ проекта – перекрестные ссылки, мультимедийные цитирования, хэштеги, так и формат цифрового повествования, привлекающий мирян к медиа-дискурсам. В обновленной версии описания целей проекта говорится, что «Его миссия и главная цель – говорить о Православии в доступном и интересном формате, проповедуя истинные ценности – любовь к Богу, ближним и своему Отечеству. Проект адресован всем заинтересованным лицам. Его подписчики – люди разных возрастов, профессий и религиозных взглядов. Посещаемость проекта – более 30000 человек ежедневно» [1]. И здесь уже пользователя отсылают к созданной в 2015 году православной социальной сети и специализированным приложениям для реализации религиозных практик онлайн.

Следующий кейс транснационализации цифрового православия – православная социальная сеть «Елицы». Она стартовала в 2015 году как адресованная любому пользователю сети, интересующемуся православием или желающему стать православным. В процессе онлайн этнографического обследования сети я прошла путь от регистрации до участника молитвенных сообществ. После регистрации пользователь получает доступ ко всем директориям сети и предлагаемым ею подпискам. Большинство сообществ ведет очень известный священник Андрей Ткачев. В контексте моего исследования особый интерес представляет совместная ежедневная молитва – «Молитва по соглашению с о. Андреем Ткачевым». В аннотации к этому разделу медиакommunikаций сети пользователю предлагается: «Включайтесь в семью, мы собираемся в одно время в разных местах. Составить некую церковь молящихся в разных местах в одно и тоже время. С тем, чтобы просить у Бога помощи, милости и благословения на ключевые важные моменты, которые мы с вами знаем, мы их перечислим» [2]. В 21.00 (по МСК) деятельным участникам сети «Елицы» предлагается молиться вместе. Присоединиться к молитве по соглашению может любой пользователь сети, если зарегистрируется в этом сообществе и пошлет заявку. Далее ежедневно на почту приходит рассылка от сети «Елицы», оповещающая о мероприятиях, на которые зарегистрировался пользователь, и о новостях. Уже свершившиеся коллективные медиа-молебны можно просмотреть в формате видеозаписи. Есть здесь и рубрика «Вопросы батюшке», в которой содержатся в записи ответы наиболее авторитетных и популярных священников РПЦ. Анализ этого раздела позволяет утверждать, что по персоналиям и темам эта ниша православных медиаконфигураций пересекается с конфигурациями проекта «Батюшка онлайн».

В рамках деятельности сети был инициирован проект «Елицы. Записки», позволяющий «с компьютера или смартфона подать онлайн записки о здравии или упокоении, заказать молебен, сорокоуст, попросить о помощи и заступничестве почитаемых святых во многих храмах и монастырях земли Русской, Святой горы Афон, в Иерусалиме, Италии, Киево-Печерской Лавре». В самоописании говорится, что это – «самый удобный и надежный способ передачи записок о здравии и успокоении и сразу в несколько храмов и монастырей». В этой директории

сайта можно заказать и оплатить требы (записки, молитвы о помощи, кирпичики) [3]. Записки – монастырям, святым, иконам, праздникам. Отдельным разделом идут «сугубые прошения» – от молебна об исцелении от болезней, поиске мужа, решении финансовых проблем, о вразумлении мужа молебнов, о пострадавших от колдунов/магов/экстрасенсов до Неусыпаемая псалтирь о Здравии в 5 монастырях в течение месяца или шести месяцев. Под «кирпичиками» понимается покупка через интернет именного кирпича в качестве пожертвования на строительство храма.

Онлайн наблюдение активности данного проекта позволяет высказать предположение, что он выполняет инструментальную роль в осуществлении офлайн религиозных практик. Кроме того, представляется социологически важным детальное изучение номенклатуры предлагаемых к заказу молебнов и практик. Их первичный анализ оставляет впечатление вернакулярного православия, где в единое гибридное целое соединены и церковно легитимные требы и молебны и магические народные ритуалы.

Проведенный анализ кейсов цифрового православия позволяет говорить о стремительно развивающемся онлайн формате РПЦ, активно выстраивающего собственную нишу медиакоммуникаций и осваивающего интернет и новые медиа технологии. Немыслимое еще десяток лет назад вынесение религиозных практик и служб в пространство онлайн коммуникаций о социальной реальности является новым и экспансивно развивающимся сектором идеологической активности. Медиа фигурации православия весьма разнообразны – от видеозаписей проповедей и просвещающих лекций по доктрине до музыкальных выступлений монахов и священников, блогосфера православного священства также отмечена значимым разнообразием. Мультимедийный проект «Батюшка онлайн» совершенно отчетливо претендует на статус конфигурации медиакоммуникаций православия в транснациональном формате. Однако в его нынешнем формате он пребывает еще в состоянии определения собственной идентичности и рефлексией о возможностях усиления интерактивности своего дискурса.

Литература:

1. Батюшка онлайн. Обсуждения. О нас. Взятка: https://vk.com/topic-25505827_42480981 (дата обращения 3.12.2019)
2. Елицы. Молитва по соглашению, <https://elitsy.ru/prayer/> (дата обращения 3.12.2019)
3. Елицы. Записки. О проекте, <https://zapiski.elitsy.ru/> (дата обращения 5.12.2019).
4. Островская Е.А. Социология религии. Введение. СПб: Петербургское Востоковедение. 2018. 320 С.
5. Островская Е.А. Медиатизация православия – это возможно? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019, № 5, С. 300–319.
6. Couldry N, Hepp A. The Mediated Construction of Reality : society, culture, mediatization. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press, 2016, epub.