

РИТУАЛЫ В ДИСКУРСАХ ЦИФРОВОГО ПРАВОСЛАВИЯ: МЕТОДОЛОГИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Е.А. Островская

Островская Елена Александровна – доктор социологических наук, профессор кафедры теории и истории социологии СПбГУ. 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3, 9-й подъезд. E-mail: e.ostrovskaya@spbu.ru

Островская Е.А. 2020. Ритуалы в дискурсах цифрового православия: методология и направления исследования. *Концепт: философия, религия, культура*. Том 4. № 1. С(13). 105–120. <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2020-1-13-105-120>

Статья поступила в редакцию: 25.12.2019. Принята к публикации: 03.03.2020.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

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



В реалиях нового тысячелетия трансцендентное банализировано – в любой момент пользователь web 2.0 может оказаться в медитативном пространстве буддийского ритуала построения песочной мандалы или заказать себе молебен в одном из православных храмов мира. Интернет и новые медиа технологии предоставляют возможность для размещения и хранения данных, доступ к которым потенциально возможен для многих. Священные тексты различных религиозных традиций, ритуалы и практические инструкции к ним, литургии, молебны, магические формулы и прочее не являются больше достоянием лишь узкого круга харизматических профессионалов. И это само по себе ставит перед любым пользователем такой информации и таких практик вопрос об аутентичности и авторитете. Являются ли подлинными и заслуживающими доверия обнаруживаемые онлайн ритуальные практики, оцифрованные священные и учительские тексты, символические изображения, иконы, танки, влоги с подробными инструкциями о правилах молитв по соглашению или онлайн коллективных пуджах? И, если адепт той или иной религии офлайн авторитет, которому может быть переадресован этот вопрос, то что делать неопиту, интересующемуся или исследователю религий? В фокусе рассмотрения настоящей статьи методология изучения цифровых дискурсов православия об эпистемическом авторитете и легитимности онлайн ритуалов. Автор подробно анализирует ключевые концепции междисциплинарного исследовательского поля digitalstudies. Детальному разбору подвергнуты типология онлайн религиозных эпистемических авторитетов Х. Кэмпбелл, концепция «стратегического арбитража» П.Х. Чон и концепция «религиозного цифрового третьего пространства» С. Хувера и Н. Аш-Шейби. Особый интерес представляют результаты проведенного автором зондажного онлайн исследования православных онлайн практик и цифровых дискурсов вокруг них. В качестве итогового аккорда статья предлагает конкретные перспектив-

ные направления онлайн исследований цифровых православных дискурсов православия. В качестве таковых рассмотрены повествовательные практики блогеров-теологов и тео-блогеров, стратегический арбитраж блогеров-теологов относительно эпистемического авторитета репертуара вариаций практики «молитвы по соглашению» на цифровых платформах православной социальной сети «Елицы» и мобильного приложения «Молитва по соглашению» и, наконец, гибридное цифровое предложение по ритуалам и практикам сети «Елицы. Записки».

Ключевые слова: цифровая религия, медиатизация православия, цифровой православный ритуал, православные цифровые дискурсы.

Анализ текущей медиа-периодики и бумажных массмедийных изданий позволяет констатировать, что одной из остро дискуссионных является тема выхода православия из ниши приватности, его вторжения в публичные социальные арены. А также и об участии православия в различных гражданских инициативах и государственных программах. В репертуаре тематических веток подобных дискуссий содержится критическое обсуждение экспансионистской политики современного российского православия, активно осваивающего интернет и новые медиа технологии.

Ведущим слоганом газетных и журнальных статей, как правило, выступает утверждение, что РПЦ проводит некую принудительную цифровизацию паствы. Она вовлекает молодёжь в свои онлайн сети и ниши, а свобода и демократия, господствующие в социальных сетях, цензурируются православной церковью¹. Вне фокуса внимания здесь обычно остаётся тот факт, что освоение интернета и новых медиа технологий – это новая социокультурная практика как для общества в целом, так и для институциональной модели традиционных религий, в частности. В равной степени никто не задаётся вопро-

сом о теологических и доктринальных основаниях религиозных медиа коммуникаций, их легитимности и принципиальной выносимости онлайн. И дело здесь далеко не в том, что традиционные религии консервативны, отрицают любую инновацию и даже препятствуют современности и её трансформациям. Мне представляется важным учитывать, что собственная рефлексия религиозной системы о самой себе – это неизбежная составляющая процессов её институционализации и реинституционализации.

Применительно к православию мы можем совершенно отчётливо констатировать, что оно цифровизовалось наравне с другими традиционными 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», поисковика «Рублев» и блого-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

¹ См., например: «Батюшка онлайн» и православный поисковик. Как церковь покоряет интернет. *Сноб* 14.08.2015. URL: <https://snob.ru/selected/entry/96502/> (дата обращения: 10.03.2020); Гогин С. Мессенджеры от Бога. За что проект «Батюшка онлайн» называют самым успешным международным интернет-проектом РПЦ. *Новая газета*. № 143. 22.12.2017. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2017/12/22/75002-messendzhery-ot-boga> (дата обращения: 10.03.2020); Галеева В. «Наши священники становятся свободными людьми благодаря социальным сетям». *Фонтанка.ру*. 4.07.2019. URL: <https://www.fontanka.ru/2019/07/04/067/> (дата обращения: 10.03.2020).

является неотъемлемой составляющей реинституционализации православия в ситуации радикальных изменений современных обществ.

Скрупулёзный анализ динамики процесса медиатизации российского православия позволяет утверждать, что с 2010 года развернулся этап тотальной идеологической рефлексии православия относительно уже существующих собственных медиа коммуникаций, медиа-сред, авторитетов, их конгруэнтности православной доктрине, традиции и институциональной легитимности². В истёкшие десять лет в онлайн расширении социальной реальности практики обнаруживаются разнообразие практики, презентируемые в качестве православных ритуалов. Каким эпистемическим авторитетом или методологическим инструментарием руководствуется пользователь, опознавая ритуал, практику или текст в качестве аутентичного или неаутентичного? Можно ли говорить о единой системе селекции, принятой современным российским православием относительно цифровизации ритуальной практики? Каковы методологические основания онлайн социологических исследований цифрового православия? В настоящей статье я сосредоточусь на анализе методологии социологического изучения дискурсов цифровых религий и предложу направления изучения православных цифровых дискурсов об аутентичности и легитимности онлайн православных ритуалов и практик.

Цифровая религия – методология социологического исследования

В своём нынешнем медиа модусе традиционные религии предстают конфигурациями собственных социальных сетей и поисковиков, электронных СМИ, подкастов, телеканалов, сайтов приходо-храмов, монастырей и мечетей, множественных пабликов в популярных социальных сетях и прочее. Созвучное реальности современных обществ социологическое ис-

следование той или иной религиозной организации, группы, движения или общины предполагает установление форматов и размахов её цифровой активности и медиа коммуникаций. И это касается, прежде всего, повседневного образа жизни членов религиозных сообществ, специфики их ритуальной деятельности. И здесь необходимо учитывать тот факт, что цифровое расширение социальной реальности религий стартовало тридцать лет назад и прошло достаточно долгий путь от электронных досок объявлений, локальных сетевых чатов до создания собственных сетей и ниш в интернете. Научное освоение и концептуализация оцифрования и медиатизации религий возникло и концептуально созревало в тесной связи с этими процессами. Иными словами, каждый новый этап углубления процесса медиатизации религий заставляет исследователей религии ревизовать свои совсем недавние утверждения, искать новые подходы.

В течение 30 лет исследователи религий неотступно шаг за шагом отслеживают и пытаются описать постоянно изменяющиеся профили религиозного онлайн расширения и медиа конструирование смыслов. И проблема здесь в том, что социальная реальность цифрового измерения религий неизменно преобразуется и расширяется. Её институционализация осуществляется в четкой корреляции офлайн и онлайн коммуникаций конкретных религиозных традиций. Подвижность эмпирического поля исследований имеет своим следствием быстрое устаревание вновь созданных научных дескрипций. Так, в конце 1980-х годов стартовало религиозное освоение компьютерных медиа-коммуникаций – религиозно мотивированные группы энтузиастов создавали собственные электронные доски текстовых объявлений (Bulletin-board systems, BBS; net.religion, alt.religion, talk.religion, net.religion.jewish и т.д.) для дислокального обсуждения религиозных доктрин, текстов и повседневных религиозных практик

² Островская Е.А. 2019. Медиатизация православия – это возможно? *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. № 5. С. 300-319.

[Rheingold, 1993; Zaleski, 1997; Campbell, 2006; Golan, 2013]. В начале 1990-х годов появляются уже локальные сети (www.ecunet.org; www.h-net.org/~judaic/; www.bud-dhanet.net и проч.) разнообразных христианских, буддийских и иудейских сообществ [Rheingold, 1993; Campbell, Vitullo, 2016]. На этот же период приходится первая волна научных изысканий принципиально нового феномена религиозной виртуальности. Учёные впервые соприкоснулись с небывалым прежде эмпирическим форматом – опосредованные компьютерными технологиями онлайн наблюдение и анализ. Исследования были сосредоточены на решении вопроса об аутентичности онлайн религиозных сообществ, практик и дискурсов, воспринимавшихся учёными как существующих лишь виртуально, вне связи с офлайн реальностью [Dawson, Cowan, 2004; Campbell, Vitullo, 2016]. Введенные тогда понятия – «кибер-религия», «онлайн паломничество», «божественный блогинг» – представляются наивными и мало пригодными в контекстах медиафигураций традиционных религий. Важным демаркационным рубежом как для развития онлайн коммуникаций различных религиозных сообществ и традиций, так и для научного их осмысления стало дальнейшее глобальное расширение онлайн социальной реальности 2000-х годов.

Появление интернета, разнообразных социальных сетей и новых медиа технологий сопровождалось неотступным научным мониторингом, анализом и концептуализацией динамики и контента преобразований онлайн коммуникаций различных религиозных сообществ и организаций. Постепенно сформировалось междисциплинарное поле подобных онлайн изысканий с двумя основными направлениями исследований – «цифровой религии» и «цифрового религиозного третьего пространства». Изучения digitalreligion объединило учёных из стран Западной Европы, США, Азии и

Африки. Внутри этого направления выделились концептуальные лидеры – американский социолог Хайди Кэмпбелл и сингапурский социолог Паулина Хоуп Чон. Каждая из исследовательниц предложила концепцию и методологию изучения цифровой религии, на которую ориентированы соответствующие участники международных рабочих групп этого направления. Второе направление – religiousdigitalthirdplace – развивается также международной коллаборацией учёных под руководством американского религиоведа Стюарта Гувера и американского исследователя медиа коммуникаций Набиля Аш-Шейби. Они также предложили концептуальный формат изучения цифровой религии. Эти две ветки междисциплинарных исследований цифровых измерений религий отнюдь не являются взаимоисключающими или противостоящими друг другу. Представители каждого из направлений регулярно публикуются в совместных коллективных монографиях.

В последние несколько лет наблюдается синтез основных достижений каждого из направлений во взаимных перекрёстных ссылках, использовании концептуальных наработок. Авторству Х. Кэмпбелл принадлежит серия статей, посвящённых скрупулезному анализу «волн» медиа исследований цифровой религии. В статьях 2016-2019 годов она приходит к заключению, что в своём нынешнем состоянии – на четвёртой волне изысканий, – «исследования цифровой религии» пришли к пониманию собственной идентичности и концептуальных оснований. Одно из основных положений этого направления предполагает трактовку «digitalreligion» как междисциплинарного исследовательского поля, в котором изучаются связи и взаимовлияния онлайн и офлайн религиозных контекстов, их пересечения и смешения³.

Научный анализ цифровой религии развиваются вокруг трёх основных тем – идентичность, общность и аутентичность

³ Campbell H.A., Evolvi G. 2019. Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emergent Technologies*. May 2019. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/hbe2.149> (accessed 10.03.2020);

эпистемического авторитета. В онлайн-реальности религиозных коммуникаций вебсайты, влоги и блоги становятся средой для конструирования новых религиозных идентичностей и трансформации границ и компонентов традиционных идентичностей [Campbell, 2010; Lövhelm, 2013; Evolvi, 2017]. Исследования онлайн-религиозных сообществ позволили установить, каким образом изменяются представления о религиозной вовлеченности, как офлайн-религиозные общины становятся неразрывно связанными с сетевыми онлайн-практиками. Возникающие на соответствующих интерактивных вебсайтах и вокруг блогов в социальных сетях религиозные онлайн-сообщества:

- а) укрепляют доктринальную просвещенность и приверженность;
- б) устанавливая связи между акторами и коллективами;
- в) предлагают новые формы религиозного участия.

Кроме того, социальные медиа сами по себе оказываются «третьим пространством», в котором создают себя новые религиозные общины и укрепляют свои границы традиционные религиозные организации⁴ [Campbell, Golan, 2011; Campbell, 2012; Golan, Stadler, 2016; Hutchings, 2017; Golan, Martini, 2018]. Медитация различных религий имеет своим следствием как снижение значимости и монополии легитимаций традиционных религиозных авторитетов, так и вовлечение религиозных лидеров в медиа-взаимодействия об эпистемических основаниях авторитета традиции. Цифровые религии обнаруживают себя в ситуации конкурентного противостояния легитимаций, принятых в традиции религиозных авторитетов и вновь создаваемых в цифровом измерении. Религиозные профессионалы принимают различные роли и стратегии участия в форматировании цифровых контуров традиции:

- участвуют в онлайн-форумах;

- создают блоги, привлекая к себе новых сторонников и укрепляя свой авторитет у паствы;

- принимают позицию экспертов;
- используют популярные социальные сети и мобильные приложения для расширения миссионерского поля [Campbell, 2010, 2016; Cheong, Huang, Poon, 2011; Evolvi, 2017; Kołodziejska, 2018].

В контексте моего исследования самого пристального внимания заслуживают те значимые методологические разработки исследовательского поля цифровой религии, которые позволяют выявить дискурсы цифрового православия об аутентичности и авторитете. В фокусе моего внимания дискурсы об эпистемических авторитетах в оценке аутентичности ритуалов и практик, их легитимности с теологической точки зрения. И здесь представляется оправданным обращение к концепциям Х. Кэмпбелл, П. Чон, С. Гувера и Н. Аш-Шейби.

Социологическое изучение цифровой религии Кэмпбелл предлагает начинать с установления позиции той или иной религии по отношению к интернету и медиатехнологиям. Позиция эта формируется по оси офлайн и онлайн-соотнесенности коммуникаций религиозных групп и организаций. В своей концепции «социорелигиозного форматирования медиа-технологий» она предлагает алгоритм такого изучения. Он включает четыре этапа:

- изучение истории и традиции изучаемого религиозного сообщества;
- выявление ключевых религиозных доктрин и паттернов, которые влияют на выстраивание отношений с медиа;
- установление форматов использования новых медиа религиозным сообществом;
- анализ общинного дискурса о новых медиа-технологиях [Campbell, 2010].

Исследователи, работавшие в методологии Кэмпбелл, выявили, что отношение к интернету и стратегии религиозного

⁴ Hoover S.M., Kim S.S. 2016. Media. D.Yamane (Ed.). *Handbook of Religion and Society*. Springer International Publishing. P. 117-132.

использования новых медиа технологий коррелирует с офлайн общинными дискурсами о религиозных текстах, авторитетах и границах, принятыми в их традициях. Как правило, превалирует две основные тенденции медиа вовлечённости – новаторская и консервативная. Новаторская выражается в позитивном отношении к интернету и медиа технологиям как открывающим новые форматы обсуждения собственных ценностей, религиозных практик и дискурсов в медиа реальности современного мира. Консервативная тенденция обнаруживает широкий спектр разнообразия позиций – от резко отрицательного до позитивно-инструментального отношения к интернету [Campbell, 2015].

Значимым вкладом Кэмпбелл в методологию изучения способов порождения и легитимации авторитетов цифровой религии стала типология онлайн религиозных эпистемических авторитетов. Прототипом её типологии является концепция «религиозных цифровых предпринимателей» американского антрополога Джона Андерсона, длительно изучавшего исламские сетевые транснациональные сообщества [Anderson, 1999]. Основываясь на его концептуальной разработке и результатах собственных исследований цифрового католичества, Кэмпбелл предложила выделять три типа стратегий, принимаемых религиозными авторитетами в их онлайн деятельности и формирующих цифровые религиозные дискурсы. Это – цифровые профессионалы, цифровые спикеры и цифровые стратеги [Campbell, 2016].

Цифровыми профессионалами являются религиозно мотивированные разработчики религиозных мобильных приложений, программных обеспечений, веб-сайтов. Они, как правило, располагают профессиональными навыками для подобной деятельности либо уникальной одарённостью в этой сфере. Эти навыки и таланты они используют во благо своей религиозной организации, создавая её цифровые профили и рассматривая свою деятельность как форму религиозного служения.

Цифровые спикеры – рядовые члены религиозной организации, нанимаемые

ею по трудовому договору для управления сайтами, профайлами, администрирования форумов, ведения публичных дебатов от лица организации и проч. Им зачастую приходится заново осваивать технические навыки и знание медиа технологий. Они рассматривают себя в качестве представителей религиозной организации в широкой публичности и своего рода переводчиков офлайн религиозной идентичности организации в её онлайн формат.

Цифровые стратеги – это все те, кто использует уже имеющиеся цифровые ресурсы для религиозных целей. В число цифровых стратегов Кэмпбелл включила онлайн миссионеров, создающих инструментарий цифровой евангелизации, разработчиков религиозных мобильных приложений, веб-сайтов и социальных сетей. Наиболее активными и продуктивными в деле онлайн миссионирования и создания онлайн дискурсивных площадок являются религиозные блогеры. Они не создают технологических инноваций, но продуцируют такой религиозный цифровой контент, который привлекает широкую читательскую аудиторию. Среди таких цифровых стратегов-блогеров Кэмпбелл выделила два значимых вида – теологи-блогеры и тео-блогеры:

– первые – это профессиональные теологи, располагающие специальным религиозным образованием и фиксированной позицией в иерократической статусной иерархии. Они рассматривают свой блог или сайт в качестве пространства для перевода академической теологии на язык, доступный широкой общественности и неопиту. В качестве отдельной своей задачи они ставят мониторинг и рецензирование сторонних дискурсов о религиозной идеологии, к которой принадлежат, а также ошибок в цифровых теологических повествованиях других блогеров. Большинство теологов-блогеров в офлайн реальности являются священниками в конкретных церквях и приходах, преподавателями в духовных учебных учреждениях. Блогерская онлайн-деятельность позволяет им выйти за жёсткие рамки институционально предписываемой статусной риторики, неформально общаться

со своими цифровыми публикациями/фолловерам, обсуждать теологические темы, не принятые в офлайн проповедях;

– вторые – тео-блогеры – это все те, кто создают блог для распространения собственных рефлексий по теологическим тематикам и зарабатывают таким образом репутацию теологических мыслителей. Влияние таких тео-блогеров базируется исключительно на их онлайн повествованиях/текстах, а не на обладании религиозным образованием или офлайн статусом в иерократической церковной иерархии. Сети связей, формирующиеся вокруг их блогов, наделяют их глобальной влиятельностью. Цифровая аудитория, как правило, воспринимает их в качестве публичных теологов, наделяет особым харизматическим флером.

Детальный анализ цифровых религиозных авторитетов и выбираемых ими стратегий – ключевая тема работ П. Чон. В целом полностью принимая концептуальные наработки Кэмпбелл, она настаивает на необходимости принятия более широкой методологической рамки коммуникативного подхода. Коммуникативный подход исходит из определения религии как самореферентной системы с присущей ей средой. Религия развивает самостоятельные дискурсы о своих коммуникациях, практиках, ритуалах, аутентичности, авторитете и проч. Внутренняя телекоммуникационная инфраструктура церквей и храмов, их веб-сайтов и социальных сетей или другие видимые формы онлайн присутствия как таковые не воспроизводят ни религиозную традицию, ни её повседневные практики.

Цифровая религия создаётся онлайн и офлайн дискурсами религиозных организаций, коммуникациями между клириками, заинтересованными сторонами, адептами и просто интересующимися [Cheong, 2017: 26-27]. Чон определяет их как дискурсивные обмены, включённые в повседневные процессы медиации, трансмедиации и ремедиации на различных цифровых и мобильных платформах. Это важно, поскольку коммуникативные процессы помогают религиозному коллективу воспроизводить себя посредством соз-

дания лингвистических и материальных границ собственной среды и системы. Так, реальности современных обществ самореферентность религиозной организации опосредуется повседневными прозаическими онлайн-практиками – информированием внутренней и внешней аудитории о достижениях организации, исполненных молитвах, или повторение мантр и учений духовных лидеров на итерационной основе [Cheong, 2014].

Концепцию «стратегического арбитража» Чон разработала в контексте исследований способов адаптации религий к мировоззренчески плюральной цифровой среде. Медиа коммуникации религий встраиваются в единый поток коммуникаций на различных цифровых платформах. В условиях онлайн-делокализации знаний медиа коммуникации церковных лидеров и обнаруживают себя в ситуации конкуренции с медиа коммуникациями альтернативных экспертов. Медиа конкуренция за легитимность эпистемического авторитета заставляет пасторов создавать новые онлайн консолидации/онлайн паству, поддерживающую его/её дискурс. Именно так отстраивает себя онлайн формат взаимодействия религиозных профессионалов и ординарных адептов, обозначенный Чон понятием «стратегический арбитраж».

Стратегический арбитраж – это постепенная реструктуризация идентичности духовенства, отказывающегося от позиции руководителей и мудрецов и принимающих позицию посредников и экспертов в медиации знаний. Вовлекая мирян в совместное продуцирование информации и экспертных знаний, духовенство оставляет за собой дискреционные полномочия. Такая стратегия позволяет духовенству отслеживать формирующиеся в онлайн дискурсах темы, рецензируя те из них, которые могут потенциально дестабилизировать офлайн коммуникативную систему религиозной организации. В итоге возникают новые консолидации клира и мирян, расширяется репертуар их офлайн и онлайн взаимодействий [Cheong, 2011: 941; Cheong, 2013: 81].

Рабочая группа под руководством Чон установила, что даже консервативная по-

зиция религиозных организаций в отношении интернета и новых медиа технологий не препятствует стремлению религиозных авторитетов реструктурировать свои коммуникации. Они активно включают онлайн ресурсы в репертуар собственной работы, применяя стратегию арбитража между конкурирующими офлайн и онлайн текстами, практиками и дискурсами. В пользу этого свидетельствуют результаты эмпирических исследований христианских и буддийских организаций, лидеры которых используют интернет для совместного с онлайн-паствой создания информации и экспертирования медиа коммуникаций [Cheong, 2018: 28].

Изыскания коллектива учёных под руководством С. Гувера и Н. Аш-Шейби базируются на открытом в Университете Колорадо Центре исследования медиа, религии и культуры. Они сконцентрированы на выявлении новых форм религиозности и религиозной практики, порождаемых симбиозом религий и новой медиа-культуры. Исходным тезисом исследований Центра выступает утверждение, что цифровое расширение реальности – это социальные пространства, в которых люди осознанно конструируют практики и смыслы и получают опыт их переживания.

Гувер и Аш-Шейби предложили обозначать это измерение реальности понятием «цифровое религиозное третье пространство». В своём теоретизировании они отталкивались от комбинации понятия «третье пространство» известного американского культуролога Хоми Бхабхи и концепции «третьего места» американского социолога Рея Ольденбурга. В концепции «гибридных культур» постколониального мира Хоми Бхабхи третье пространство – это идентичности, пространства культурных артефактов и практик, сформировавшиеся через долгосрочное взаимодействие и противостояние культур стран колонизаторов и стран колоний. В версии Ольденбурга «третье место» маркирует любые рекреационные пространства, находящиеся между приватным и публичным, домом и работой – парки, кафе и рестораны, кинотеатры и театры, бары и клубы и проч.

Гувер и Аш-Шейби полагают, что взаимопроникновение медиа и культуры порождает третье пространство, цифровое расширение реальности. Одной из ниш этого пространства является цифровое религиозное третье место. Цифровое религиозное пространство отстраивается вне институциональной принудительной силы религиозных авторитетов и институтов, равно не подотчетно оно индивидуальному религиозному опыту и практикам [Hoover, Echchaibi, 2012; Hoover, 2013: 267-268]. Цифровая религия образует своё третье пространство между церковью, мечетью, монастырем, группой единоверцев и индивидуальной религиозной практикой. Религиозные третье пространства – это небольшие замкнутые сферы действия и практики, которые сами для себя являются пространством. Их участники ведут себя так, будто бы предлагаемые ими трактовки религиозной практики уже были бы общепринятыми и известными, будто бы вновь созданные медиамиры легитимированы и авторитетны.

Эти замкнутые цифровые пространства производят деконструкцию институционально принятых религиозных нарративов и создают их новые версии. Казалось бы статистически небольшие, замкнутые и самореферентные, эти цифровые религиозные пространства способны ревизировать устойчивые офлайн модели авторитетности, аутентичности и общинности. Более того, согласно эмпирическим исследованиям исламских диаспор Аш-Шейби, цифровые религиозные третье пространства могут порождать офлайн социальную активность [Hoover, Echchaibi, 2014].

В своём зондажном исследовании цифровых православных дискурсов об онлайн православных практиках, проведённом в 2019 году, я руководствовалась методологией рассмотренных выше концепции в сочетании с методами онлайн этнографии – включенное наблюдение, анализ цифровых текстов блогов, влогов, религиозных веб-сайтов. На этом начальном этапе основными задачами стали следующие:

– установление онлайн-кейсов ритуалов и актуальных православных медиа коммуникаций о них;

– изучение репертуара тем блогерских дискуссий о ритуале или базирующихся на блог православных практик.

Онлайн-дискурсы цифрового православия о ритуале: направления исследования

Изучение онлайн религиозных ритуалов – одна из перспективных и все еще мало проработанных тем медиа исследований цифровой религии. Такое положение дел отчасти объясняется слабой представленностью практик и ритуалов в онлайн коммуникациях традиционных религий. Как отмечают авторы единичных работ, посвященных этой теме, вынесение ритуалов в онлайн коммуникативное расширение социальной реальности представляется в принципе проблематичным для тех традиционных религий, легитимация авторитета в которых базируются на письменный теологический дискурс и церковное предание. Кроме того, в православии и католичестве ритуальные практики имеют отчётливое трансцендентное измерение, реализуемое лишь в таинствах церковного взаимодействия⁵ [Ponomarev, 2016]. Следуя алгоритму концепции социорелигиозного форматирования технологий, скажу несколько слов о принимаемой российским православием стратегии в отношении интернета и медиа технологий.

Тема отношения РПЦ к интернету и медиа технологиям достаточно подробно изучена коллективом исследователей под руководством Михаила Сулова [Suslov, 2016]. Согласно проведенным исследованиям, широкое интернет-пространство трактуется как «поле битвы дьявола и Бога» [Штеле 2017; Suslov, 2015], в котором необходимо создавать островки православного миссионерства. В качестве ярких репрезентов таких островков православных дискурсов

выступают блоги, открываемые православными священниками. Принципиальной идеологической инновацией цифрового православия стало вынесение религиозного взаимодействия по типу верующий-священник в пространство интернета. Религиозные взаимодействия по вопросам веры, догматики православия, его таинств, ритуалов и практик осуществляются в медиа коммуникациях священнических блогов. Медиамиры православных блогов священников и монахов формируют новые паттерны религиозного вовлечения, участия и рекрутации новых последователей [Suslov, 2015: 5].

Консервативная позиция российского цифрового православия безусловно выражается в консолидации православных медиа коммуникаций под эгидой официальной медиа-доктрины РПЦ, введении процедур цензуры и контроля. Однако использование коммуникативной перспективы анализа предполагает понимание того, что процедуры цензуры и контроля не могут быть осуществлены напрямую, а выражаются в развитии определённых онлайн стратегий самореференции религиозной системы, отслеживания границ собственной доктринальной и эпистемической идентичности. Более того, мониторинг позиции российского православия по отношению к интернету и технологиям в динамике позволяет говорить о её неизменной трансформации. Так, в 2016 году Архиерейский собор РПЦ принял постановление, согласно которому православные медиа коммуникации в цифровом пространстве подлежат строгой цензуре, а священники могут быть привлечены к церковно-правовой ответственности в случае несоответствия их онлайн-активности нормам канонического права⁶.

А уже через два года, в 2018 году, были утверждены и опубликованы «рекомендации и советы» для священников по ведению видеоблогов⁷. Анализ этого до-

⁵ См. так же: Scott S. A.Q. 2016. Algorithmic Absolution – The Case of Catholic Confessional Apps. *Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. Vol. 11. URL: <http://online.uni-hd.de> (accessed 10.03.2020).

⁶ См.: Постановления Освященного Архиерейского Собора Русской Православной Церкви (2-3 февраля 2016 года). *Официальный сайт Московского Патриархата*. Дата обновления: 3.02.2016. URL: <http://sobor.patriarchia.ru/db/text/4367700.html> (дата обращения: 10.03.2020).

⁷ Videоблоги священников Русской Православной Церкви: рекомендации и советы. *Московский Патриархат. Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ*. URL: <https://sinfo-mp.ru/videoblogi-svyashhennikov-russkoy-pravoslavnoy-tserkvi-rekomendatsii-i-sovetyi.html> (дата обращения: 10.03.2020).

кумента позволяет утверждать, что видеоблогинг коммуницируется в российском православии как расширение пространства и возможностей пастырской деятельности священников. Основной целью блогосферы православия определены:

- христианское свидетельство;
- «аудио-визуальные свидетельства

о евангельских истинах, способ донесения которых тяготеет к классической миссии «лицом к лицу» – «просветительские лекции, огласительные беседы, катехизация, апологетика и т.д.».

В качестве допустимой и оправданной определена «монетизация видеоблога», если деньги, полученные благодаря этой деятельности, необходимы на её техническое обеспечение и как дополнительный источник самообеспечения⁸. Медиа воплощением динамически трансформирующейся позиции РПЦ по отношению к интернету и технологиям стал мультимедийный проект «Батюшка онлайн» (далее – БО). Инициированный в 2011 году Православным молодёжным клубом Ульяновского государственного технического университета, он развернул свою активность только в пределах цифровой платформы vk.com. В самоописании своей первой версии в качестве мотивации и цели его медиа коммуникаций обозначены обеспечение онлайн пространства для религиозных медиа коммуникаций со священниками Русской Православной Церкви. За период своего существования с 2011 по 2019 год в vk.com паблик собрал 88.870 подписчиков. По мере трансформации цифровой установки РПЦ он обрёл паблики в социальных сетях Facebook, Tweeter, Instagram, открыл канал на Youtube. Появились профили батюшек, занятых в проекте, в мобильных приложениях Telegram и Periscope. В каждом из цифровых локусов он называется «Батюшка онлайн» и имеет спецификацию по тематике медиакоммуникаций.

В контексте моего исследования наибольший интерес представляет vk.com версия «БО», которая является открытым пабликом, подписаться на который мо-

жет любой желающий. Основной массив контента занимают вопросы к батюшкам, находящиеся в разделе «Обсуждения». В проекте заняты священники и монахи из разных городов России, Украины, Беларуси, Германии, Америки, Канады, Китая и других стран. За истекшие восемь лет свои ответы на вопросы оставил 151 священник. Контент-анализ вопросов и ответов показывает, что наибольшей популярностью пользуются священники, имеющие профили или паблики во всех директориях проекта и те, которые располагают собственными блогами в Instagram или каналами на цифровой платформе YouTube. Способы организации этих вопросов-ответов абсолютно не прозрачны и требуют отдельного исследования через проведение серии экспертных интервью с «цифровыми профессионалами» и «цифровыми спикерами», разработавшими программные обеспечения этого паблика.

В разделе «Обсуждения» vk.com версии «БО» есть рубрика «Синодик», где участники паблика могут записывать имена тех, за кого они просят батюшек проекта помолиться. За период 2011 – декабрь 2019 годов в «Синодик» было подано 26.880 прошений о молитве. Анализ контента вопросов-ответов и ещё 11 тем обсуждений позволяет утверждать, что vk.com версия «БО» мало интерактивна. В теме «О нас. Визитка» говорится, что пользователи посылают свои вопросы по указанной директории на имя конкретного батюшки, а тот в свою очередь присылает ответ, который затем публикуется онлайн.

Анализ соответствий между количеством вопросов и конкретными именами батюшек показал, что, если устанавливать популярность того или иного батюшки, формально отталкиваясь от количества заданных вопросов, то самыми популярными оказываются священники давно покинувшие проект. Например, протоиерей Дмитрий Савельев, ответивший на 9.983 вопроса, возглавляет топ самых востребованных батюшек, но он вышел из проекта еще в 2015 году. На втором после него ме-

⁸ Там же.

сте находится иеромонах Макарий Маркиш, ответивший на 8.651 вопрос, также уже не участвующий в «БО», поскольку переключился в своей онлайн активности на проекты православной сети «Елицы». Таким образом количество вопросов-ответов, привязанное к имени того или иного батюшки, не информативно.

В социальной сети Instagram версия «БО» (@batyushkaonline) насчитывает 239 тыс. подписчиков и 5.834 публикации. Контент-анализ публикаций показывает, что преимущественно они тематизированы по направлениям миссионерства, просвещения в доктрине православия, информирования о тех или иных профилях и директориях «БО» в Instagram. Отсутствие хэштегов и минимальное комментирование позволяют квалифицировать эту цифровую нишу проекта как не нацеленную на блогинг или создание новых дискурсивных сообществ. Вместе с тем внутри цифровой платформы Instagram обнаруживаются самостоятельные паблики, отсылающие к проекту. Например, открытый паблик «#батюшкаонлайн» содержит все те публикации, авторы которых ставят этот хэштег. Анализ его публикаций (9.027 на декабрь 2019 года) показал, что большую часть контента занимают фото и текстовые публикации из блогов и влогов священников РФ, причём многие из них имеют от 3 до 20 тысяч подписчиков.

Выборочный мониторинг-зондаж некоторых блогов позволяет утверждать, что теологи-блогеры сами инициативно предлагают своим подписчикам писать имена родных, родственников и друзей для молитвы о них в определенные дни православного календаря. Такие предложения не сопровождаются требованием оплаты. Вместе с тем могут быть предложены банковские реквизиты для добровольных пожертвований. И здесь мне видится отчетливое направление изучения цифрового измерения молитвы по двум веткам – интервью с высокорейтинговыми блогерами-теологами, ставящими «#батюшкаонлайн», по вопросам онлайн аутентичности и легитимности православного ритуала, и контент-анализ выборки текстов блогов о молитве и ритуалах.

Еще одна, санкционированная священноначалием РПЦ цифровая площадка – это православная социальная сеть «Елицы». В проморолике, содержащемся на веб-сайте сети, говорится, что создана она инициативой православных мирян, существует на их средства и добровольные пожертвования её участников. Она стартовала в 2015 году как адресованная любому пользователю, 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, ее проектам и сообществам, предлагаемым подпискам. В контексте исследования особый интерес представляют проекты «Елицы. Записки», «Молитва по соглашению с о. Андреем Ткачёвым», а также семь молитвенных «сообщества» сети, практикующих «молитву по соглашению». Две из семи – «Неотступная молитва по соглашению» и «Мой духовный маяк – прот. Владимир Головин» предлагают в качестве разъяснения проповедь о молитве по соглашению Владимира Головина, священника, с 2018 года официально запрещённого в служении. Кроме того, в тексте самопрезентации сообщества в первых строках говорится, что «Мы мучаемся, пытаюсь «ходить на голове» – как говорит батюшка Владимир. Наша группа создана помочь людям «встать на ноги», давая ориентир для жизни со Христом!». В сообществе регулярно появляются видео человека в рясе и с крестом в профиль от экрана, читающего соответствующий случаю акафист. Сходные ролики можно обнаружить на веб-сайте «Мой духовный маяк. Молитва по соглашению», в мобильном приложении «Молитва по соглашению» и в открытом паблике «Мой духовный маяк – о. Владимир Головин» в Facebook.

В проекте «Молитва по соглашению с о. Андреем Ткачёвым» обнаруживается видеоролик, в котором свящ. Ткачёв предлагает пользователям: «...Включиться в некую виртуальную семью, составить некую церковь молящихся, собирающуюся в одно время в разных местах... С тем,

чтобы просить у Бога помощи, милости и благословения на ключевые важные моменты, которые мы с вами знаем, мы их перечислим...собратся вместе в девять часов вечера, всем, кто где есть и молиться вместе с теми, кто является деятельными участниками соцсети «Елицы». Далее воспроизводится крохотная, вырванная из контекста цитата из Евангелия от Матфея (Гл. 18, С. 20): «...Где двое или трое собраны во имя Мое, там Я посреди них...». Кроме того, о. Андрей Ткачёв сообщает здесь же, что «...молиться надо, мы находимся на грани больших потрясений и уже вошли в полосу глубокой турбулентности»⁹. На платформе YouTube есть несколько видео с выступлением свящ. Ткачёва о молитве по соглашению. Одно из них, датированное июлем 2016 года, полностью совпадает с выложенным в социальной сети «Елицы». Другое от декабря 2015 года содержит ответы на вопросы подписчиков его канала о молитве по соглашению и её теологических основаниях. Здесь о. Андрей подтверждает доктринальную укоренённость этой мирской практики, не давая при этом никаких теологических комментариев, а лишь указывает чтение каких акафистов подходит к определённым житейским ситуациям¹⁰.

В течение двух месяцев я проводила мониторинг этого проекта и выявила, что в 21:00 (по МСК) деятельные участники сети «Елицы» если и молятся вместе, то никак и никого не оповещают об этом онлайн. Присоединиться к молитве по соглашению может любой пользователь сети, но выяснить, имеет ли она место, и кто они, твои сомолитвенники, весьма сложно. Вопросы в ленте сообщества остаются без ответа или кто-то на них вяло реагирует спустя сутки-трое. Ежедневно на почту приходит рассылка от сети «Елицы», оповещающая о «Добром утре с о. Андреем Ткачёвым» и вечерней молитве по со-

глашению с ним. Эти письма от «Елицы» неизменно содержат рекламу тех храмов, в которых пользователь может заказать молебен или требу, подать записки и прочее через проект «Елицы. Записки». В некоторых письмах предлагаются короткие аннотации праздников и значимых дней православного календаря, увязываемых с возможностью заказать молебен или требу через сеть «Елицы».

Подробное изучение мобильного приложения «Молитва по соглашению», которое можно бесплатно скачать на Android и iOS мобильные устройства, значимо расширило мои поисковые горизонты. Данное приложение было разработано «цифровыми профессионалами» группы «Мой духовный маяк», являющимися последователями и прозелитами нового способа миссионирования православия. Ими также создан веб-сайт «Мой духовный маяк. Молитва по соглашению» и программные обеспечения открытого паблика «Мой духовный маяк – о. Владимир Головин» в Facebook. Отмечу, что паблик этот стартовал в 2015 году под именем «Мой духовный маяк – протоиерей Владимир Головин».

В 2018 году он изменил своё имя – вместо «протоиерей» перед именем Владимир появилась буква о. (отца). Подробный онлайн анализ интерфейсов медиафигураций духовной империи Владимира Головина весьма информативен в перспективе оценки его популярности в офлайн и онлайн мирских православных общинах. Вся эта информация находится в свободном доступе, как в указанных медиа локусах, так и в множественных видео, выложенных цифровыми спикерами «Маяка» на платформе YouTube. Внутри приложения пользователь может за весьма высокую плату заказать самые разные молебны, присоединения к коллективной молитвечтению Акафистов, тематизированных по

⁹ См: *Елицы. Молитва по соглашению*. URL: <https://elitsy.ru/prayer/> (дата обращения: 10.03.2020).

¹⁰ См: *Молитва по соглашению. о. Андрей Ткачев. Можно ли так молиться? Как лучше организовать?* 20.866 просмотров. 29.12.2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IDxKnIVKJGU> (дата обращения: 10.03.2020).

конкретным проблемам (болезни, грехи, богатство и бизнес, благополучие России и т.д.).

Есть здесь и «свидетельства фактов помощи Божией» – стриминговые видео, показывающие обычных людей из разных городов РФ, воспользовавшихся «молитвой по соглашению» и получивших желанный духовный или материальный результат. Подобные «живые свидетельства» можно обнаружить в большом количестве в публице «Мой духовный маяк – о. Владимир Головин» в Facebook (7.742 подписчика) и на канале «Духовный маяк» (183 тыс. подписчиков). В vk.com версии сообщества «Мой духовный маяк. Молитва по соглашению» (81.448 участников) обнаруживается самый живой формат взаимодействия цифровых спикеров духовной империи Владимира Головина и участников сообщества. Так, объявления стены группы обновляются каждые три часа суток.

Значимую ветвь цифровых православных дискурсов теологов-блогеров и теоблогеров занимает дискуссия о теологической легитимности и эпистемическом авторитете ритуальной онлайн практики «молитва по соглашению» как таковой и в версии Владимира Головина. В блогах одних священников молитва по соглашению оценивается как «магизм» или народное изобретение, не имеющее теологических оснований. В течение 2018 года на платформе YouTube было выложено несколько десятков видео-выступлений известных священников РПЦ proetcontra молитвы по соглашению.

Рядом с ними в непосредственном соседстве находятся и медиа фигурации теоблогеров, православных-мирян, ведущих на своих каналах видеоблоги этой практики и регулярные теологические беседы о текстах Священного Писания из пространства собственных машин, кухонь и т.д. Пристальное социологическое изучение медиа-практик и блогов, посвящённых молитве по соглашению в её различных версиях, может также пролить известный свет на институционализацию цифрового православия.

Отдельным направлением мониторинга социологических изысканий следует

обозначить и медиа-локусы, в которых могут быть реализованы рутинные практики молебнов, треб, записок и пр. Полагаю, что здесь будет весьма уместным использование методологической разработки «цифровые религиозные третьи места». Ярким примером и интересным объектом здесь выступает проект «Елицы. Записки», зарегистрировавшись на котором любой желающий может заказать в храмах, участвующих в этом проекте, выполнение самых разнообразных практик – от свечей и молебнов о здравии или упокоении до молебнов «об избавлении от чревоугодия/похудении», «о возвращении супруга/любимого», «о помощи в судебных спорах», «о просьбе в прощении греха абортa», «о пострадавших от колдунов/магов/экстрасенсов» и т.д.

Список молебнов, доступных для покупки онлайн, представляется весьма интересным в аспекте выявления паттернов гибридизации цифрового православного ритуала в направлении включения в него сюжетов и тем, характерных для культовой среды и вернакулярного православия. Кроме того, анализ контента веб-сайта «Елицы. Записки», интервью с его цифровыми профессионалами и спикерами позволит установить, востребованность этих практик, критерии участия в них храмов, названия которых указаны в связи с исполнением тех или иных практик.

* * *

Анализ огромного поля исследований медийных коммуникаций, медиатизации и цифровизации религий показывает, что прикладные социологические изыскания по вопросам специфики использования религиозными сообществами интернета и новых медиа технологий для отстройки собственных идентичностей, границ, религиозных практик апеллируют преимущественно к междисциплинарному научному полю, обозначившему себя как digitalreligion. Внутри этого поля соседствуют два направления исследований, представленные разработками Х. Кэмпбелл, П. Х. Чон, С.М. Гувера и Н. Аш-Шейби. В перспективе развёрнутого социологического изучения православных цифровых

дискурсов о ритуале методологически релевантными представляются концепция «социорелигиозного форматирования технологий» и типология религиозных онлайн авторитетов Кэмпбелл, концепция «стратегического арбитража» Чон и концепция «цифрового религиозного третьего пространства» Гувера и Аш-Шейби.

В результате проведенного исследования были выявлены те дискурсивные медиа-площадки цифрового православия, на которых обнаруживаются медиа коммуникации о ритуалах и практиках. В число таковых вошли следующие:

- проект «Батюшка онлайн» в его vk.com, Facebook, Instagram версиях;
- православная социальная сеть «Елицы»;
- блоги и влоги священников на YouTube;
- мобильное приложение «Молитва по соглашению»;
- веб-сайт «Мой духовный маяк. Молитва по соглашению»;
- открытый паблик «Мой духовный маяк – о. Владимир Головин» в Facebook.

Подробное обследование номенклатуры цифрового православного ритуала показало, что в онлайн формате обнаруживаются только молебны, требы и проч., которые можно заказать через указанные медиа-локусы. Одним из ключевых направлений исследования должно стать изучение цифровых дискурсов священников-блогеров (теологов-блогеров) и

блогеров-мирян (тео-блогеров) об эпистемическом авторитете и легитимности онлайн православных практик и ритуалов.

Онлайн наблюдение активности проекта «Елицы. Записки» позволяет утверждать, что его исследование позволит более предметно обсуждать специфику цифровизации офлайн православных ритуалов, выражающуюся в их онлайн гибридизации в направлении магико-религиозного расширения. Анализ номенклатуры предлагаемых к заказу молебнов и практик, их текстовых объяснений, позволяет говорить о цифровизации вернакулярного православия, где в единое гибридное целое соединены требы и молебны, установленные по церковной традиции и магические народные ритуалы, оформленные как молебны и требы.

Отдельным направлением медиа исследований цифровизации православного ритуала может стать сравнительно новая коллективная ритуальная практика «молитва по соглашению». В своих различных версиях она выполняет функцию не только коллективно выполняемого ритуала, но и средства религиозного вовлечения паствы. Значимая тема здесь – это уже возникшие и расширяющиеся цифровые дискурсы блогеров-теологов и тео-блогеров об этом ритуале. Их сравнительный анализ может привести к пониманию основных траекторий развития цифрового православного ритуала.

RITUALS IN DISCOURSES OF DIGITAL ORTHODOX CHRISTIANITY: METHODOLOGY AND RESEARCH TRENDS

E.A. Ostrovskaya

Elena A. Ostrovskaya – Doctor of Sciences (Sociology), Professor, Department of Sociology Saint-Petersburg State University. 191124, Saint-Petersburg, Smolnogo str., 1/3, 9 entrance. E-mail: e.ostrovskaya@spbu.ru

Ostrovskaya E.A. 2020. Rituals in Discourses of Digital Orthodox Christianity: Methodology and Research Trends. *Concept: Philosophy, Religion, Culture*. Vol. 4. № 1(13). P. 105–120. <https://doi.org/0.24833/2541-8831-2020-1-13-105-120>

Received: 25.12.2019. Accepted: 03.03.2020.

Conflicts of interest. The author declares absence of conflicts of interest.

Acknowledgements. The research was carried out with the financial support of the RFBR, within the framework of project No 19-011-00871 «Social media as a factor of transformation of Orthodoxy in modern Russia».

Abstract. *In the realities of the millennium the transcendent is banalized – at any moment the user of web 2.0 can find himself in the meditation space of the Buddhist ritual of building a sand mandala or order a moleben in one of the Orthodox churches of the world. The Internet and new media technologies provide an opportunity to host and store data that is potentially accessible to many people. Sacred texts of various religious traditions, rituals and practical instructions to them, liturgies, molebens, magic formulas and so on, are no longer the domain of a narrow circle of charismatic professionals. And that in itself raises the question of authenticity and authority to any user of such information and practices. Are genuine and credible online ritual practices, digitized sacred and teacher texts, symbolic images, icons, tanks, vlogs with detailed instructions on the rules of prayers by agreement or online collective pujas? And, if the adept of the religion is an offline authority to which this question may be forwarded, what should do a neophyte, an interested person or a researcher of religions? The focus of the article is the methodology of studying digital discourse of Orthodoxy concerning the epistemic authority and the legitimacy of online rituals. The author analyzes in detail the key concepts of digital studies interdisciplinary research field. The typology of online religious epistemic authorities by H. Kempbell, the concept of «strategic arbitration» by P.H. Chon and the concept of «religious digital third space» by S. Huve and N.Ash-Sheibiare examined in depth. The results of the author's probing online study of the Orthodox online practices and digital discourse around them are of particular interest. As a final chord, the article offers specific promising directions of online research of digital Orthodox discourse of Orthodoxy. As such, the paper presents the narrative practices of the theological bloggers and theo bloggers, the strategic arbitration of theological bloggers regarding the epistemic authority of the repertoire of variations of the practice of «prayer by agreement» on the digital platforms of the Orthodox social network «Elica» and the mobile application «Prayer by Agreement» and, finally, the hybrid digital proposal on rituals and practices of the network «Elica», «Notes».*

Keywords: digital religion, mediatization of Orthodoxy, digital orthodox ritual, orthodox digital discourse.

References:

- Anderson J. 1999. The Internet and Islam's new interpreters. D.F. Eickelman (Ed.). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere*. Bloomington: Indiana University Press. P. 41-55.
- Campbell H.A. 2006. Religion and the Internet. *Communication Research Trends*. 25 (1). P. 4-6.
- Campbell H.A. 2010. *When religion meets new media*. London: Routledge. 232 p.
- Campbell H. (Ed.) 2013. *Digital Religion: understanding religious practice in new media worlds*. New York: Routledge. 276 p.

- Campbell H.A. (Ed.). 2015. *Digital Judaism: Jewish Negotiations with Digital Media and Culture*. New York, London: Routledge. 213 p.
- Campbell H.A. 2016. Framing the human-technology relationship: How Religious Digital Creatives engage posthuman narratives. *Social Compass*. 63 (3). P. 302-318.
- Campbell H.A., Golan O. 2011. Creating digital enclaves: Negotiation of the Internet among bounded religious communities. *Media, Culture & Society*. 33 (5). P. 709-724.
- Cantoni L., Rapetti E., Tardini S., Vannini S., Arasa, D. 2012. Picture: the Adoption of ICT by Catholic Priests. *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices, Futures*. Ed. by P.H. Cheong, P. Fischer-Nielsen, S. Gelfgren, C. Ess. New York: Peter Lang. P. 131-149.
- Cheong P.H. 2013. Authority. *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Ed. by H.A. Campbell. Abingdon, England; New York: Routledge. P. 72-87.
- Cheong P.H. 2014. Tweet the message? Religious authority and social media innovation. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*. 3 (3). P. 1-19.
- Cheong P.H. 2017. The vitality of new media and religion: Communicative perspectives, practices, and changing authority in spiritual organization. *New media & Society*. 19 (1). P. 25-33.
- Cheong P.H., Huang S., Poon J. 2011. Religious Communication and Epistemic Authority of Leaders in Wired Faith Organizations. *Journal of Communication*. 61 (5). P. 938-958.
- Cheong P. H., Ess C. 2012. Religion 2.0? Relational and hybridizing pathways in religion, social media and culture. *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices, Futures*. Ed. by Cheong P.H., Fischer-Nielsen P, Gelfgren S, et al. New York: Peter Lang. P. 1-24.
- Couldry N, Hepp A. 2016. *The Mediated Construction of Reality: Society, culture, mediatization*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press. 256 p.
- Dawson L., Cowan D. 2004. *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. New York: Routledge. 288 p.
- Evolvi G. 2017. Hybrid Muslim identities in digital space: The Italian blog Yalla. *Social Compass*. 62 (1). P. 43-60.
- Hoover S., Echchaibi N. (Eds.). 2012. *The third spaces of digital religion: A working paper*. Unpublished working paper. Centre for Media, Religion, and Culture. University of Colorado. Boulder. CO.
- Hoover S.M. 2013. Concluding thoughts. Imagining the religious in and through the digital. Campbell H. (Ed.) *Digital Religion: understanding religious practice in new media worlds*. New York: Routledge. P. 104-118.
- Hoover S.M., Echchaibi N. 2014. *Media theory and the «third spaces» of digital religion*. Working paper. Center for Media, Religion, and Culture. 35 p. DOI: 10.13140/RG.2.1.3315.4641
- Golan O., Stadler N. 2016. Building the sacred community online: The dual use of the Internet by Chabad. *Media, Culture & Society*. 38 (1). P. 71-88.
- Golan O., Martini M. 2018. Digital pilgrimage: Exploring Catholic monastic webcasts. *The Communication Review*. 21 (1). P. 24-45.
- Hutchings T. 2017. *Creating church online: Ritual, community and new media* (1st ed.). New York: Routledge. 264 p.
- Kołodziejska 2018. *Online Catholic Communities: Community, Authority, and Religious Individulisation*. New York: Routledge. 142 p.
- Lövheim M. 2013. Identity. *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Ed. by H. Campbell. Routledge: Abingdon, England; New York. P. 41-56. The Body of Christ Online: The Russian Orthodox Church and (Non-) Liturgical Interactivity on the Internet.
- Rheingold H. 1993. *The Virtual Community*. New York: Harper. 480 p.
- Suslov M. 2015. The Medium for Demonic Energies: «Digital Anxiety» in the Russian Orthodox Church. *Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*. № 14. P. 1-25.
- Suslov M. (Ed.). 2016. Digital Orthodoxy in the Post-Soviet World. *The Russian Orthodox Church and Web 2.0*. Stuttgart: Ibidem-Verlag. 350 p.
- Zaleski J. 1997. *The Soul of Cyberspace: How Technology is Changing Our Spiritual Lives*. San Francisco: HarperEdge. 284 p.