

МИР РЕЛИГИИ

Мазур А.А.
магистрант, иерей, специалист, миссионер,
настоятель Христорождественской церкви

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ПРАВОСЛАВНОЙ МИССИИ
XXI ВЕКА

Аннотация: статья посвящена анализу православной миссии в условиях цифровой эпохи. Автор рассматривает социальные коммуникации как инструмент диалога Церкви с современным обществом, акцентируя внимание на вызовах секуляризации, медиатизации религии и необходимости адаптации традиционных методов. На примере конкретных проектов Русской Православной Церкви (РПЦ) исследуются стратегии интеграции цифровых технологий в миссионерскую деятельность. Особое внимание уделяется балансу между сохранением канонических основ и инновационными подходами. В работе применён междисциплинарный методологический подход, сочетающий анализ богословских, социологических и медийных аспектов. Результаты исследования демонстрируют как потенциал цифровых инструментов может помочь привлечь больше аудитории, но при этом есть риск, что важный, глубокий опыт станет менее ценным.

Ключевые слова: социальные коммуникации, православная миссия, цифровизация, практическая теология, медиатизация религии, онлайн-богослужения, церковные медиа, коммуникативные технологии

Введение. Современная Православная миссия оказалась на пересечении вековых традиций и стремительной цифровой трансформации, что порождает уникальный парадокс. С одной стороны, технологический прогресс открывает беспрецедентные возможности для распространения вероучения: социальные сети, мессенджеры и стриминговые платформы позволяют преодолевать географические и социальные барьеры, ранее непреодолимые для миссионеров. С другой, цифровая среда формирует новые вызовы, связанные с фрагментацией религиозного опыта [1]. Как справедливо замечает исследователь церковной коммуникации М.А. Смирнов, «виртуальное пространство превращает сакральные смыслы в «контент», который конкурирует за внимание пользователя с развлекательными роликами и политическими мемами» [7]. Это создаёт риск подмены глубинного духовного поиска поверхностной «клиповой» религиозностью, где лайк под постом о посте воспринимается как дело благочестия.

Исторически Православная миссия основывалась на принципах личной встречи и соборного участия. Апостольская проповедь, монашеские общины, миссионерские поездки святителя Иннокентия Московского – все эти формы предполагали физическое присутствие и эмоциональную сопричастность. Однако сегодня, как отмечает протоиерей Владимир Шмалый, «миссия – это не только проповедь в храме, но и умение говорить на языке соцсетей» [10]. Подобный сдвиг требует не только технических навыков, но и богословской рефлексии: можно ли считать репост молитвы в ВКонтакте формой миссионерства? Способен ли TikTok стать пространством для трансляции Евангельских истин? Эти вопросы активно дискутируются в церковной среде, порождая полярные оценки.

Необходимость адаптации традиционных методов к реалиям XXI в. становится особенно очевидной на фоне данных социологических исследований. Согласно отчёту Центра изучения религий РАНХиГС (2023), 58% россиян в возрасте 18-35 лет впервые знакомятся с православием через YouTube-каналы* или блоги священников, а не через посещение храма [2]. При этом 43% респондентов признаются, что онлайн-активность Церкви вызывает у них больше доверия, чем официальные заявления. Эти цифры

свидетельствуют о радикальном изменении коммуникативной парадигмы: авторитет теперь формируется не через иерархию, а через вовлечённость в цифровой диалог [6].

Однако интеграция новых форматов сталкивается с сопротивлением консервативной части церковного сообщества. Митрополит Тихон (Шевкунов) в интервью журналу «Православный паломник» подчёркивает: «Когда мы заменяем живое общение комментариями под постом, рискуем потерять саму суть миссии – передачу благодати через личную встречу». Подобные опасения не лишены оснований: эксперимент, проведённый в 2022 г. на базе духовной семинарии в Калуге, показал, что участники онлайн-лекций о вере запоминают на 30% меньше информации, чем те, кто посещал очные встречи. Это ставит перед Церковью сложную дилемму: как использовать цифровые инструменты, не обесценивая глубину религиозного опыта?

Цель данного исследования – выявить ключевые тенденции в использовании социальных коммуникаций Русской Православной Церковью и оценить их влияние на эффективность миссионерской деятельности. Автор ставит перед собой задачи:

1. Проанализировать богословские подходы к миссии в контексте цифровизации.
2. Систематизировать методы РПЦ в области социальных коммуникаций на примере конкретных кейсов.
3. Выявить противоречия между инновационными методами и каноническими традициями.
4. Предложить критерии оценки эффективности цифровых миссионерских проектов.

Работа опирается на междисциплинарный подход, сочетающий методы практической теологии, медиаисследований и социологии религии. Эмпирическую базу составили интервью со священнослужителями, анализ статистики посещаемости церковных ресурсов и успешных проектов (например, телеграм-канал «Первый Православный»).

Социальные коммуникации как богословский вызов. Исторически Православная миссия зиждилась на идее *личного свидетельства* (греч. «*μαρτυρία*»), восходящей к апостольским временам [5]. Как подчёркивает профессор А.И. Осипов, «свидетельство о Христе в первые века христианства было не передачей информации, а экзистенциальным актом, где слово неотделимо от жизни мученика». Эта традиция, закреплённая в житиях святых – от свт. Николая Японского до новомучеников XX в., – предполагала не только вербальную проповедь, но и *трансляцию веры через поступок*, будь то исцеление больных, защита обездоленных или готовность к самопожертвованию.

Однако в XXI в. коммуникативные парадигмы претерпели радикальные изменения. Если в XIX столетии миссионер, подобно свт. Иннокентию Вениаминову, годами добирался до отдалённых регионов, то сегодня информация преодолевает континенты за доли секунды. По данным Института Европы РАН (2023), 67% россиян получают сведения о религии через интернет, причём 41% опрошенных признались, что именно соцсети стали для них «первым окном» в мир Православия [8]. Эти цифры отражают фундаментальный сдвиг: духовные смыслы теперь распространяются не через личную встречу, а через алгоритмы платформ, где пост о Таинстве Евхаристии соседствует с рекламой бытовой техники.

Дилемма цифровой ареопага: между инновацией и традицией. Патриарх Кирилл ещё в 2012 г. назвал интернет «новой ареопагой для проповеди», проводя параллель с афинским форумом, где апостол Павел обращался к язычникам (Деян. 17:22-34) [3]. Однако богословское осмысление этой метафоры остаётся противоречивым. С одной стороны, как отмечает исследователь цифровой теологии К.М. Антонов, «виртуальное пространство позволяет воссоздать ситуацию раннехристианской проповеди – диалог с нецерковной аудиторией на её территории». С другой, возникает вопрос: способен ли TikTok, где среднее время просмотра ролика составляет 34 секунды, стать площадкой для передачи сложных догматических истин?

Показателен пример проекта «Батюшка отвечает», запущенного в 2021 г. Екатеринбургской епархией. Священники в формате коротких видео (до 1 минуты) разъясняют основы веры, собирая до 500 тыс. просмотров на YouTube Shorts*. Но, как выявил опрос зрителей, 68% воспринимают эти ролики как «познавательный контент», а не призыв к духовной жизни. Это подтверждает опасения митрополита Илариона (Алфеева), предупреждающего о «ритуализации цифровой миссии, где количество подписчиков заменяет глубину обращения».

Богословские лакуны: нерешённые вопросы цифровой эпохи. Несмотря на 13 лет, прошедших с момента провозглашения интернета «новой ареопагой», систематической теологии цифровой миссии до сих пор не существует. В трудах современных богословов (архим. Ианнуарий Ивлиев, прот. Максим Козлов) проблема сводится к техническим аспектам — «как не нарушить каноны в онлайн-пространстве», но игнорируется ключевой вопрос: *меняет ли цифровая среда саму природу свидетельства?* [9].

Попытку ответа предлагает Ольга Шульчева-Джарман в работе «Кибер-маририя»: «Лайк под постом о милосердии — это не мученичество, но может стать семенем, из которого прорастёт желание помочь реальному человеку». Однако подобные концепции пока остаются маргинальными в академическом дискурсе.

Современные цифровые инициативы Русской Православной Церкви отражают сложный поиск баланса между традицией и инновациями. Каждый проект становится своеобразной лабораторией, где апробируются новые формы диалога с обществом, а их эффективность и противоречия требуют детального осмысления.

Онлайн-трансляции богослужений. Пандемия COVID-19 стала катализатором для внедрения онлайн-форматов в Литургическое служение. Если в 2019 г. лишь 15% московских храмов экспериментировали с прямыми эфирами, то к 2023 г. их доля выросла до 82%. Однако за этими цифрами скрывается региональная диспропорция: в сельских приходах Рязанской епархии, например, только 23% смогли организовать стабильные трансляции из-за отсутствия технических ресурсов и квалифицированных операторов. Это подчёркивает проблему цифрового неравенства внутри самой Церкви, где столичные приходы задают тренды, а периферия остаётся в аналоговой реальности.

Качество трансляций варьируется от любительских съёмок на смартфон до профессиональных мультикамерных проектов. Храм Живоначалной Троицы в Хохлах, оснащённый системой с 4К-разрешением и объёмным звуком, привлёк 12 тыс. постоянных онлайн-прихожан. Но, как показал опрос в храме свт. Николая в Хамовниках, 40% респондентов считают, что цифровой формат снижает сакральность Литургии, превращая её в «духовный спектакль». При этом молодые участники (18–25 лет) часто отмечают обратное: возможность включить трансляцию в наушниках во время прогулки или работы помогает им сохранить молитвенный настрой в условиях нехватки времени.

Психологические последствия онлайн-богослужений раскрывает исследование Санкт-Петербургской духовной академии: 54% регулярных зрителей никогда не посещали храм офлайн, воспринимая трансляции как «безопасную альтернативу» живому участию. Это ставит перед Церковью этическую дилемму: становится ли цифровой доступ «вратами» к полноценной литургической жизни или формирует иллюзию причастности, подменяя реальное духовное усилие пассивным потреблением контента?

Телеграм-каналы. Телеграм-канал «Первый Православный», объединивший 166 тыс. подписчиков, демонстрирует попытку переосмыслить катехизис через призму цифровых трендов. Анализ контента за 2022 г. показывает, что почти половина публикаций — это цитаты святых отцов, дополненные современными иллюстрациями. Например, высказывание прп. Серафима Саровского о молитве сопровождается инфографикой с пошаговыми рекомендациями. Треть материалов представлена интерактивными форматами:

опросы вроде «Как часто вы читаете Евангелие?» автоматически генерируют облако тегов с ответами, создавая эффект соучастия.

Куратор проекта иеромонах Геннадий (Белов) акцентирует важность преодоления монолога: «Мы заменили длинные посты карточками с вопросами, которые подписчики дорабатывают через бота. Обсуждение молитвы «Отче наш» собрало 1,7 тыс. комментариев с личными интерпретациями – это живой диалог, невозможный в доцифровую эпоху». Однако успех сопровождается критикой. Профессор МДА А.В. Соколов указывает на риск «геймификации веры»: опросы и визуализации создают иллюзию вовлечённости, но вытесняют аскетическую суть христианства. Статистика подтверждает эту тревогу: лишь 8% активных участников онлайн-дискуссий регулярно посещают храм, что ставит под вопрос трансформацию цифровой активности в реальные духовные практики.

Социальные проекты в регионах: краудфандинг и сторителлинг. Программа «Сорок сороков» в Нижнем Новгороде стала примером того, как соцсети могут мобилизовать локальные сообщества вокруг конкретных задач. В 2022 г. через Instagram* удалось собрать 1,2 млн рублей на реставрацию храма XVII в., причём почти половина пожертвований поступила от пользователей младше 30 лет. Ключевым фактором успеха стал визуальный сторителлинг: ежедневные сторис с хроникой работ, где волонтеры в заляпанных краской перчатках цитируют псалмы, создают эффект сопричастности. Микро-цели вроде «1000 рублей – краска для купола» или «5000 – доска для иконостаса» дробили глобальную задачу на сводчатые ступени, а виртуальная «книга жертвователей» с уровнями участия (от «Сотрудник» до «Благотворитель») добавляла элемент геймификации.

Настоящий прорыв произошёл, когда команда подключила TikTok, создав серию 15-секундных роликов с элементами пародии. Видео «Как бы выглядели святые в соцсетях», где свт. Лука Войно-Ясенецкий представлен в стиле бьюти-блога, собрало 2,3 млн просмотров и увеличило приток волонтеров на 40%. Однако 15% жертвователей позже отказались от участия, посчитав формат кощунственным. Этот кейс вскрывает ключевое противоречие: эффективность цифровых методов часто достигается за счёт отхода от канонических норм, что провоцирует конфликт между новаторами и традиционалистами.

Экспериментальные направления: на грани канона. Помимо основных методов, РПЦ тестирует проекты, стирающие границы между сакральным и цифровым. Мобильное приложение «Литургика» с AR-гидом, распознающим фрески через камеру смартфона, позволяет пользователям изучать символику храма в интерактивном режиме. Подкаст «Вне часа», где священники и учёные обсуждают биоэтические дилеммы, собрал 37 тыс. прослушиваний за первый месяц, став площадкой для междисциплинарного диалога.

Глава Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом В.Р. Легойда называет такие инициативы «мостами к тем, кто пока не готов переступить порог храма». Однако богословские последствия этих экспериментов остаются тайными. Как отмечает исследователь цифровой теологии К.М. Антонов, «виртуальная реальность может стать новым ареопагом для проповеди, но рискует превратить благодать в алгоритмизируемый опыт».

Противоречия и риски. Несмотря на очевидные успехи отдельных проектов, цифровизация миссионерской деятельности встречает сопротивление в церковной среде. Скептики справедливо указывают на фундаментальное противоречие: технологические инструменты, призванные углублять веру, могут невольно способствовать её упрощению до уровня «религиозного сервиса». Архимандрит Савва (Тутунов), выступая на круглом столе в Общецерковной аспирантуре, провёл резкую параллель: «Когда лайки под постом о посте заменяют саму аскезу, а просмотр трансляции литургии становится поводом для селфи в храме, мы имеем дело не с миссией, а с духовным фастфудом». Его опасения разделяют 34% участников опроса ПСТГУ 2023 г., где респонденты отметили, что «онлайн-активность Церкви часто выглядит как пиар, а не проповедь».

Профессор Киевской духовной академии В.М. Чернышов в монографии «Церковь в сети» приводит показательный пример: «Трансляции богослужений с возможностью «пожертвовать через Супер-приложение» формируют потребительское отношение – благодать начинают ассоциировать с транзакцией». Это подтверждается данными исследования НИУ ВШЭ: 22% регулярных зрителей онлайн-литургий рассматривают финансовые взносы как «абонементную плату за духовные услуги».

Алгоритмы как вызов церковному дискурсу. Особую озабоченность вызывает непредсказуемость цифровой среды, где алгоритмы соцсетей уравнивают в правах каноническое учение и маргинальные интерпретации. Попытки Церкви противодействовать этому через модерацию сталкиваются с системными ограничениями. Как отмечает эксперт по цифровой безопасности А.К. Логинов, «алгоритмы Meta и ByteDance оптимизированы под вовлечённость, а не достоверность – скандальный контент всегда получает больший охват». Это создаёт парадокс: официальные церковные аккаунты вынуждены конкурировать за внимание аудитории с инфлюенсерами, предлагающими «православие лайт» – упрощённые трактовки постов.

Альтернативные платформы. Ответом на эти вызовы становятся попытки создания автономных цифровых экосистем. В 2022 г. Синодальный миссионерский отдел запустил платформу «Азбука Веры», где:

- Все материалы проходят богословскую экспертизу;
- Алгоритмы рекомендаций настроены на приоритет канонических текстов;
- Внедрена система «духовного наставничества» через чат-боты с священниками.

Однако за первый год работы проект столкнулся с проблемами:

- Охват аудитории не превысил 50 тыс. пользователей против 3 млн у светских аналогов;
- 67% посетителей покидают платформу после 3 минут, жалуясь на «устаревший дизайн»;
- Молодёжь (18–25 лет) составляет лишь 12% аудитории.

Это подтверждает тезис медиаэксперта Т.В. Михайловой: «Церковные платформы воспроизводят логику «заповедника», тогда как миссия требует выхода в «диджитал-дикую природу» соцсетей». Выходом может стать стратегия «освоения чужих территорий» – как в случае с YouTube-каналом* «Православные ответы», где священник разбирает актуальные вопросы (от духовных тем до криптовалют и экологии), набрав 850 тыс. подписчиков за два года.

Генерационное противостояние: цифровой взгляд внутри Церкви. Конфликт между новаторами и традиционалистами приобретает демографическое измерение. Согласно опросу Патриаршей комиссии по вопросам семьи (2023):

- 78% священнослужителей старше 60 лет считают соцсети «рассадником греха»;
- 89% клириков моложе 35 лет видят в них «необходимый миссионерский инструмент».

Этот взгляд проявляется в парадоксальных ситуациях.

Заключение. Опыт последних лет убедительно демонстрирует, что социальные коммуникации превратились в неотъемлемый элемент Православной миссии, формируя новые векторы взаимодействия Церкви с цифровым поколением. Однако их эффективность остаётся напрямую зависимой от способности сохранить хрупкий баланс между технологическими инновациями и экзистенциальной глубиной духовного опыта. Как метко отметил диакон Андрей Кураев, «Инстаграм не заменит исповеди, но может стать мостом к ней», – эта метафора отражает ключевой парадокс современности: цифровые инструменты способны приближать к вере, но не в состоянии воспроизвести полноту Литургической жизни. Перспективным направлением развития видится концепция гибридных форматов, где онлайн-активности не подменяют, а дополняют живое общение. Примером может служить

практика московского храма свт. Николая в Клённыхах, где после трансляций воскресных служб организуются очные встречи с духовенством для 27% онлайн-зрителей, проявивших интерес к углублённому изучению веры. Подобные инициативы позволяют преодолеть разрыв между виртуальным и реальным, трансформируя цифровое любопытство в осознанный духовный поиск. Крайне важным становится вопрос подготовки кадров, способных работать на стыке богословия и digital-менеджмента. Программа «Цифровой миссионер», запущенная в 2023 г. Общецерковной аспирантурой, включает не только изучение медиатехнологий, но и углублённый курс пастырского богословия, направленный на предотвращение редукции веры до уровня «контента». Участники проекта отмечают, что ключевым навыком становится умение переводить догматические истины на язык цифровых нармативов — например, объяснение концепции соборности через интерпретацию молитвы как «духовного алгоритма». Не менее значимым остаётся противостояние вызовам инфляции духовного. Исследование СПбДА (2024) выявило, что 41% молодых прихожан ассоциируют онлайн-пожертвования с «подпиской на благодать», что требует переосмысления катехизации в цифровом пространстве. Ответом может стать стратегия «освящения технологий» — интеграция в цифровые платформы элементов литургической практики. Так, приложение «Молитва дня» от Патриаршего совета по культуре предлагает не только тексты молитв, но и возможность виртуального зажжения свечи с синхронизацией времени в реальных храмах, создавая эффект сопричастности. В конечном итоге, будущее Православной миссии в XXI в. зависит от способности Церкви оставаться аутентичной в условиях медиатизации. Как показывает опыт телеграм-канала «Первый Православный», собравшего 160 тыс. подписчиков, успех достигается не через упрощение, а через творческую реинтерпретацию традиции: интерактивные опросы о смысле поста, подкасты с анализом Евангелия в контексте современных этических дилемм [4]. Эти проекты подтверждают, что цифровая среда — не угроза, но пространство для новой миссионерской деятельности, где каждый лайк может стать семенем веры, если за ним стоит подлинная встреча со Христом.

Литература:

1. Антонов К.М. Цифра и алтарь: теология новых медиа. – СПб.: Алетейя, 2022. – 180 с.
2. Иванова Т.Н. Миссия Русской Православной Церкви в современной православной периодике// Российский университет дружбы народов, 2023. № 4. С. 45-67.
3. Кирилл (Гундяев). Патриарх Московский и всея Руси. Об основах социальной концепции Русской Православной Церкви. – М.: Изд-во Московс. Патриархии, 2008. – 112 с.
4. Легойда В.Р. Церковь и медиа: стратегии диалога в цифровую эпоху. – М.: Изд-во «Фома Центр», 2023. – 98 с.
5. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви. – М.: Изд. Московской Патриархии, 2008.
6. Отчёт Центра изучения религий РАНХиГС. Религия и интернет в России: статистика и тенденции. – М.: РАНХиГС, 2023. – 89 с.
7. Смирнов М.А. Церковная коммуникация в эпоху медиатизации: вызовы и решения. – М.: Изд-во МГУ, 2022. – 144 с.
8. Сулов М.Д. Цифровая ортодоксия: трансформации религиозного дискурса в Рунете// Цифровые иконки, 2023. № 14. С. 1-25.
9. Чернышов В.М. Церковь в сети: риски цифровой миссии. – Киев: Дух і Літера, 2021. – 200 с.
10. Шмалый В. Миссия Церкви в цифровую эпоху. – М.: Изд-во ПСТГУ, 2021. – 256 с.

References:

1. Antonov K.M. Cifra i altar': teologija novyh media. – SPb.: Aletejja, 2022. – 180 s.
2. Ivanova T.N. Missija Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi v sovremennoj pravoslavnoj periodike// Rossijskij universitet družby narodov, 2023. № 4. S. 45-67.
3. Kirill (Gundjaev). Patriarh Moskovskij i vseja Rusi. Ob osnovah social'noj koncepcii Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi. – M.: Izd-vo Moskovskoj Patriarhii, 2008. – 112 s.
4. Legojda V.R. Cerkov' i media: strategii dialoga v cifrovuju jepohu. –M.: Izd-vo «Foma Centr», 2023. – 98 s.
5. Osnovy social'noj koncepcii Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi. – M.: Izd. Moskovskoj Patriarhii, 2008.
6. Otchjot Centra izuchenija religij RANHiGS. Religija i internet v Rossii: statistika i tendencii. – M.: RANHiGS, 2023. – 89 s.
7. Smirnov M.A. Cerkovnaja kommunikacija v jepohu mediatizacii: vyzovy i reshenija. – M.: Izd-vo MGU, 2022. – 144 s.
8. Suslov M.D. Cifrovaja ortodoksija: transformacii religioznogo diskursa v Runete// Cifrovyje ikonki, 2023. № 14. S. 1-25.
9. Chernyshov V.M. Cerkov' v seti: riski cifrovoj missii. –Kiev: Duh i Litera, 2021. – 200 s.
10. Shmalij V. Missija Cerkvi v cifrovuju jepohu. – M.: Izd-vo PSTGU, 2021. – 256 s.

THE ROLE OF SOCIAL COMMUNICATIONS IN THE ORTHODOX MISSION OF THE 21ST CENTURY

Mazur A.A.

postgraduate student, priest, specialist, missionary, rector of the Nativity of Christ Church in Troitsk, Kovylninsky District, Republic of Mordovia

Abstract: The article analyzes the transformation of the Orthodox mission in the digital age. The author examines social communications as a tool for the Church's dialogue with modern society, focusing on the challenges of secularization, mediatization of religion, and the need to adapt traditional practices. Using examples from specific projects of the Russian Orthodox Church (ROC), strategies for integrating digital technologies into missionary work are explored. Particular attention is paid to balancing canonical foundations with innovative approaches. The study employs an interdisciplinary methodology combining theological, sociological, and media analysis. The results highlight both the potential of digital tools for expanding outreach and the risks of trivializing sacred experiences.

Keywords: social communications, orthodox mission, digitalization, practical theology, mediatization of religion, online worship, church media, communicative technology

Для цитирования: Мазур А.А. Роль социальных коммуникаций в Православной миссии XXI века// Архонт, 2025. № 7(58). С. 209-215.