

ПРАКТИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ХРИСТИАНСКОЙ МИССИИ В ИНТЕРНЕТ- ПРОСТРАНСТВЕ: КАНОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Священник Виктор Ленок

аспирант кафедры церковно-практических
дисциплин Московской духовной академии
141300, Московская область, г. Сергиев Посад,
Троице-Сергиева Лавра, Академия
victorlenok@yandex.ru

Для цитирования: *Ленок В. И., свящ.* Практическое направление христианской миссии в интернет-пространстве // Праксис. 2022. № 2 (9). С. 108–115. DOI: 10.31802/PRAXIS.2022.9.2.009

Аннотация

УДК 2-747 (2-762)

В настоящем исследовании предпринимается попытка анализа современного состояния христианской миссии в интернет-пространстве. Исследуется вопрос возможности согласования канонов Православной Церкви с особенностями современного мира высоко развитых технологий. Предлагаются пути этого согласования, исключающие прямое нарушение канонов или пренебрежение ими, но в то же время учитывающие те преимущества, которые дает интернет миссионеру и проповеднику Евангелия в XXI веке. Выделяются основные проблемные сферы миссионерской деятельности в современной России. На основе уникальности интернет-пространства как средства межличностной коммуникации предлагаются новые принципы интернет-миссии, потенциально решающие проблемы «уязвимых» на данный момент сфер отечественной миссионерской деятельности. В качестве одного из подходов к реализации данных принципов предлагается использовать определенные маркетинговые методы, суть и возможности применения которых подробно рассматриваются.

Ключевые слова: миссия, православная миссия, православная миссия в Интернете, интернет-миссия, интернет-пространство, каноны Православной Церкви, канонические границы православной миссии, публичная проповедь, проповедь в Интернете.

Practical direction of the Christian mission in the Internet space: the canonical aspect

Priest Victor Lenok

PhD Student at the Department
of Ecclesiastical and Practical Disciplines
at the Moscow Theological Academy
Academy, Holy Trinity-St. Sergius Lavra,
Sergiev Posad 141300, Russia
victorlenok@yandex.ru

For citation: Lenok Victor, priest. "Practical direction of the Christian mission in the Internet space: the canonical aspect". *Praxis*, № 2 (9), 2022, pp. 108–115 (in Russian). DOI: 10.31802/PRAXIS.2022.9.2.009

Abstract. The present study attempts to analyze the current state of the Christian mission in the Internet space. The question of the possibility of harmonizing the canons of the Orthodox Church with the features of the modern world of highly developed technologies is being investigated. Ways of this coordination are proposed, excluding direct violation of the canons or neglect of them, but at the same time taking into account the advantages that the Internet gives to the missionary and preacher of the Gospel in the 21st century. The main problem areas of missionary activity in modern Russia are singled out. Based on the uniqueness of the Internet space as a means of interpersonal communication, new principles of the Internet mission are proposed, potentially solving the problems of currently "vulnerable" areas of domestic missionary activity. As one of the approaches to the implementation of these principles, it is proposed to use certain marketing methods, the essence and possibilities of which are considered in detail.

Keywords: mission, Orthodox mission, Orthodox mission on the Internet, Internet mission, Internet space, canons of the Orthodox Church, canonical boundaries of the Orthodox mission, public sermon, preaching on the Internet.

Канонический аспект в отношении миссии в интернет-пространстве мы можем рассматривать достаточно условно, так как реалии времени формирования церковного права не имели такого информационного и технического наполнения, как сейчас. Тем не менее, мы не можем говорить, что церковные каноны архаичны и требуют обновления в угоду веку сему — *Иисус Христос вчера и сегодня и веки Тот же* (Евр. 13:8).

Нам известно, что 20-ое правило Трулльского собора запрещает епископам проповедовать вне своих епархий¹. Это нормальная практика того времени — привязывать епископа к своему церковно-административному округу, частые визиты в соседние епархии не одобрялись, тем самым делался акцент на установление основательных духовных связей епископа со своей общиной. В век информационных технологий епископ, проповедующий с амвона своей епархии, становится «достоянием» общественности — его проповедь транслируют широкой аудитории. «Фарисейский» подход увидел бы в этом нарушение правила вышеупомянутого собора, но мы понимаем, что в современных условиях это неизбежно. Польза же при этом очевидна — Благоветие звучит больше и чаще.

Важным критерием оценки христианской проповеди в Интернете является её содержание. Обращаясь к 19 правилу Трулльского собора, можно найти множество указаний на цель и способы изложения проповеди в церковном собрании и для народа². Проповедь должна основываться на Священном Писании и святоотеческой традиции, быть доступной для понимания и лишённой вольной интерпретации Слова Божия.

Из всего этого следует, что проповедь пастырей в интернет-пространстве должна быть сконцентрирована на Писании и его толковании. Однако современное пространство зачастую отторгает как устаревшие или нефункциональные в новой реальности слова Евангелия. В связи с этим, проповедь вынужденно актуализируется. Методы святоотеческого и архаического гомилетического построения отходят на второй план, к затрагиваемой проблематике подключаются современные события и личный опыт.

С точки зрения канона, такой подход предосудителен. Однако, если рассматривать примеры той же святоотеческой экзегезы, можно

1 *Дионисий Александрийский, смчч.* Каноническое Послание к епископу Василиду. URL: https://azbyka.ru/otechnik/Dionisij_Aleksandrijskij/k_vasilidu/.

2 *Никодим (Милаш), еп.* Правила Святых Апостолов и Вселенских соборов с толкованиями. Т. 1. М., 2001. С. 127.

встретить весьма большое количество отсылок на современные им политические и исторические события, а также привлечение личного опыта и проекцию личных взглядов на конкретную ситуацию. Безусловно, сравнение ныне здравствующих пастырей со святыми отцами древности затруднительно по целому ряду причин, однако сама парадигма проповеди последних доступна для имплицитного употребления в нынешнее время.

Необходимость донесения образов и сути Евангелия требует подчас отступления от конкретно написанного слова на языке оригинала. Это становится допустимым потому, что не только сугубо историчная последовательность буквенных символов является способом сохранения и передачи Благовестия, но и его дух (см., например: *Он дал нам способность быть служителями Нового Завета, не буквы, но духа, потому что буква убивает, а дух животворит* (2Кор. 3:6)).

Иными словами, в современных условиях действия древних канонических правил оказываются неполными: как когда-то в круг компетенций пресвитеров вошла проповедь (изначально бывшая прерогативой епископов), так и теперь среда медиапространства указывает на необходимость перемен. Безусловно, Православная Церковь не может отменять принятые на Соборах каноны, однако необходимо трезво относиться к меняющимся окружающим условиям и адаптироваться к ним для совершенствования исполнения главной цели Церкви — донесения Евангелия. В настоящее время можно встретить как противников (опирающихся на букву канонов, функционал которых оказывается фактически исчерпан при переходе в интернет-пространство), так и сторонников (считающих медиаплатформы удобными и достойными для ведения проповеди) использования Интернета для ведения церковной проповеди. Это разделение не может быть преодолено единократным волевым решением, поэтому необходимо соборное рассуждение и тщательный анализ имеющихся данных, полученных благодаря опыту современных миссионеров.

В Концепции миссионерской деятельности Русской Православной Церкви современное состояние проповеднического поля формулируется так: «Вопрос о состоянии современного миссионерского поля является ключевым для определения направления, методов и способов развития православной миссии. За последние 800 лет Русская Православная Церковь никогда еще не оказывалась перед необходимостью совершения апостольской проповеди в таких масштабах, когда миссионерское поле вобрало в себя миллионы людей, освободившихся из-под ига безбожной

идеологии, проживающих на громадных территориях, со своей культурно-исторической спецификой. Возникла парадоксальная ситуация необходимости «второй христианизации» народов, живущих на территории пастырской ответственности Русской Православной Церкви, и масштабы этой «второй христианизации» беспрецедентны»³.

На наш взгляд, на сегодняшний день можно выделить следующие основные проблемные сферы миссионерской деятельности в России:

- 1) Приращение культуuroобразующего фактора Православия в истории русского народа.
- 2) Отсутствие реального представления о Православии у большинства граждан России. Религия часто воспринимается как комплекс кульгово-ритуальных услуг.
- 3) Переизбыток информации — в том числе на православных порталах — ведет к обесцениванию слова.
- 4) Неправильная расстановка приоритетов в миссионерской деятельности. Акцент смещен в сторону малозначащих или вторичных вещей в православной традиции.

Уникальность современного миссионерского поля, а также уникальность интернет-пространства как средства межличностной коммуникации, стимулируют православное просветительское сообщество к выработке иных подходов и принципов. На наш взгляд, они должны быть следующими:

- 1) Христоцентричность. В центре миссии — только Христос и Его спасительное учение.
- 2) Ненасильственность. Уважение к личностной свободе. Полное отсутствие манипулятивных и пропагандистских приемов в миссионерской деятельности.
- 3) Универсальность. Миссионерские послания должны быть понятны практически для всех.
- 4) Адресность. Необходимо чувствовать настрой аудитории и конкретного человека и говорить о тех вещах, которые интересуют в данный момент.

В качестве одного из подходов к реализации данных миссионерских принципов нами предлагается использовать определенные

3 Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви // Официальный сайт Русской Православной Церкви. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/220922.html>.

маркетинговые методы, в том числе приемы интернет-маркетинга, клиентоориентированной психологии и т. д. Для удобства предлагается обратиться к классическому маркетинговому подходу 4P (product, place, price, promotion).

Продукт (product). Будет представлять информационное послание, которое мы формируем для конкретного объекта с учетом его духовной зрелости. Например, говорить о церковных таинствах, их благодатной силе человеку неверующему или околоцерковному бесполезно, ему могут быть интересны темы философского или психологического характера.

Место (place). Место — это информационная площадка, посредством которой мы транслируем миссионерские «меседжи». Например, специализированный портал, группа в социальной сети и т. д.

Цена (price). «Цена», которую человек должен заплатить за «Продукт». В данном случае это будет время, которое человек готов потратить. Последнее зависит уже от волевых усилий того, кто живо интересуется вопросами веры.

Продвижение (promotion). Очень важный аспект миссионерской деятельности. В огромном информационном потоке христианские, миссионерские послания должны быть интересны и находить отклик. Это вопрос разработки привлекательного сайта, портала, социальной сети и т. д.

Рассмотрим «Продукт» более детальным образом. Предлагается выделить 4 основных типа информационных сообщений:

- 1) **Послание.** Это передача информации для широкой аудитории от конкретного субъекта (миссионера, проповедника).
- 2) **Обсуждение, дискуссия.** Передача «от одного к одному» или «от нескольких к нескольким». Подразумевает личное общение и разрешение вопросов веры. В том числе апологетические дискуссии, которые могут иметь форму искусственно созданных диалогов или ответов на наиболее распространенные вопросы.
- 3) **Со-житие.** Передача событий из церковной жизни: освящение храма, открытие монастыря, торжества, службы, деятельное участие прихожан в жизни прихода и т. д.
- 4) **Доказательство.** Апологетическое направление. Целевая аудитория — сомневающиеся и ищущие веры.
- 5) **Представляется необходимым провести классификацию форм просветительской деятельности в сети Интернет по используемым средствам («Место»):**

- 6) Официальные сайты, проекты, форумы, аккаунты и группы в социальных сетях, ведущие свою деятельность с благословения священноначалия.
- 7) Духовно-просветительские сайты, проекты, форумы, аккаунты и группы в социальных сетях.
- 8) Тематические православные сайты, проекты, форумы, аккаунты и группы в социальных сетях.
- 9) Просветительская деятельность (написание статей и комментирование) на православных сайтах, проектах, форумах, аккаунтах и группах в социальных сетях на различную богословскую и общественно-политическую тематику (оценочные суждения с точки зрения христианского вероучения).

Касаясь вопроса времени, которое человек готов потратить («Цена»), необходимо отметить три существенных фактора, повышающих шансы успешной миссионерской деятельности в интернет-пространстве:

- легкость получения информации (например, высокая позиция в поисковой выдаче; продуманная «инфраструктура» сайта),
- адресность информации (человек получает ответ на свой конкретный вопрос на понятном ему языке),
- легкость усвоения информации (полученная информация легко и быстро понимается и усваивается, в том числе благодаря графическим средствам и дизайну).

«Продвижение» необходимо для того, чтобы миссионерские информационные ресурсы не только не померкли, но и выделялись в сетевом пространстве. Для этой цели существует целый спектр средств, связанных с поисковой оптимизацией, ссылочным весом, продвижением сайтов и т. д. Продвижение просветительских, миссионерских ресурсов может иметь несколько направлений:

- 1) Продвижение для поисковых сервисов. Эффективность продвижения информационного ресурса в поисковой системе зависит от правильности содержания и оформления текста (с точки зрения алгоритма поиска — SEO-оптимизация), а также от количества ресурсов, ссылающихся на данный ресурс (цитируемость). Чем выше цитируемость и чем точнее поисковый запрос соответствует содержанию, тем выше сайт будет располагаться в списке, выдаваемом поисковым сервисом. С одной стороны, это требует реальных интеллектуальных

- усилий над качеством миссионерского материала (цитируемость часто зависит именно от этого). С другой стороны, в текст необходимо закладывать фразы, содержащие наиболее часто встречающиеся поисковые запросы. Это требует создание профессиональной команды и финансовых затрат.
- 2) Продвижение в социальных сетях. Продвижение в социальных сетях может быть как платным, когда социальная сеть показывает информацию о проекте целевой группе пользователей, определяемой по ряду критериев, так и бесплатным, то есть продвижение за счет собственной активности, в том числе в целевых группах, сообществах, ведении диалогов и т. д.
 - 3) Продвижение через тематические ресурсы. Размещение на тематических ресурсах баннеров и ссылок на ресурс, а также общение на форумах и в комментариях⁴.

Таким образом, эффективность миссии в интернет-пространстве зависит от правильной постановки приоритетов в освещаемых темах, выстраивания четкой методологии миссии, ясного определения целей и задач, методов их достижения. Важна и внешняя подача информационного материала, в этом отношении миссионерские ресурсы должны быть конкурентоспособными.

Источники

- Березин Д., свящ.* Миссия в интернете. [Электронный ресурс]. URL: <https://mosmit.ru/library/vedomosti/76/1675/> (дата обращения 14.09.2022).
- Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви // Официальный сайт Русской Православной Церкви. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/220922.html> (дата обращения 13.09.2022).
- Дионисий Александрийский, сщмч.* Каноническое Послание к епископу Василиду. [Электронный ресурс]. URL: https://azbyka.ru/otechnik/Dionisij_Aleksandrijskij/k_vasilidu/ (дата обращения 14.09.2022).

Литература

- Никодим (Милаш), еп.* Правила Святых Апостолов и Вселенских соборов с толкованиями. Т. 1. М.: Отчий дом, 2001.

4 *Березин Д., свящ.* Миссия в интернете. URL: <https://mosmit.ru/library/vedomosti/76/1675/>