

**ПРАВОСЛАВНОЕ МИССИОНЕРСТВО В ИНСТАГРАМЕ  
КАК РАЗВИТИЕ АДРЕСАТОЦЕНТРИЧЕСКОГО ПОДХОДА  
В МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**Невельская-Гордеева Елена Петровна,**

Национальный юридический университет имени Ярослава Мудрого  
(г. Харьков, Украина)

*В работе рассматривается использование возможностей инстаграм православными миссионерами благодаря использованию адресатоцентрического подхода, что позволяет готовить публицистический контент под потребности и ожидания определенной аудитории. Предлагается типология инстаграм-блоков; утверждается обусловленность публикаций не только интенциями авторов, но и желаниями адресатов на доступное получение актуальной для них информации, изучаются цели выхода в публичное интернет-пространство.*

Современная жизнь уже немыслима без интернета. Свои сайты имеют не только епархиальные управления, но и храмы, и монастыри. Возможности интернета расширяются ежегодно, и кроме официальных сайтов появляются открытые группы и сообщества в вайбере и в телеграме, в фейсбуке и в инстаграме. Стремительное расширение цифровых технологий приводит к тому, что даже ярые противники использования интернета православными допускают использование цифровых технологий в определенных вопросах.

Так, в завещании схиархимандрита Зосимы (Сокур), основателя двух обителей: Успенского Свято-Васильевского мужского и Успенского Свято-Николаевского женского монастырей, говорится: «телевизоров и прочей сатанинской видеотехники в монастыре никогда не должно быть» [1], однако сегодня в интернете присутствует действующий сайт монастыря, и развивающийся ютуб-канал Свято-Васильевской обители.

Использование возможностей интернет-сети православными христианами крайне разнообразно. В первую очередь это документальные и художественные фильмы на религиозные темы, затем новостные каналы, православные сайты, живые журналы и аналитические порталы, телеграм каналы, фейсбук, видео-лекции и записи встреч. К перечисленному многообразию добавились прямые трансляции служб – литургий, вечерних, молебнов и панихид, а также активно стал осваиваться инстаграм, дающий возможность не только выкладывать фотографии, видео, тексты, но и проводить прямые трансляции, видеоконференции, осуществляют мгновенную переписку, как в личных сообщениях, так и публично.

Сразу заметим, что предлагаемые интернет-ресурсы быстро находят свою аудиторию. Ситуация, о которой повествует Андрей Кураев, была актуальна лет 20 назад и ранее: православного миссионера пригласили выступить перед преподавательской аудиторией. По ходу беседы ему необходимо говорить и о бесах. Однако миссионер по своему опыту знает, что реакция университетских сотрудников на слова о существовании бесов всегда крайне негативная: «да что про бесов сейчас всерьез говорит! Да это же средневековье какое-то, остатки инквизиции, проявление охоты на ведьм». А вот «космическая энергия», «био-энерго-информационное поле» – такая терминология удивления не вызывает. Предвидя это, миссионер говоря о бесах, использует понятия, не вызывающие отторжения у университетской публики: «мировое трансцендентальное ноуминально-космическое тоталитарное персонализированное зло». В этот момент из-за стола выплывает бес и спрашивает: «Как ...? Как ты меня назвал?» [2, с. 286].

Исследователями медийного пространства вводится особое понятие – «кадресатоцентрический подход» [3, с. 10], задающее особые направления журналистского дискурса – коммуникативно-прагматический и антропоцентрический подходы изучения, позволяющее говорить о первичности аудитории, ее запросов и ожиданий.

Священников, которые постоянно ведут свои инстаграм блоки, можно разделить на несколько групп. Первая группа – священники, у которых «от избытка сердца говорят уста» (Мф: 12: 34). Ревностные, активные, как правило, среднего

и молодого возраста – не жалеющие своего личного времени; для них жизнь во Христе означает общение на библейские темы и совместная молитва. Именно в этой группе всегда присутствуют предложения бесплатно помолиться о других людях, ответить на вопросы, рассмотреть богословские проблемы, разобраться в тонкостях вероучения и истории религии.

Вторая группа – священники, которые вынуждены искать средства для строительства и восстановления сельских храмов с небольшими приходами. Как правило, среднего и пожилого возраста, с активной жизненной позицией, с умением заинтересовать оригинальными взглядами на обыденные проблемы, с желанием прямого общения с верующими.

Третья группа – священники, которым интересна просветительская работа, которые дают информацию о праздниках, церковных событиях, обсуждают моральные проблемы, но полностью исключают личные проблемы верующих, уходят от любой конкретики.

Ни один из священников, присутствующих в инстаграме, не планирует заменить своими беседами посещение церкви христианами. Смысл присутствия священников в интернет-пространстве направлен на то, чтобы дать возможность больным принять онлайн участие в церковных службах, застенчивым и сомневающимся разъяснить как правильно вести себя в церкви, ответить на ряд распространенных вопросов среди верующих.

Кроме священников-блогеров активность в инстаграм проявляют и мамы – жены священников. Их блоги также возможно разделить на группы. Первая группа – с просветительской, миссионерской направленностью; вторая – с морально-философской направленностью, про место женщины в семье, ее роли в воспитании детей; третья группа с хозяйственной, бытовой направленностью: конкретные рецепты приготовления блюд, конкретные советы по воспитанию детей, распределению времени, уборкой дома. Существует еще и четвертая группа с коммерческой направленностью. В таких блогах подписчикам предлагается что-либо купить, как хендмайд, так и промышленные товары, оплатить какие-либо курсы или вебинары, освоить платно какие-либо умения. Эта четвертая группа не представлена среди священников, однако популярна среди мамушек.

Проведенный анализ показывает реализацию адресатоцентрического подхода при подходе к миссионерским публикациям в инстаграме. Широкая представленность определенных публикаций в интернете обусловлена не только мотивацией и интересами автора, но и ожиданиями и потребностями адресата.

## Литература

1. Завещание схиархимандрита Зосимы (Сокура). [Электронный ресурс]. 2002. URL: [http://zosima-nikolskoe.ru/?chapter=articles&articles\\_id=1](http://zosima-nikolskoe.ru/?chapter=articles&articles_id=1)
2. Nevelska-Hordieieva O., Panova M., Voitenko D., Melikhova Y. Classification of violations of the first basic logic principle: judicial, manipulative and comic effects. *Revista Inclusiones*, 2021, 8, № 1, 276–291 p.
3. Kim L. Fake Content in Social Networks in Relation to the Addressee Factor (based on fakes about the coronavirus). *Interface - Journal of European Languages and Literatures*, 2021, № 14, 5-30 p.