

**Блоги священников РПЦ в социальной сети «ВКонтакте» на примере блогов  
Андрея Ткачева, Павла Островского, Антония Русакевича**

**Научный руководитель – Поддубцев Руслан Александрович**

***Ананьев Иван Сергеевич***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
журналистики, Москва, Россия

*E-mail: ananьев-ivan-ru2015@yandex.ru*

За последнее время в нашей жизни все большее пространство стал занимать контент авторов в интернете. По данным за 2024 год Brand Analytics «ВКонтакте» «сохраняет лидерство в России как по активным авторам, так и по объему создаваемого ими контента» [5]. При этом, наиболее частая форма присутствия автора в социальных сетях – блог. По словам Т. Евсюковой и Т. Гермашевой, блог – это «небольшой интернет сайт, основное содержимое которого: регулярно добавляемые записи изображения или мультимедиа с очень простой системой управления и возможностью обратной связи с читателями» [2].

Блоги уже активно соревнуются с традиционными медиа за аудиторию и нередко выигрывают эту борьбу. И этому есть свои причины. Р. Скобл и Ш. Израел в книге "Разговор дороже денег" выделяют следующие преимущества блогов: доступность (каждый имеет право опубликовать блог, для этого не требуется техника, разрешения, а также навыки), легкость поиска в интернете, возможность быть активной частью социума, распространение данных быстрее, нежели в традиционных каналах, а также возможность напрямую общаться друг с другом, в том числе используя ветку блогов [3].

При этом, блогосфера интересна и РПЦ. В официальных документах Русской православной церкви сказано, что интернет является подходящим местом для проповеди благой вести, а «Русская Православная Церковь, в лице своих иерархов и высших органов управления, неоднократно указывала на необходимость благовестия в сети, в частности, представителям духовенства» [1]. Таким образом, РПЦ отчетливо поддерживает создание блогов священников, развитие их личных страничек и сайтов их приходов. Блоги священников уже стали объектом исследования некоторых авторов. Так, Е. Островская выделяет блоги священнослужителей в качестве наиболее яркой и полезной формы трансляции религиозных идей в сети. Автор говорит, что «именно в религиозной блогосфере социальных медиа осуществляется актуальное конструирование религиозных авторитетов, идентичностей, границ сообществ» [4]. Анализируя блоги священников, автор приходит к выводу, что пользователи выбирают блог священника в интернете соотносительно своим интересам.

В своем исследовании мы выявили дополнительные причины. Собственно, наша цель состояла в том, чтобы исследовать блоги священников Русской Православной церкви Московского Патриархата в социальной сети «ВКонтакте» и понять, почему представленные три блога отличаются наибольшей популярностью и какие факторы это обуславливают.

В исследовании был проведен анализ текстов и подсчет общего числа записей за период с 7 января 2024 года (Рождество Христово по православному календарю) по 5 мая 2024 года (Пасха), так как этот период один из самых значимых для верующих. Нами были выбраны три священнослужителя, которые наиболее популярны и у которых достаточно оригинального контента. Это о. Андрей Ткачев (639 тыс. подписчиков, дата создания: 2022 год), о. Антоний Русакевич (536 тыс., 2016 год), о. Павел Островский (172 тыс., 2011 год).

В ходе исследования было выявлено, что количество фото- или видеозаписей чаще превалирует над количеством отдельных текстовых записей, пусть и снабженных иллюстрацией. Так, у о. Андрея Ткачева 338 записей с фото или видео, а с текстами только

112, у о. Павла Островского 240 записей представляют собой фото без подписи, видео или аудио, в то время как текстов – 161 (из них 126 без иллюстраций), а вот у о. Антония Русакевича (всего 294 записи) текстов с иллюстрацией – 252, а видео заметно меньше (42).

Другой особенностью стало использование разговорной лексики или разговорных конструкций. Так, у о. Андрея текстов, в которых встречается указанное, всего 25 (22.3% от общего числа текстов), у о. Антония – 6 (2.4%), но у о. Павла – 45 (18.7%). В целом, авторы предпочитают использовать художественный стиль, литературную и церковную лексику. Так же как и разговорной лексики авторы стараются избегать конфликтных и остросоциальных тем, акционируясь на семейной и церковной тематике. Исключением является только о. Павел, чьи тексты часто посвящены актуальным событиям.

Жанровая специфика также разнообразна. Наиболее частым жанром является проповедь. У о. Андрея (112) и о. Павла (26) это проповедь-поучение, то есть нравоучительный текст, у о. Антония (130) – проповедь-пояснение, то есть текст, объясняющий смысл праздников, событий или поведения. Также встречаются новости, реплики, притчи и некоторые другие жанры.

Таким образом, заметно, что стратегии священников в блогах отличаются в некоторых аспектах. При этом, выделяются следующие особенности наиболее популярных блогов: периодичность (во всех блогах записи выходят ежедневно), небольшое использование разговорной лексики, семейная тематика и выбор проповеди как основного жанра публикаций.

### Источники и литература

- 1) Видеоблоги священников Русской Православной Церкви: рекомендации и советы. Московский Патриархат. Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации. 2 авг. 2018. URL: <https://sinfo-mp.ru/vidеoblogi-svyashhennikov-russkoy-pravoslavnoy-tserkvi-rekomendatsii-i-sovetyi.html> (дата обращения: 04.3.2024).
- 2) Евсюкова Т. В., Гермашева Т. М. Основные подходы к определению понятий «Блог» и «Блогосфера» в лингвистике // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №11-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-opredeleniyu-ponyatiy-blog-i-blogosfera-v-lingvistike> (дата обращения: 07.03.2025).
- 3) Скобл Р., Израел Ш. Разговор дороже денег. Как блогинг меняет общение бизнеса и потребителей. М., 2008.
- 4) Островская Е.А. Миссия выполнима: православные батюшки-блогеры. Концепт: философия, религия, культура. 2021; 5(1):44-59. URL: <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2021-1-17-44-59> (дата обращения: 04.11.2024).
- 5) Черный В. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2024 // Brand analytics – 2024.