

Norbert Mojżyn

ORCID: 0000-0002-4013-7664

n.mojzyn@uksw.edu.pl

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego
Wydział Teologiczny

Stosunek hierarchii Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej do blogerskiej działalności duchownych w kontekście mediatyzacji religii

The attitude of the hierarchy of the Russian Orthodox Church
towards the blogging activities of clergy
in the context of the mediatization of religion

DOI: 10.34739/doc.2024.21.12

Abstrakt: Media społecznościowe są integralną częścią przestrzeni komunikacyjnej Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej (RCP). Wideoblogi, konta, profile i kanały w mediach społecznościowych są chętnie wykorzystywane przez duchowieństwo prawosławne do prowadzenia działalności religijnej. Do niedawna RCP była dość zdystansowana wobec mediów społecznościowych, często postrzegano ją jako konserwatywną instytucję prezentującą anachroniczny światopogląd religijny. Aby zmienić ten wizerunek, Cerkiew postanowiła zrewidować swoje podejście i oprzeć je na badaniach mediów i przesłankach teologicznych. Tematem niniejszego artykułu jest analiza oficjalnych dokumentów RCP, które zostały opracowane i opublikowane przez Synodalny Departament ds. Relacji ze Społeczeństwem i Mediami Cerkwi, pod kątem mediatyzacji religii. Celem badań jest identyfikacja strategii RCP zawartej w jej oficjalnych dokumentach wobec zjawiska blogerów działających na popularnych platformach i portalach społecznościowych w Rosji w obszarze problematyki związanej z religią. Znaczenie badań wynika z faktu, iż w okresie dynamicznych przekształceń kanałów komunikacji zachodzi potrzeba diagnozy stosunku hierarchii RCP, wyrażanego w oficjalnych dokumentach, do zjawiska mediatyzacji religii.

Słowa kluczowe: Rosyjska Cerkiew Prawosławna, duchowni, mediatyzacja, media społecznościowe, blogi

Abstract: Social media are an integral part of the communication space of the Russian Orthodox Church (ROC). Video blogs, accounts, profiles and channels in social media are eagerly used by Orthodox clergy to conduct religious activities. Until recently, the ROC was wary of social media, where it was often perceived as a conservative institution presenting an anachronistic religious worldview. In order to change this image, ROC decided to revise its attitude towards social media and base it on positive media studies and theological premises. The subject of this article is the analysis of official ROC documents, which were developed and published by the ROC Synodal

Department for Relations with Society and the Media, in terms of the mediatization of religion. The aim of the research is to identify the ROC's strategy contained in its official documents towards the phenomenon of bloggers operating on popular platforms and social networking sites in Russia in terms of the mediatization of religion. The importance of the research results from the fact that in the period of dynamic transformation of communication channels, there is a need to diagnose the attitude of ROC management circles, expressed in official documents, to the phenomenon of mediatization of religion.

Key words: Russian Orthodox Church, clergy, mediatization, social media, blogs

Blogi duchownych w mediach społecznościowych

Media społecznościowe stały się w ostatnich latach nieodłączną częścią przestrzeni komunikacyjnej Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej (RCP)¹. Blogi i wideoblogi, konta, profile i kanały w mediach społecznościowych są coraz chętniej wykorzystywane do prowadzenia działalności religijnej zarówno przez oficjalne struktury RCP (Patriarchat Moskiewski, poszczególne diecezje, parafie, klasztory itp.), jak i przez pojedynczych duchownych². Działalność tych ostatnich ma nie tylko duże znaczenie w realizacji podstawowej misji duszpasterskiej, ale także w poprawie wizerunku medialnego RCP jako instytucji. Cerkiew rosyjska w mediach społecznościowych jest na ogół postrzegana jako instytucja konserwatywna, niedostosowana do współczesnych realiów, prezentująca anachroniczny światopogląd społeczny³. Dlatego dla poprawy tego wizerunku niebagatelne znaczenie mają blogi prowadzone przez popularnych duchownych. Zapewne z tych powodów kierownictwo RCP, mimo wcześniejszego dystansu, a nawet oporu wobec mediów społecznościowych, zdecydowało się zrewidować do nich swój stosunek i stymulować rozwój działalności blogerskiej duchownych. Zarówno wykorzystywanie mediów społecznościowych przez Cerkiew, jak i przekształcanie niektórych z mediów w rodzaje współczesnych ambon, można potraktować jako rodzaj mediatyzacji religii.

Przedmiotem niniejszego artykułu jest analiza pod tym kątem dwóch oficjalnych dokumentów RCP, które zostały przygotowane

¹ Zgodnie z wiekową tradycją kulturowo-religijną oraz uzusem językowym na określenie Kościoła prawosławnego, autor stosuje wyraz Cerkiew.

² Л.А. Недыхалов, *Влияние блогосферы на информационно-коммуникативную деятельность Русской Православной Церкви по развитию православной культуры*, «Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева» 2023, № 1, s. 186.

³ М. Энгстрем, *Постсекулярность и цифровой антиклерикализм в Рунете*, „Digital Icons. Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media” 2015, no 14, s. 73-108.

przez Synodalny Wydział ds. Relacji ze Społeczeństwem i Mediami: 1) okólnika z 5 sierpnia 2018 roku zatytułowanego „Wideoblogi księży Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej: zalecenia i porady”⁴, 2) okólnika z 15 stycznia 2019 roku – „Zalecenia dotyczące pracy w mediach społecznościowych dla diecezjalnych i parafialnych służb informacyjnych”⁵. Dokumenty te zostały opracowane we współpracy ze znanymi blogerami prawosławnymi: ks. Swiatosławem Szewczenką, ks. Aleksandrem Kuchtą, ks. Pawłem Ostrowskim, hieromn. Makariuszem (Markiszem), hieromn. Aleksandrem (Mitrofanowem), archiprez. Andriejem Fiedosowem i archiprez. Siergiejem Woronkinem. Potrzebę opublikowania i znaczenie tych dokumentów – w krótkim odstępie czasu od ich powstania – pozytywnie zweryfikowała pandemia COVID19. W okresie lockdownu pozwoliły one zdynamizować pod względem prawnym i duszpasterskim działalność religijną Cerkwi w sieci, w tym przede wszystkim stymulować osobistą aktywność duchownych w mediach społecznościowych⁶. Aktywność ta nie ustała

w okresie postcovidowym, co można hipotetycznie powiązać z pełnoskalową agresją rosyjską przeciwko Ukrainie⁷. Jednak związek ten wymaga odrębnych analiz i nie jest przedmiotem niniejszych badań.

Korzenie popularności blogów duchownych prawosławnych sięgają początków lat dwutysięcznych. Jednym z pionierów blogowania był ksiądz Georgij Maksimow, religioznawca i wykładowca Moskiewskiej Akademii Duchownej, który w 2005 roku zaczął pisać o religii na LiveJournal i Facebooku. Początkowo wykorzystywał for-

⁴ *Видеоблоги священников Русской Православной Церкви: рекомендации и советы*, <https://pravoslavie.ru/114895.html> (data dostępu: 12.03.2024).

⁵ *Рекомендации по работе в социальных сетях для епархиальных и приходских информационных служб*, <https://sinfo-mp.ru/rekomendatsii-po-rabote-v-sotsialnyih-setyah-dlya-eparhialnyih-i-prihodskih-informatsionnyih-sluzhb.html> (data dostępu: 17.02.2024).

⁶ Т.М. Белякова, *Пандемия COVID-19 и ее влияние на использование Русской Православной Церковью и Римско-Католической Церковью Интернет-СМИ для продвижения информационной политики*, «Вопросы политологии» 2022, т. 12, № 4, s. 1115; С. В. Михинин, *Использование сети Интернет Русской Православной Церкви Московского Патриархата*, [w:] *Церковь, государство и общество в истории России и православных стран*, red. Н.М. Маркова et al., Владимир 2021, s. 153.

⁷ Według danych rosyjskiego Stowarzyszenia Blogerów i Agencji piętnastu największych prawosławnych blogerów na Telegramie i YouTube zwiększyło w latach 2022-2023 swoje audytoria o 32,5%. Л. Липанова, *Сам Бог велел: почему в России растет сегмент христианских блогов*, <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/499406-sam-bog-velel-pocemu-v-rossii-rastet-segment-hristianskih-blogov> (data dostępu: 3.12.2023).

mat tekstowy, ale wraz z rozprzestrzenieniem się serwisów hostujących wideo założył kanały na You Tube i Telegramie, publikując tam materiały dotyczące różnych aspektów życia świeckiego i religijnego w świetle doktryny prawosławnej, np. zagadnienia: dlaczego należy kochać swoich nieprzyjaciół albo od kogo zależy zbawienie – od Boga czy od ludzi? Kanał ks. Maksimowa na You Tube zawiera w tym momencie ponad tysiąc filmów; liczba subskrybentów przekracza zaś 117 tysięcy⁸.

Rekordzista, jeśli idzie o liczbę subskrybentów (1,7 mln YouTube, 121,7 tys. na Telegramie) wśród duchownych-blogerów jest ks. Andriej Tkaczow, zamieszczający na swoich kanałach filmy z kazaniami i wykładami na tematy religijne, głównie dla młodzieży⁹. Kluczem do sukcesu ks. Tkaczowa jest – według przewodniczącego Synodalnego Wydziału Misyjnego RCP, bp. Eutymiusza – rozpoznanie cerkiewnego „znaku czasów”: „Ksiądz Andriej jest we właściwym czasie i we właściwym miejscu. (...) Wiele osób jest dziś pod wrażeniem jego stylu – silnego, kategorycznego, bo tego wymaga dzisiejsza era. Żyjemy w czasach, w których maski opadły, bezpośrednio wypowiedzi są szczególnie cenione. Przez długi czas wśród kaznodziejów cerkiewnych poszukiwane były zupełnie inne umiejętności: powściągliwość, wygładzanie ostrych słów, unikanie niewygodnych tematów, posługiwanie się uproszczonymi sformułowaniami, mówienie w taki sposób, aby, nie daj Boże, nie urazić nikogo, ani nie obrazić... Ale teraz wszystko się zmieniło”¹⁰. Wypowiedź bp. Eutymiusza rzuca również światło na kompetencje komunikacyjne duchownego: „Jednocześnie nie można zapominać, że ks. Andriej nie jest samoukiem, jeśli chodzi o pracę z publicznością masową – studiował na wydziale propagandy Instytutu Wojskowego, a umiejętności nabyte podczas studiów, z powodzeniem stosuje w swej działalności kaznodziejskiej i misyjnej”¹¹.

Z kolei blog innego kapłana-celebryty, ks. Pawła Ostrowskiego, zawiera, oprócz kazań, odpowiedzi na intrygujące pytania zadawane przez wiernych, w rodzaju: czy istnieją bezgrzeszne przyjemno-

⁸ Cf. *Канал священника Георгия Максимова*, <https://www.youtube.com/channel/UCLt3pD7jkD6jo7R-5KrcHuW> (data dostępu: 10.06.2024).

⁹ А. Киселова, В. Крюков, Д. Игнатьев, *В РПЦ запустили школу блогеров для священников*, <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2024/03/11/1024508-v-rpts-zapustili-shkolu-blogerov-dlya-svyaschennikov> (data dostępu: 17.03.2024).

¹⁰ А. Коскело, *Школа православных блогеров – это ход вперёд или напрасная трата времени?*, <https://s-t-o-l.com/tserkov/46212-shkola-pravoslavnykh-blogerov-eto-khod-vperedy-ili-naprasnaya-trata-vremeni-> (data dostępu: 25.05.2024).

¹¹ Ibidem.

ści, czy można modlić się za zwierzęta? Duchowny porusza na swoich kanałach bieżące sprawy społeczne, polityczne, a także chętnie spotyka się z osobistościami ze świata kultury: na przykład w 2022 roku opublikował film nakręcony przez popularną rosyjską reżyserkę, Walerię Gaj Germanikę, w którym odpowiadał na jej prowokacyjne pytania w rodzaju: po co całować rękę księdza, czy kapłani mówią patriarsze tylko o pozytywnych rzeczach?¹².

Mediatyzacja religii

Porządek mediów i porządek religii stanowią wprawdzie dwa odrębne ontologicznie obszary, mimo to tworzą logiczną i spójną przestrzeń duszpasterskiego zaangażowania w sieci, wpisując się tym samym w ramy mediatyzacji religii¹³. Mediatyzacja jest uważana przez niektórych badaczy za integralną część procesów adaptacji religii do warunków (post)sekularnego społeczeństwa. Badania nad mediatyzacją religii obejmują szeroki wachlarz praktyk społecznych i kulturowych, m.in. informowanie o życiu religijnym wspólnot, transmisję obrzędów religijnych *online*, działalność kaznodziejską i edukacyjną instytucji religijnych czy wreszcie tworzenie wirtualnych „cyberkościołów”¹⁴. Postępująca wirtualizacja przestrzeni religijnej zwiększa rolę moderatorów *online*, ponieważ są oni w stanie redefiniować granice i ustalać nowe zasady aktywności w sieci, wpływając w ten sposób na wspólnotę religijną¹⁵. Współczesnym przykładem przenikania się porządku mediów i religii jest przenoszenie niektórych praktyk religijnych w przestrzeń wirtualną lub funkcjonowanie w niej praktyk alternatywnych do tradycyjnych¹⁶. Wyrazistym tego

¹² *Власть портит духовенства/Адам и Ева – питеки/зачем целовать руку батюшке/вера и любовь к себе*, <https://www.youtube.com/watch?v=Mf4TLbeq3yk> (data dostępu: 25.03.2024).

¹³ А. Русакевич, *Спецификация миссионерской работы в социальных сетях*, «Теологический вестник Смоленской Православной Духовной семинарии» 2022, № 2, s. 148.

¹⁴ А.В. Головнёв, С.Ю. Белоруссова, Т.С. Киссер, *Виртуальная этничность и киберетнография*, Санкт-Петербург 2021, s. 101.

¹⁵ L. Galvagni, *A digital spirituality for digital humans?*, [w:] *Religion in the Age of Digitalization. From New Media to Spiritual Machines*, red. G. Isetti, E. Innerhofer, H. Pechlaner et al., London 2021, s. 152.

¹⁶ D. Guzek, *Mediatyzacja religii: analiza pojęcia*, [w:] *Przestrzenie komunikacji: technika, język, kultura*, red. E. Borkowska, A. Pogorzelska-Kliks, B. Wojewoda, Gliwice 2015, s. 76.

przykładem jest działalność religijna i duszpasterska prowadzona przez szeregowych duchownych w mediach społecznościowych¹⁷.

Internet umożliwia nie tylko artykułowanie subiektywnych poglądów na religię, ale także generuje rozwój indywidualnych form realizacji potrzeb religijnych. Wiele z nich może istnieć poza środowiskiem instytucji wyznaniowych. Skutkuje to „prywatyzacją” i „deinstytucjonalizacją” działalności religijnej, co stanowi charakterystyczny przejaw zjawiska określanego mianem *online religii*¹⁸. Według Heidi A. Campbell wirtualne praktyki religijne stopniowo uwalniają się od tradycyjnych ograniczeń i wzorców¹⁹. Zgodnie z obserwacjami Christophera Hellanda głównymi ogniwami działalności w sieci nie jest już organizacja religijna jako instytucja, ale osobowości – konkretni jej przedstawiciele, którzy prowadzą swoje strony i kanały w mediach społecznościowych. Zgodnie z poglądem Hellanda zaangażowanie w kategoriach *online religii* stanowi przesunięcie punktu ciężkości na czynniki oddolne, które mają „dużą swobodę eksperymentowania i wyrażania swoich poglądów”²⁰. Sposób wykorzystania Internetu wiąże się z tym, jak dana organizacja religijna nastawiona jest na działania informacyjne i partycypacyjne²¹. *Online religia* cechuje się zdecydowaną przewagą partycypacyjności nad informacyjnością, ale również wysoką interaktywnością, rozproszonymi nadawcami, komunikacją *wielu do wielu*, efektem wspólnototwórczym, strukturą niezhierarchizowaną (sieciową). Jak zauważa Heidi Campbell, *online religia* daje możliwość omijania tradycyjnych systemów władzy religijnej i ustanawianych przez nie rytuałów religijnych oraz ignorowania czynników hierarchicznych, które regulują dostęp do tych wspólnot religijnych²². Stewart Hoover ze swojej strony stwierdza, że najważniejszym trendem w obszarze współczesnej religijności jest

¹⁷ O. Bogdanova, *Mediatization of Pastoral Care in the Russian Orthodox Church: The Reasons Behind „Ask the Priest” Websites*, „State, Religion and Church” 2021, vol. 8(1), s. 27.

¹⁸ Ch. Helland, *Online religion as lived religion methodological issues in the study of religious participation on the internet*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet” 2005, vol. 1.1, s. 1-16.

¹⁹ H.A. Campbell, *Introduction. The rise of the study of digital religion. Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, New York–London 2013, s. 1.

²⁰ Ch. Helland, *Ritual. Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, Routledge, New York–London 2013, s. 31.

²¹ P. H. Cheong, *Authority. Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, New York, London 2013, s. 72-87.

²² H. Campbell, W. Bellar, *Digital Religion. The basics*, London 2023, s. 4.

„osobista autonomia” w sprawach wiary²³. Natomiast zdaniem znanej badaczki rosyjskich mediów, Hanny Stähle, proces mediatyzacji zwiększa stopień „widzialności” religii w rosyjskiej sferze publicznej²⁴.

Dzięki środowisku internetowemu ludzie mogą oddolnie realizować praktyki religijne, a także „inicjować debaty, a nawet aktywnie sprzeciwiać się autorytetom religijnym”²⁵. Prowadzi to do tworzenia się wirtualnych, niezinstytucjonalizowanych autorytetów i ośrodków wpływu społecznego²⁶. Z tej racji *online religia* stanowi poważne wyzwanie dla usankcjonowanych kościołów i instytucji religijnych, wpływając na redefiniowanie autorytetów religijnych: dezawuowaniu dotychczasowych i ustanawianie nowych²⁷. Jak zauważa znana rosyjska medioznawczyni, Elena Ostrowskaja: „jedną z bezpośrednich konsekwencji mediatyzacji praktyk katechetycznych i misyjnych jest promowanie nowego obrazu kapłana i nowej wersji interakcji między kapłanem a świeckim. Księża-bloggerzy, nieograniczeni sztywnymi ramami parafii i kościołów *offline*, mają możliwość formowania własnej publiczności, odwoływania się do określonego pokolenia, wyboru stylu i treści kazania czy świadectwa wiary”²⁸. Badaczka obecny etap mediatyzacji uznaje za element procesu reinstytucjonalizacji prawosławia, który rozpoczął się na początku lat 90. XX wieku za sprawą budowy potężnych mediów konfesyjnych podległych RCP²⁹. Obecnie media społecznościowe stanowią poważne wyzwanie dla wielkich prawosławnych holdingów, takich jak „Spas”, „Sojuz” czy „Radoneż”³⁰.

Tak jak inne zinstytucjonalizowane wyznania i religie, RCP stoi przed poważnym wyzwaniem, jakie niesie ze sobą mediatyzacja religii i sekularyzacja społeczeństwa. Badania socjologiczne prowadzone w ostatnich latach wskazują na zarysowujące się zjawisko dy-

²³ S.M. Hoover, *Religion, Media and Identity. Theory and Method in Audience Research on Religion and Media*, [w:] *Mediating Religion. Studies in Media, Religion and Culture*, red. J. Mitchell, S. Marriage, Edinburgh 2003, s. 11.

²⁴ H. Stähle, *Russian Church in the Digital Era. Mediatization of Orthodoxy*, London 2022, s. 4.

²⁵ P. H. Cheong, *Authority. Digital Religion...*, s. 76.

²⁶ H. Campbell, *Making Space for Religion in Internet Studies*, „The Information Society” 2005, vol. 21, no. 4, s. 309-315.

²⁷ С.Ю. Белорусова, *Религия в виртуальном пространстве*, „Этнография” 2021, № 4, s. 98.

²⁸ Е.А. Ostrovskaya, *Mission Possible: Russian Orthodox Priest Blogs*, „Концепт: философия, религия, культура” 2021, № 1, s. 18.

²⁹ Еadem, *Медиатизация православия – это возможно?*, „Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены” 2019, № 5, s. 310, 315.

³⁰ U. Doliwa, L. Rankovic, *Time for community media in Central and Eastern Europe*, „Central European Journal of Communication” 2014, vol. 1, s. 18-34.

stansowania się Rosjan od Cerkwi jako instytucji religijnej. Wprawdzie w dalszym ciągu znaczna większość społeczeństwa deklaruje związek z religią prawosławną – 72%, to aż 43% badanych stwierdza, że nie podejmuje praktyk religijnych zalecanych przez RCP. Tylko jedna trzecia młodych Rosjan (w wieku 18–24 lat) zachowuje tradycje i wartości swoich przodków³¹. Te dane wskazują, że po okresie odrodzenia prawosławia w latach 90. XX wieku i na początku naszego stulecia, w społeczeństwie rosyjskim nastąpił regres życia religijnego. Rosjanie coraz częściej zaczynają poszukiwać treści religijnych i autorytetów duchowych w *quasi*-religijnych tworcach w mediach społecznościowych, jakimi są m.in. konta i kanały popularnych kapłanów-bloggerów.

Cele i metody badań

Jak wspomniano wcześniej, celem analizy jest zbadanie stosunku RCP, wyrażonego w wymienionych dokumentach Synodalnego Wydziału ds. Relacji ze Społeczeństwem i Mediami, do kapłanów-bloggerów prowadzonych swoje kanały i konta w mediach społecznościowych. Analiza dokumentów pozwala odpowiedzieć na pytanie o to, czy RCP jest zdecydowana na przedłużenie dotychczasowego zbiurokratyzowanego, podawczego modelu komunikacji, czy chce otworzyć się (przynajmniej na płaszczyźnie deklaratoryjnej) na dominujący w mediach społecznościowych model interaktywny i partycypacyjny? Czy potrafi przekroczyć granice modelu komunikacji *jeden do wielu* i funkcjonować w demokratycznym modelu *wielu do wielu*? Słowem, czy hierarchia akceptuje i chce się podporządkować dwukierunkowej komunikacji z wiernymi, która jest właściwa dla mediów społecznościowych? I wreszcie, na ile hierarchia RCP ceni sobie blogerską działalność duchownych, a na ile obawia się jej ze względu na ryzyko utraty monopolu na autorytet religijny?

W trakcie badań postawiono następujące hipotezy badawcze:

H1 – hierarchia RCP jest świadoma znaczenia mediów społecznościowych, ich władzy i wpływu na odbiorców, dlatego otwarta

³¹ Badanie zostało przeprowadzone przez Analityczne Centrum Jurija Lewady, w dn. 20-26 kwietnia 2023 r., na reprezentatywnej próbie 1623 pełnoletnich osób, zamieszkałych w 137 miejscowościach znajdujących się w 50 podmiotach wchodzących w skład Federacji Rosyjskiej. *Религиозные представления*, <https://www.levada.ru/2023/05/16/religiousnye-predstavleniya-2/> (data dostępu: 1.02.2024).

jest na media społecznościowe, troszczy się o rozwój duszpasterstwa *online*, w tym prawosławnej blogosfery.

H2 – hierarchia RCP rozumie specyfikę komunikacji w mediach społecznościowych, ale ze względu na swoje posłannictwo nie zgadza się z komunikacyjno-marketingowym podejściem do przekazywania treści religijnych.

H3 – hierarchia RCP ostrożnie podchodzi do interaktywnej i partycypacyjnej natury mediów społecznościowych ze względu na przywiązanie do modelu komunikacji podawczej (informacyjnej) oraz komunikacji *jeden do wielu*.

H4 – hierarchia RCP chce dotrzeć za pośrednictwem mediów społecznościowych do ludzi młodych, jednak – ze względu na silne przywiązanie do tradycyjnych formatów komunikacji religijnej – nie potrafi w pełni zaakceptować języka i form ekspresji właściwych dla mediów społecznościowych.

Jako podstawowa metoda badawcza została wykorzystana analiza dokumentów – systemowa procedura opisu i oceny źródeł. Jak zauważa amerykańska badaczka, Sharan Merriam, „dokumenty wszelkiego rodzaju mogą pomóc badaczowi odkryć znaczenie, rozwinąć zrozumienie i odkryć spostrzeżenia istotne dla problemu badawczego”³². Atkinson i Coffey ujmują dokumenty jako „fakty społeczne”, które są tworzone, udostępniane i wykorzystywane w sposób społecznie zorganizowany³³. Analiza dokumentów – podobnie jak inne metody analityczne stosowane w badaniach jakościowych – pozwala identyfikować i interpretować dane empiryczne³⁴. Posiłkowano się również metodą obserwacji cyberpola³⁵. Obserwacja jako jakościowa metoda naukowa, dzięki procesowi uważnego i celowego postrzegania, pozwala na formułowanie rzetelnej interpretacji danych³⁶.

³² S.B. Merriam, *Case study research in education: A qualitative approach*, San Francisco 1988, s. 118.

³³ P. A. Atkinson, A. Coffey, *Analysing documentary realities*, [w:] *Qualitative research. Theory, method and practice*, red. D. Silverman, London 1997, s. 47.

³⁴ J. Corbin, A. Strauss, *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*, Thousand Oaks CA 2008.

³⁵ Е.А. Островская, *Медиатизация православия...*, s. 17.

³⁶ D. Cybulska, *Wykorzystanie metody obserwacji w naukach społecznych*, „Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej” 2013, nr 2, s. 20.

Wyniki badań

Analiza badanych dokumentów (okólników Synodalnego Wydziału RCP ds. Relacji ze Społeczeństwem i Mediami) wskazuje, że ich autorzy traktują media społecznościowe jako ważne pole realizacji misji religijnej. Oba rozpatrywane dokumenty: „Wideoblogi księży Rosyjskiej Cerkwi Prawosławnej: zalecenia i porady” oraz „Zalecenia dotyczące pracy w sieciach społecznościowych dla diecezjalnych i parafialnych służb informacyjnych” w warstwie doktrynalnej odwołują się do nakazu misyjnego, jaki Chrystus powierzył swojemu Kościołowi: „Idźcie na cały świat i głoscie Ewangelię wszelkiemu stworzeniu” (Mk 16,15). W tym kontekście oba okólniki zwracają uwagę na rozwój nowoczesnych technologii internetowych i cyfrowych, traktując je jako nową i równoważną przestrzeń głoszenia Ewangelii. „Wideoblogi” podkreślają, że Internet pozwala szybko i na duże odległości przekazywać informacje w czasie rzeczywistym: „Ta cecha czyni sieć WWW atrakcyjną dla głoszenia Dobrej Nowiny, którą Chrystus bezpośrednio i koniecznie polecił proklamować”³⁷. Warunkiem skuteczności głoszenia Ewangelii jest jakość pracy głosicieli i ich determinacja zarówno w przestrzeni realnej, jak i wirtualnej. Jak piszą autorzy „Zaleceń”: „Jakość pracy z publicznością jest kluczem do efektywnego rozwoju społeczności w mediach społecznościowych. Po pierwsze, należy zbudować tę publiczność. Po wyczerpaniu wszystkich możliwości przyciągnięcia subskrybentów w realnym świecie (...) trzeba zacząć ich szukać w samych sieciach społecznościowych”³⁸. „Wideoblogi” ukazują z kolei znaczenie aktywności prawosławnych blogerów, którzy w mediach społecznościowych, platformach blogowych, komunikatorach internetowych, usługach hostingu wideo itp., są liderami opinii, wobec czego mogą stanowić naturalny podmiot kreowania opinii i promocji prawosławnych treści, porównywalnym z telewizyjnymi i radiowymi gigantami medialnymi RCP. Hosting wideo na YouTube i Telegramie już od lat stanowi alternatywę dla rosyjskiej telewizji. Autorzy „Wideoblogów” w związku tym piszą: „Na tle ich [tj. wideoblogów] rosnącej popularności dochodzi do decentralizacji źródeł informacji i powstawania wielu lokalnych ośrodków rozpowszechniania informacji, stanowiących poważną alternatywę dla mediów scentralizowanych. Blogerzy reprezentujący różnorodne sfery

³⁷ *Видеоблоги священников...*, nr 1.1.

³⁸ *Рекомендации по работе...*, nr 2.4a.

publiczne stają się liderami opinii w swoim środowisku, ponieważ cieszą się dużym zaufaniem wśród odbiorców, w przeciwieństwie do mediów federalnych i regionalnych, które z różnych powodów tracą swoje pozycje rankingowe. W wysoce konkurencyjnym środowisku informacyjnym, gdzie dużą rolę odgrywa osobowość autora i jego subiektywny pogląd na bieżące wydarzenia, blogi gromadzą ogromną widownię, ilościowo porównywalną z dużymi tabloidami i kanałami telewizyjnymi³⁹.

Synodalny Wydział ds. Relacji ze Społeczeństwem i Mediami zdaje sobie sprawę ze znaczenia mediów społecznościowych w pracy duszpasterskiej. Okólniki formułują przekonanie o potencjale mediów społecznościowych, wynikającym nie tylko z powszechnej natury mediów społecznościowych, ale również z autorytetu wielu kapłanów-blogerów wobec swoich odbiorców. Ten autorytet, zdobywany osobistą charyzmą i zaangażowaniem, sprawia, że zdobywa on pewnego rodzaju władzę nad odbiorcami swojego przekazu medialnego. Dokumenty podkreślają, że tę swoistą władzę (określaną w dokumentach jako „środki dominacji”) kapłan winien umiejętnie, roztropnie i odpowiedzialnie wykorzystywać. „Wideoblogi” definiują dwa rodzaje „środków dominacji”: 1) władzę duchową i 2) władzę psychologiczną⁴⁰. Oba te rodzaje są zbudowane na tym samym fundamencie – zaufaniu słuchaczy. Zaufanie – w przekonaniu autorów „Zaleceń” – jest wynikiem zarówno autentyczności i osobistej charyzmy duchownych blogerów, jak i specyficznego typu komunikacji w mediach społecznościowych. Dokument docenia także potencjał ludzki agregowany przez te media, zwłaszcza aktywność ludzi młodych. Okólnik przyznaje, że zaufanie do kapłanów-blogerów jest wyższe – zwłaszcza u ludzi młodych – niż do kapłanów wypowiadających się w tradycyjnych mediach (w prasie, telewizji i radiu): „Informacje w mediach społecznościowych cieszą się większym zaufaniem odbiorców mediów społecznościowych (zwłaszcza młodych ludzi) niż materiały mediów centralnych i korporacyjnych (mediów tradycyjnych)”⁴¹. Co więcej, RCP nie tylko deklaruje zrozumienie dla specyfiki mediów społecznościowych, ale troszczy się o kształcenie kadr do prowadzenia profesjonalnej działalności religijnej *online*. Świadectwem tej troski jest zainicjowanie w styczniu 2024 roku przez Synodalny Wydział Misyjny

³⁹ *Видеоблоги священников...*, nr 1.2.

⁴⁰ *Ibidem*, nr 3.2.

⁴¹ *Рекомендации по работе...*, nr 1.2а.

RCP kursów doszkalających dedykowanych kapłanom prowadzącym lub chcącym prowadzić działalność religijną (np. blogi) w mediach społecznościowych⁴². Niemniej trzeba zauważyć, że krótkotrwałość tych kursów (pierwsza edycja trwała od 29 stycznia do 8 lutego 2024 roku) oraz profil zajęć prowadzonych przez przedstawicieli Wydziału Synodalnego skłaniają do postawienia pytania o prawdziwy cel tego kursu. Zdaniem niektórych blogerów kurs ten jest faktycznie ukierunkowany na budowę jednego, zmonopolizowanego przekazu informacyjnego tworzonego odgórnie w Synodalnym Wydziale ds. Relacji ze Społeczeństwem i Mediami, słowem – na cenzurę cerkiewną. Niepokój części blogerów wzbudziły słowa przewodniczącego Synodalnego Wydziału Misyjnego odpowiedzialnego za kurs, biskupa Eutymiusza, że bloger prawosławny „musi być zgodny ze stanowiskiem Cerkwi w tej czy innej sprawie, zwłaszcza jeśli są to kwestie wywołujące duży rezonans społeczny”. Bp Eutymiusz rozwinął swoją myśl w innej wypowiedzi: „nie utożsamiałbym kontroli z represjami. (...) Blogerzy piszący na tematy cerkiewne nadal będą się pojawiać – niezależnie od naszych pragnień. A jeśli chcemy w jakiś sposób pozytywnie wpłynąć na sytuację, możemy dać tym osobom pewne wskazówki”⁴³. Podsumowując, niezależnie od tego, jakie faktycznie intencje przyświecały organizacji przez Synodalny Wydział Misyjny kursu dla blogerów, w ostatecznym rozrachunku znajduje potwierdzenie hipoteza pierwsza (H1), iż RCP jest świadoma znaczenia mediów społecznościowych, ich władzy i wpływu na odbiorców.

Autorom dokumentów nieobca jest teoria komunikacji i marketingu. Stwierdzają, że dwiema kluczowymi kategoriami mającymi wpływ na sukces w mediach społecznościowych są: uwaga i czas. „O te dwie ‘waluty’ toczy się nieustanna, wysoce konkurencyjna walka między społecznościami w sieciach społecznościowych, co bezpośrednio wpływa na ilość treści, ich częstotliwość i atrakcyjność”⁴⁴. Autorzy „Zaleceń” zauważają, że w mediach społecznościowych „rozpowszechnianie informacji (...) odbywa się na zasadzie tzw. ‘poczty pantoflowej’: najlepiej odbierane są wiadomości, które znajdują emocjonalną reakcję dużej liczby użytkowników. Oznacza to, że informacje, które są prostsze w swoim znaczeniu i strukturze, będą rozpo-

⁴² В РПЦ появилась школа блогеров для священников, <https://hi-tech.mail.ru/news/107274-v-rcp-poyavilas-shkola-bloggerov-dlya-svyashennikov/> (data dostępu: 20.03.2024).

⁴³ А. Коскело, *Школа православных...*

⁴⁴ *Рекомендации по работе...*, nr 1.2g.

wszechniane najskuteczniej”⁴⁵. Jednak przestrzegają przed stosowaniem marketingowych praktyk manipulacyjnych w rodzaju hype’u – techniki marketingowej związanej z szumem wywoływanym przez zapowiedzi nowego produktu/wydarzenia, clickbaitu czy trollowania⁴⁶. Z tych przykładów wynika, że RCP dobrze rozumie specyfikę rynkowego funkcjonowania mediów społecznościowych, w których ważną rolę pełni marketing oraz techniki manipulacyjne. Jednak podchodzi do nich ostrożnie. Ze względu na swój status instytucji realizującej misję religijno-etyczną nie zgadza się z czysto przedmiotowym, manipulacyjnym traktowaniem komunikacji religijnej. Tym samym w analizowanych tekstach znalazła potwierdzenie hipoteza druga (H2).

Zdecydowana większość blogów prowadzonych przez szeregowych duchownych prawosławnych (w przeciwieństwie do blogów sygnowanych przez przedstawicieli hierarchii, np. patriarchę Cyryla) kieruje się współczesną logiką medialną, stawiającą na interaktywność, partycypację oraz model komunikacji *wielu do wielu*. Są one koherentne z treścią okólników, z których wynika, że RCP akceptuje partycypacyjną naturę mediów społecznościowych. W dokumentach zwraca się uwagę na to, że „treści na platformach społecznościowych tworzą sami użytkownicy, którzy na pierwszy rzut oka nie są ograniczeni solidarnością korporacyjną, zaangażowaniem i innymi czynnikami wpływającymi na obiektywizm autora”⁴⁷. Okólniki zalecają częstą i regularną komunikację z odbiorcami poprzez komentarze, pamiętając o znaczeniu i prymacie zasady informacji zwrotnej. Przestrzegają przed dezynwolturą w tym względzie: „Jeśli ta forma pracy nie zostanie przeprowadzona, nastąpi odpływ subskrybentów i utrata zainteresowania społecznością. Dziś komunikacja poprzez system komentowania jest świetną okazją do informacji zwrotnej i pokazuje stopień zaangażowania odbiorców. Dodatkowo aktywność w komentarzach przyciągnie uwagę przypadkowych odwiedzających, którzy mogą stać się stałymi subskrybentami”⁴⁸. Okólnik podkreśla także, że komentarze subskrybentów stanowią kuźnię nowych pomysłów dla blogerów oraz pomagają w systematycznym podnoszeniu jakości przekazu religijnego⁴⁹.

⁴⁵ Ibidem, nr 1.2b.

⁴⁶ *Видеоблоги священников...*, nr 3.2.

⁴⁷ *Рекомендации по работе...*, nr 1.2a.

⁴⁸ Ibidem, nr 2.4b.

⁴⁹ А. Русакевич, *Спецификация миссионерской...*, s. 153.

Duży nacisk położony w okólnikach na komunikację zwrotną ze subskrybentami wydaje się falsyfikować hipotezę trzecią (H3), mówiącą o ostrożnym stosunku RCP do interaktywnej i partycypacyjnej natury mediów społecznościowych. Wiarygodność deklaracji zawartych w okólnikach podważają niestety wyniki badań obserwacyjnych. Wymienić w tym miejscu trzeba coraz liczniejsze przykłady autocenzury, a także surowej cenzury cerkiewnej sięgającej po drastyczne kary w postaci wydalenia ze stanu duchownego. Dotyczą one duchownych mających odwagę formułowania samodzielnego stanowiska w sprawach społecznych i politycznych, w tym także nietuzinkowych kapłanów–bloggerów. Przykładem tego może być kazus ks. Władimira Gołowina z diecezji kazańskiej, który zyskał popularność za sprawą blogu „Modlitwa za zgodą” («Молитва по соглашению.рф»). Mimo nietrzywiałnego przekazu religijnego i dużego autorytetu wśród internautów, został zmuszony w 2019 roku do medialnego zamilknięcia, a następnie wydalony ze stanu duchownego⁵⁰. Innym sztandarowym przykładem „niesubordynowanego autorytetu” jest znany blogger i teolog, protodiakon Andriej Kurajew, który za krytykę kierownictwa RCP także został pozbawiony urzędu cerkiewnego na obszarze jurysdykcji Patriarchatu Moskiewskiego i w rezultacie dołączył do grona emigracyjnych dysydentów⁵¹.

Autorzy okólników podkreślają, że w mediach społecznościowych ważną rolę odgrywa zarówno treść, jak i forma komunikacji – odpowiedni język i sposób przekazania wiadomości. Podkreśla się znaczenie naturalności języka i oryginalności prezentacji informacji właściwe dla języka ludzi młodych⁵². Przekaz powinien być wypełniony treściami stworzonymi zgodnie ze standardami platform społecznościowych, gdzie zrozumiałość, prostota, naturalność i jasność przekształcają każde oficjalne wydarzenie. Ponadto treść powinna wyróżniać się różnorodnością formy prezentacji i języka. Dokumenty nie zabraniają na przykład głoszenia prawd ewangelii za pomocą memów⁵³. Z kolei autorzy „Wideoblogów” zachęcają, aby nie bać się języka obowiązującego w sieci, nawet jeśli nie odpowiada on w pełni

⁵⁰ О. А. Богатова, С.В. Голованов, *Деятельность православных блоггеров как фактор модернизации православных религиозных организаций*, „Наука. Культура. Общество” 2023, № 2, s. 95.

⁵¹ Diakon A. Kurajew został w 2024 roku przywrócony do stanu duchownego dzięki apelacji do sądu patriarchalnego w Konstantynopolu.

⁵² *Рекомендации по работе...*, nr 2.1b.

⁵³ А. Русакевич, *Спецификация миссионерской...*, s. 152.

standardom języka cerkiewnego czy w ogóle języka religijnego⁵⁴. Są to odważne stwierdzenia, wzięwszy pod uwagę fakt, że w obszarze światopoglądowym i etycznym Cerkiew pozycjonuje siebie jako nosicielkę tradycyjnych wartości chrześcijańskich oraz konserwatywnych ideałów moralnych⁵⁵. Dlatego badania potwierdziły pierwszą część hipotezy czwartej (H4), iż RCP pragnie przy pomocy mediów społecznościowych dotrzeć do młodzieży; zaskakuje natomiast duża doza akceptacji leksyki i innych form językowej ekspresji właściwych dla młodego pokolenia, która tym samym falsyfikuje drugą część wymienionej hipotezy.

Wnioski

Znaczenie przeprowadzonych badań wynika z faktu, że w ostatnich latach mamy do czynienia z dynamizacją zjawisk związanych z mediatyzacją religii polegających na przeniesieniu różnych aspektów tradycyjnej religijności do sieci⁵⁶. Stanowi to dla wielu wyznań instytucjonalnych – takich jak Cerkiew rosyjska – poważne wyzwanie. RCP od lat jest hegemonem w tradycyjnych środkach społecznego przekazu (prasa, radio, telewizja), jednak nie potrafi zdobyć porównywalnej pozycji w mediach społecznościowych⁵⁷. Częściowo rekompensują to blogi prowadzone przez szeregowych duchownych, które charakteryzują się otwartością, spontanicznością, interaktywnością i partycypacyjnością. Jak celnie zauważył rosyjski badacz, Andriej Rusakiewicz: „doszliśmy do sytuacji, w której media społecznościowe stały się substytutem oficjalnych mediów, i to nie tylko na szczeblu regionalnym”⁵⁸. Duchowni-bloggerzy dzięki własnej inicjatywie, zasobom, osobistym umiejętnościom i charyzmie zdobywają zaufanie oraz autorytet wśród odbiorców, co skutkuje zdecydowanie wyższą oglądalnością niż mają media oficjalne⁵⁹. Kapłani ci stawiają siebie nie tyle w roli mentorów, co bardziej partnerów w dyskusji, są tyleż nadawcami komunikatów, co odbiorcami, z powodzeniem wykorzystując interaktywną i partycypacyjną naturę mediów społecznościowych, opierając się na komunikacji *wielu do wielu*. W rezultacie docierają ze swoim

⁵⁴ *Видеоблоги священников...*, nr 4.2.

⁵⁵ Н.С. Зимова, *Медийный образ Русской православной церкви и вызовы пандемии*, „Цифровая социология. Научный журнал” 2021, № 4, s. 81–90.

⁵⁶ J. Szulich-Kałuża, *Tożsamość religijna w dobie mediatyzacji religii*, „Roczniki Nauk Społecznych KUL” 2021, nr 1, s. 133.

⁵⁷ Л.А. Недыхалов, *Влияние блогосферы...*, s. 181.

⁵⁸ А. Русакевич, *Спецификация миссионерской...*, s. 148.

⁵⁹ О.А. Богатова, С.В. Голованов, *Деятельность православных...*, s. 95.

przesłaniem do szerokich kręgów ludzi, w tym ludzi młodych, często kontestujących lub dystansujących się od Cerkwi⁶⁰.

Popularność prawosławnych kapłanów-bloggerów można rozpatrywać z różnych punktów widzenia, w tym „prywatyzacji” i „deinstytucjonalizacji” działalności religijnej, co stanowi charakterystyczny przejaw zjawiska określanego mianem *online religii*⁶¹. Zgodnie z obserwacjami Christophera Hellanda głównymi ogniwami działalności w sieci nie jest już organizacja religijna jako instytucja, ale osobowości – konkretni jej przedstawiciele, którzy prowadzą swoje strony i kanały w mediach społecznościowych. Jeśli tak, to rodzi się pytanie o faktyczny (a nie tylko deklaratoryjny) stosunek organizacji religijnej (instytucji), jaką jest w danym przypadku RCP, do osobowości – tj. szeregowych przedstawicieli Cerkwi prowadzących swoje blogi, strony i kanały w mediach społecznościowych? Czy fakt, iż w ramach komunikacji religijnej blogi te pozwalają omijać dotychczasowy monopol RCP w zakresie autorytetu i przekazu treści religijnych nie jest jednym z powodów zatroskania o nie przedstawicieli hierarchii RCP?

Przeprowadzone analizy pozwalają wysnuć wniosek, iż pierwszym celem hierarchii RCP wobec duchownych-bloggerów jest zbudowanie „medialnego pomostu” w celu transmisji stanowiska i poglądów instytucjonalnej Cerkwi⁶². Ten pomost ukształtowany jest z dwóch ścieżek. Pierwsza z nich polega na realizacji nadprzyrodzonego posłannictwa Cerkwi, jakim jest głoszenie Ewangelii, zaproszenie do Stołu Pańskiego i troska o zbawienie. Celnie wyraził to Maksym Sokolow, szef Służby Informacyjnej Wydziału ds. Młodzieży diecezji moskiewskiej: „celem prawosławnych bloggerów powinno być pomaganie ludziom we włączaniu się we wspólnotę eucharystyczną. Media społecznościowe są pomostem na drodze do komunikacji z ludźmi, którzy szukają Boga”⁶³. Druga ścieżka polega na wzmacnianiu medialnego potencjału Cerkwi w celu realizacji wyżej wymienionego posłannictwa; służy temu m.in. wspomniany kurs dla bloggerów organizowany przez Synodalny Wydział Misyjny RCP. W tym znaczeniu mamy do czynienia ze swoistym aktem medialnej i religij-

⁶⁰ X. Luchenko, *Orthodox Online Media on Runet: History of Development and Current State of Affairs*, „Digital Icons. Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media” 2015, nr 14, s. 125.

⁶¹ Ch. Helland., *Online religion...*, s. 2.

⁶² A. Киселова, В. Крюков, Д. Игнатъев, *В РПЦ запустили...*

⁶³ *Как Церковь ведет себя в социальных сетях*, <https://obzor.lt/news/n46165.html> (data dostępu: 15.02.2024).

nej reinstytucjonalizacji Cerkwi w społeczeństwie postsekularnym⁶⁴. W rezultacie możemy spodziewać się, że – jak zauważa Elena Ostrowskaja – „komunikacja medialna w Internecie, a przede wszystkim prawosławne wideoblogi, które nie poddają się centralizacji i organizacji zgodnie z zasadą hierarchicznego podporządkowania”⁶⁵, pozostaną w bliżej nieokreślonym horyzoncie czasowym przedmiotem trojski hierarchii RCP.

Bibliografia / References

Literatura

- Atkinson P. A., Coffey A., *Analysing documentary realities*, [w:] *Qualitative research. Theory, method and practice*, red. D. Silverman, London 1997.
- Beláková T. M., *Pandemiá COVID-19 i ee vliánie na ispol'zovanie Russkoj Pravoslavnoj Cerkov'ü i Rimsko-Katoličeskoj Cerkov'ü Internet-SMI dlá produženiá informacionnoj politiki*, „Voprosy politologii” 2022, t. 12, № 4]. [Белякова Т. М., *Пандемия COVID-19 и ее влияние на использование Русской Православной Церкви и Римско-Католической Церкви Интернет-СМИ для продвижения информационной политики*, „Вопросы политологии” 2022, т. 12, № 4].
- Belorussova S.Ü., *Religiá v virtual'nom prostranstve*, „Étnografiá” 2021, № 4. [Белоруссова С.Ю., *Религия в виртуальном пространстве*, „Этнография” 2021, № 4].
- Bogatova O.A., Golovanov S.V., *Deátel'nost' pravoslavnyh bloggerov kak faktor modernizacii pravoslavnyh religioznyh organizacij*, „Nauka. Kul'tura. Obščestvo” 2023, № 2. [Богатова О. А., Голованов С.В., *Деятельность православных блоггеров как фактор модернизации православных религиозных организаций*, „Наука. Культура. Общество” 2023, № 2].
- Bogdanova O., *Mediatization of Pastoral Care in the Russian Orthodox Church: The Reasons Behind „Ask the Priest” Websites*, „State, Religion and Church” 2021, vol. 8(1).
- Campbell H.A., *Introduction. The rise of the study of digital religion. Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, New York, London 2013.
- Campbell H.A., *Making Space for Religion in Internet Studies*, „The Information Society” 2005, vol. 21, no. 4.
- Campbell H., Bellar W., *Digital Religion. The basics*, London 2023.
- Cheong P. H., *Authority. Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, New York, London 2013.
- Corbin J., Strauss A., *Basics of qualitative research. Techniques and procedures for developing grounded theory*, Thousand Oaks CA 2008.
- Cybulska D., *Wykorzystanie metody obserwacji w naukach społecznych*, „Obronność – Zeszyty Naukowe Wydziału Zarządzania i Dowodzenia Akademii Obrony Narodowej” 2013, nr 2.
- Doliwa U., Rankovic L., *Time for community media in Central and Eastern Europe*, „Central European Journal of Communication” 2014, vol. 1.

⁶⁴ О.А. Богатова, С.В. Голованов, *Деятельность православных...*, s. 94.

⁶⁵ Е.А. Островская, *Медиатизация православия...*, s. 316.

- Ëngstrem M., *Postsekulárnost' i cifrovoj antiklerikalizm v Runete*, „Digital Icons. Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media” 2015, nr 14. [Энгстрем М., *Постсекулярность и цифровой антиклерикализм в Рунете*, „Digital Icons. Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media” 2015, nr 14].
- Galvagni L., *A digital spirituality for digital humans?*, [w:] *Religion in the Age of Digitalization. From New Media to Spiritual Machines*, red. G. Isetti, E. Innerhofer, H. Pechlaner et al., London 2021.
- Golovněv V., Belorussova S.Û., Kisser T.S., *Virtual'naâ ètničnost' i kiberetnografîâ*, Sankt-Peterburg 2021. [Головнѐв В., Белоруссова С. Ю., Киссер Т.С., *Виртуальная этничность и киберетнография*, Санкт-Петербург 2021].
- Guzek D., *Mediatyzacja religii: analiza pojęcia*, [w:] *Przestrzenie komunikacji: technika, język, kultura*, red. E. Borkowska, A. Pogorzelska-Kliks, B. Wojewoda, Gliwice 2015.
- Helland Ch. *Diaspora on the electronic frontier: Developing virtual connections with sacred homelands*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, vol. 12(3).
- Helland Ch., *Online religion as lived religion methodological issues in the study of religious participation on the internet*, „Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet” 2005, vol. 1.1.
- Helland Ch., *Ritual. Digital Religion. Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, New York–London 2013.
- Hoover S.M., *Religion, Media and Identity. Theory and Method in Audience Research on Religion and Media*, [w:] *Mediating Religion. Studies in Media, Religion and Culture*, red. J. Mitchell, S. Marriage, Edinburgh 2003.
- Lučenko X., *Orthodox Online Media on Runet: History of Development and Current State of Affairs*, „Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media” 2015, nr 14.
- Merriam S.B., *Case study research in education: A qualitative approach*, San Francisco 1988.
- Mihinin S.V., *Ispol'zovanie seti Internet Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi Moskovskogo Patriarhata*, [v:] *Cerkov', gosudarstvo i obšestvo v istorii Rossii i pravoslavnyh stran*, red. N. M. Markova et al., Vladimir 2021. [Михинин С.В., *Использование сети Интернет Русской Православной Церкви Московского Патриархата*, [w:] *Церковь, государство и общество в истории России и православных стран*, red. Н.М. Маркова et al., Владимир 2021].
- Nedyhalov L.A., *Vliânie blogosfery na informacionno-kommunikativnûi deâtel'nost' Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi po razvitiiu pravoslavnoj kul'tury*, „Vestnik Volžskogo universiteta imeni V.N. Tatiševa” 2023, № 1. [Недѝхалов Л.А., *Влияние блогосферы на информационно-коммуникативную деятельность Русской Православной Церкви по развитию православной культуры*, „Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева” 2023, № 1].
- Ostrovskáâ E.A., *Mediatizaciâ pravoslaviâ – èto vozmožno?*, „Monitoring obšestvennogo mneniâ: èkonomičeskie i social'nye peremeny” 2019, № 5. [Островская Е. А., *Медиатизация православия – это возможно?*, „Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены” 2019, № 5].
- Ostrovskaya E. A., *Mission Possible: Russian Orthodox Priest Blogs*, „Kontsept: Filosofia, Religia, Kul'tura” [„Концепт: философия, религия, культура”] 2021, № 1.

- Rusakevič A., Specifikaciã missionerskoj raboty v social'nyh setãh, „Teologičeskij vestnik Smolenskoj Pravoslavnoj Duhovnoj seminarii” 2022, № 2. [Русакевич А., Спецификация миссионерской работы в социальных сетях, „Теологический вестник Смоленской Православной Духовной семинарии” 2022, № 2].
- Stähle H., *Russian Church in the Digital Era. Mediatization of Orthodoxy*, London 2022.
- Szulich-Kałuża J., *Tożsamość religijna w dobie mediatyzacji religii*, „Roczniki Nauk Społecznych KUL” 2021, nr 1.
- Zimova N. S., Medijnyj obraz Russkoj pravoslavnoj cerkvi i vyzovy pandemii, „Cifrovaã sociologią. Naučnyj žurnal” 2021, № 4. [Зимова Н.С., Медийный образ Русской православной церкви и вызовы пандемии, „Цифровая социология. Научный журнал” 2021, № 4].

Netografia

- Kak Cerkov' vedet sebã v social'nyh setãh*. [Как Церковь ведет себя в социальных сетях], <https://obzor.lt/news/n46165.html>.
- Kanal svãšennika Georgiã Maksimova*. [Канал священника Георгия Максимова], <https://www.youtube.com/channel/UCLt3pD7jkD6jo7R-5Krchuw>.
- Kiselova A., Krukov V., Ignat'ev D., *V RPC zapustili školu bloggerov dlã svãtennikov*. [Киселова А., Крюков В., Игнатьев Д., В РПЦ запустили школу блоггеров для священников], <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2024/03/11/1024508-v-rpts-zapustili-shkolu-bloggerov-dlya-svyaschennikov>.
- Koskelo A., *Škola pravoslavnykh bloggerov – èto hod v period ili naprasnaã trata vremeni*. [Коскело А., Школа православных блоггеров – это ход в период или напрасная трата времени?], <https://s-t-o-l.com/tserkov/46212-shkola-pravoslavnykh-bloggerov-eto-khod-vperyed-ili-naprasnaya-trata-vremeni/>.
- Lipanova L., *Sam Bog velel: počemu v Rossii rastet segment hristianskih blogov*. [Липанова Л., Сам Бог велел: почему в России растет сегмент християнских блогов], <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/499406-sam-bog-velel-pocemu-v-rossii-rastet-segment-hristianskih-blogov>.
- Rekomendacii po rabote v social'nyh setãh dlã eparhial'nykh i prihodskih informacionnykh služb*. [Рекомендации по работе в социальных сетях для епархиальных и приходских информационных служб], <https://sinfo-mp.ru/rekomendatsii-po-rabote-v-sotsialnyih-setyah-dlya-eparhialnyih-i-prihodskih-informatsionnyih-sluzhb.html>.
- Religioznye predstavleniã*. [Религиозные представления], <https://www.levada.ru/2023/05/16/religioznye-predstavleniya-2/>.
- V RPC roãvilas' škola bloggerov dlã svãšennnikov*. [В РПЦ появилась школа блоггеров для священников], <https://hi-tech.mail.ru/news/107274-v-rpc-poyavilas-shkola-bloggerov-dlya-svyashennikov/>.
- Videoblogi svãšennikov Russkoj Pravoslavnoj Cerkvi: rekomendacii i sovery*. [Видеоблоги священников Русской Православной Церкви: рекомендации и советы], <https://pravoslavie.ru/114895.html>.
- Vlast' portit duhovenstvo/Adam i Eva – piteki/začem celovat' ruku batûške/vera i ljubov' k sebe*. [Власть портит духовенство/Адам и Ева – питеки/зачем целовать руку батюшке/вера и любовь к себе], <https://www.youtube.com/watch?v=Mf4TLbeq3yk>.