УДК 070+271.2

С. В. Новиков, Н. К. Федотов

Роль социальных сетей и интернет-площадок в деле миссии Церкви: на примере православных приходов Екатеринбурга

Аннотация. Статья посвящена анализу страниц приходов Екатеринбургской епархии в социальных сетях и кроссплатформенном мессенджере Telegram на предмет наличия в них миссионерского контента. Рассмотрен теоретический аспект присутствия миссии Церкви в интернет-пространстве, приведено обоснование миссионерской деятельности в контексте нормативного обеспечения государства и Русской Православной Церкви. Анализу подвергнуты информационные ресурсы в сети Интернет 71 религиозной организации Екатеринбургской епархии, расположенных в муниципальном образовании «город Екатеринбург». В статье приведен анализ 7 организаций, ярко иллюстрирующий проблематику вопроса. В заключение сделаны выводы по изученному материалу, сводящиеся к тому, что информационные ресурсы православных екатеринбургских приходов более ориентированы на информирование прихожан о событиях церковной жизни, чем на миссионерскую составляющую.

Ключевые слова: *миссионерская деятельность, Русская Православная Церковь, интернет-миссия, социальные сети, ВКонтакте, Telegram, Екатеринбургская епархия, приходские страницы в социальных сетях*

Для цитирования: *Новиков С. В., Федотов Н. К.* Роль социальных сетей и интернет-площадок в деле миссии Церкви: на примере православных приходов Екатеринбурга // Церковь. Богословие. История. 2026. № 7. С. 597–618.

Сведения об авторах: Новиков Сергей Владимирович — проректор по общим вопросам, старший преподаватель кафедры церковно-практических дисциплин Екатеринбургской духовной семинарии (Российская Федерация, г. Екатеринбург). *E-mail: novikov.sv-1994@ya.ru*

Федотов Никита Константинович — студент 3 курса бакалавриата Екатеринбургской духовной семинарии (Российская Федерация, г. Екатеринбург). *E-mail: npobitkov@mail.ru*

В современном мире преобладают и развиваются цифровые технологии, упрощающие взаимодействие со всеми сферами человеческой жизни. Социальные сети и интернет-площадки все больше становятся неотъемлемой частью бытия, помогают поддерживать связь через тысячи километров. Особенно это распространено в молодежной среде. Это позволяет выходить на новый уровень коммуникации не только светским учреждениям, но и Русской Православной Церкви.

© С. В. Новиков, Н. К. Федотов, 2026

Прежде чем давать оценку миссии в сети Интернет, стоит оценить ее целесообразность: Интернет не только предоставляет широкие возможности, но и скрывает опасности, которые необходимо разглядеть миссионеру, направляющему проповедь в цифровую среду. На Архиерейском Соборе 2017 г. Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл, призвав священнослужителей к активному освоению цифрового диалога, предостерег их от опасности «увлечься собственным образом в социальных сетях»[1]: стать блогером, а не священником. Другой опасностью может выступать роль, которой наделяют Интернет сами пользователи. В определенный момент поиски духовных смыслов в сети могут сбить человека с толку и он заменит реальную духовную жизнь цифровой (например вместо посещения храма станет удовлетворяться материалами христианской тематики в сети); о философских, духовных, психологических опасностях, которые таит в себе цифровизация, рассуждает в эссе «Обратная сторона новых медиа»[2] современный богослов Жан-Клод Ларше. Будем исходить из предположения, что миссионер достаточно осведомлен о духовных проблемах современного цифрового общества.

В действительности, интернет-ресурсы способны помогать пастырям и миссионерам проповедовать Христа широкому кругу людей разной степени воцерковленности и даже людям неверующим, о чем скажем далее.

Темой миссии в социальных сетях отечественные исследователи не занимаются достаточно широко, однако ряд публикаций по теме все же имеется[3].

[1] Святейший Патриарх Кирилл: Миссия в социальных сетях еще не освоена в полной мере // Русская Православная Церковь: официальный сайт Московского Патриархата. URL: https://www.patriarchia.ru/db/text/5073058.html (дата обращения: 04.11.2025).

[2] *Ларше Ж.-К.* Обратная сторона новых медиа. М., 2023. 304 с.

[3] См., напр.: *Жуковская Е. Е.* Церковь и медиа: учебник по организации работы епархиальной пресс-службы/профильного подразделения епархиального управления, отвечающего за взаимоотношения со средствами массовой коммуникации, в том числе журналистами и блогерами. М., 2021. 256 с.; *Новиков С. В.* Высшие духовные учебные заведения Русской Православной Церкви в Telegram: от теории к практике // Церковь. Богословие. История. 2025. № 6. С. 294–315; *Его же.* Социальные сети как форма миссии Русской Православной Церкви в XXI веке // Церковь. Богословие. История. 2024. № 5. С. 425–436.

Прежде чем охарактеризовать миссию Русской Православной Церкви в социальных сетях и кроссплатформенных мессенджерах, необходимо обосновать теоретический аспект такого рода миссии. Для этого обратимся к определению самого термина «миссионерская деятельность».

Емкое определение миссии дает общецерковный документ «Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви»[4]: «Миссия (свидетельство) — проповедь для пробуждения веры»[5]. «Православная энциклопедия» дает более научное объяснение термина. В первую очередь это узкое определение: миссия — «одна из форм церковной деятельности, целью которой является обращение неверующих или иноверцев к вере во Христа»[6]. Но более конкретно задача современной миссии описывается в контексте различения внешней и внутренней миссий: «...в задачи внутренней миссии стали входить религиозное просвещение православных христиан, которые обнаруживают богословское невежество... той части образованного российского общества, которая, при формальной принадлежности к Православной Церкви, утратила живую связь с ней либо совершенно утратила веру»[7], а задача внешней миссии — «свидетельство о Христе людям... не связанным с христианской традицией»[8]. Таким образом, из вышеуказанных определений, поле для «пробуждения веры» достаточно обширно и включает церковных, околоцерковных и нецерковных людей.

«Концепция миссионерской деятельности» формулирует ряд конкретных локальных задач миссии[9]. Их необходимо учесть, поскольку при определении роли интернет-площадок, социальных сетей и мессенджеров в деле проповеди христианства мы должны будем анализировать, каким образом эти ресурсы соответствуют поставленным Церковью задачам. Кратко их можно сформулировать так:

1) проповедь среди невоцерковленных;

[4] Концепция миссионерской деятельности Русской Православной Церкви // Собрание документов Русской Православной Церкви. М., 2014. Т. 2, ч. 1. С. 368.

[5] Там же. С. 368.

[6] *Цыпин В., прот.* Миссионерство // Православная энциклопедия. М., 2017. Т. 45. С. 407.

[7] Там же. С. 408.

[8] Там же.

[9] Концепция миссионерской деятельности... С. 373–374.

2) пробуждение веры у крещеных;
3) восприятие и христианизация культуры и обычаев;
4) освящение национальных традиций;
5) проповедь и миссионерские богослужения на родных языках;
6) разъяснение таинств;
7) подготовка местных миссионеров;
8) воцерковление новообращенных.

История миссионерской деятельности Русской Православной Церкви свидетельствует, что до того как общество стало информационным, до появления СМИ[10] и тем более сети Интернет, миссия осуществлялась традиционным способом. В местах, где жили иноверцы, организовывались миссионерские поездки и станы для просвещения народностей. Так, например, известны Аляскинская[11], Алтайская[12], Киргизская[13], Японская[14] миссии и другие. На территорию миссии для проповеди христианства отправлялись специально обученные люди, чаще монашествующие или священнослужители.

С появлением СМИ, а позже и информационно-коммуникационных технологий, миссионерская деятельность вышла на новый уровень, позволяя осуществлять проповедь новым способом: через распространение миссионерских изданий, газет, листовок, а в Интернете — посредством коммуникации с интернет-сообществами как верующих, так и неверующих. Такой способ миссии привел к необходимости формулировать новые задачи и выявил ряд проблем, которые рассмотрим далее. Последнее выразилось, в том числе, в создании Русской Православной Церковью ряда современных документов.

Одним из главных документов стала уже упомянутая «Концепция миссионерской деятельности» 2007 г. Документ имеет упоминание о работе миссионеров в интернет-пространстве. В частности,

[10] СМИ — средства массовой информации.

[11] *Куренков А., свящ.* Аляскинская (Кадьякская) миссия // Православная энциклопедия. М., 2001. Т. 2. С. 89–91.

[12] *Пивоваров Б., прот.* Алтайская духовная миссия // Православная энциклопедия. М., 2001. Т. 2. С. 43–49.

[13] *Бирюкова К. В.* Киргизская духовная миссия Русской Православной Церкви // Православная энциклопедия. М., 2014. Т. 34. С. 95–99.

[14] *Трухин В. Н.* Николай (Касаткин Иван Дмитриевич) // Православная энциклопедия. М., 2018. Т. 50. С. 160–178.

побуждает вести миссию среди мирян на интернет-форумах[15] — «ориентировать мирян на особый вид миссионерской деятельности, направленной на церковное присутствие в интернет-пространстве»[16].

С 1995 г. миссионерское служение в Русской Православной Церкви организуется Синодальным миссионерским отделом, который постоянно подкрепляет актуальность целей и задач церковной миссии. Один из плодов деятельности отдела — изданная в 2014 г. «Настольная книга православного миссионера»[17], позволяющая более четко сформулировать теоретические аспекты интернет-миссии.

Определение информационной миссии, приведенное в «Настольной книге»: «Информационная миссия — православное свидетельство широким слоям населения через все доступные средства массовой информации, а также организацию приходских библиотек и издание специальной миссионерской литературы»[18]. Цель информационной миссии, согласно словарю, это религиозное просвещение и формирование достоверных представлений о православной вере среди широкой аудитории через СМИ, которые разделяются на медиаресурсы, интернет-ресурсы и литературу[19]. Одной из форм деятельности информационной миссии обозначается «активное освоение информационного пространства с использованием всего многообразия новейших информационных технологий (радиовещание, телевидение, интернет и печатные СМИ)»[20].

В словаре приводится логичное определение интернет-миссии как миссии в сети Интернет — сам Интернет при этом понимается как среда для миссионерской деятельности, которая «воспроизводит структуру донесения информации и структуру коммуникации, существовавшую во времена апостольской проповеди»[21]. Сети Интернет приписывается, на наш взгляд, спорное на сегодня обладание свободой, не стесненной идеологией и формализмом[22]. Площадками

[15] Концепция миссионерской деятельности... С. 386.

[16] Там же. С. 389.

[17] Настольная книга православного миссионера: словарь по миссиологии. М., 2014. 248 с.

[18] Там же. С. 24.

[19] Там же.

[20] Там же.

[21] Там же.

[22] Там же.

для осуществления миссии словарь называет интернет-сайты, блоги и личные страницы в социальных сетях православной тематики.

Интернет-миссию могут осуществлять не только непосредственно религиозные организации и официальные представители Церкви, но и независимые интернет-миссионеры. «Настольная книга» дает им следующее определение: «Интернет-миссионеры — христиане, осуществляющие независимое от официальных сайтов Русской Православной Церкви свидетельство о Христе в среде пользователей сети Интернет посредством открытия личных сайтов, ведения блогов, создания личных интернет-страничек в социальных сетях, где в форме обсуждения различных религиозных тематик, участия в диалогах и дискуссиях они ведут миссионерскую работу. Интернет-миссионеры самостоятельно определяют форму наиболее эффективного содержания информации, а также приоритетные тематические направления, по которым интернет-общественность могла бы формировать „повестку дня“ в социальных сетях и блогосфере. Православные интернет-миссионеры занимаются миссионерской деятельностью, публично заявляя о своем членстве в Православной Церкви, что абсолютно исключает конфессиональную анонимность миссионера. Для православных интернет-миссионеров характерна открытость и действующая форма обратной связи. Интернет-миссионер несет полную ответственность за содержание излагаемой им в сети Интернет информации на предмет ее соответствия Евангелию, православной церковной традиции и общепринятым этическим нормам»[23].

Другим важным подспорьем в определении теоретических аспектов миссии Церкви в интернет-пространстве стало учебное пособие по миссиологии[24], вышедшее в 2010 г.; в некоторых технических терминах, касающихся информационных технологий, оно отстает от сего дня, но теоретическое содержание остается актуальным. Учебник имеет раздел о принципах и методах миссионерской деятельности Церкви в сети Интернет[25]. Пособие выделяет два типа коммуникации в сети: «от одного ко многим» — попросту говоря, это сайты, и «от многих к многим» — социальные сети[26]. Соответственно,

[23] Настольная книга православного миссионера... С. 23.

[24] Миссиология: уч. пос. М., 2010. 400 с.

[25] Там же. С. 225.

[26] Там же. С. 230–231.

к каждой разновидности площадок предъявляются определенные требования. Требования к страницам в социальных сетях, только набирающих популярность в России в год выхода пособия, совсем не сформулированы. Тем не менее, составители учебника обращают внимание на особенности ведения дискуссии в них[27].

Отметим, что нормативное обеспечение миссии в социальных сетях и кроссплатформенных мессенджерах представляет собой комплексную систему документов и регламентов, сформированных в ответ на современные вызовы цифровой эпохи. Основания для такой миссии заложены в основных документах Русской Православной Церкви и последовательно развиваются посредством решений Архиерейских Соборов, Священного Синода и синодальных учреждений, регламентируются на уровне епархиальных миссионерских учреждений[28]. Общецерковные документы при формулировке этических норм присутствия клира и мирян в социальных медиа отсылают к нормам Евангелия и канонического права. Затрагивает этот вопрос и подробно рассуждает о канонических границах православной миссии в интернете свящ. Виктор Ленок[29].

Вместе с этим, так или иначе, могут затрагивать деятельность Церкви в интернет-пространстве и государственные нормативные акты. Первые документы, которые следовало бы рассмотреть, это ФЗ «О свободе совести и о религиозных объединениях» от 26 сентября 1997 г. № 125-ФЗ[30] и ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ[31] с актуальными изменениями. ФЗ «Об информации,

[27] Миссиология: уч. пос. С. 234–235.

[28] См.: *Новиков С. В., Соколов И. В., диак.* Анализ документов, регламентирующих взаимодействие Церкви со светскими СМИ // Церковь. Богословие. История. 2024. № 5. С. 412–424.

[29] *Ленок В., свящ.* Канонические границы православной миссии в Интернете: постановка вопросов // Праксис. 2020. № 3 (5). С. 191–213.

[30] Федеральный закон «О свободе совести и о религиозных объединениях» от 26.09.1997 № 125-ФЗ (последняя редакция) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16218/ (дата обращения: 04.11.2025).

[31] Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (последняя редакция) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 04.11.2025).

информационных технологиях и о защите информации»[32] не касается напрямую миссионерской деятельности, но затрагивает деятельность граждан в социальных сетях и мессенджерах. Указанная тема нашла отражение в п. 6 ст. 10 ФЗ. Пункт регулирует порядок регистрации, ведения и распространения информации через страницы, имеющие более 10 000 подписчиков. Может показаться, что для приходской странички это колоссальное количество, но (при грамотном и активном ведении) вполне достижимое. Поэтому владельцам приходских и миссионерских страниц в социальных сетях необходимо иметь в виду требования законодательства в этой сфере.

Рассмотрев церковное и светское законодательство по вопросу, приходим к выводу, что в настоящее время не существует четкой регламентации церковной миссии в социальных сетях и мессенджерах. Нам не удалось обнаружить конкретного нормативного акта, изданного Церковью или государством, который бы в полной мере описывал права, обязанности, возможности для дела церковной миссии в интернете. Таким образом, на основании теоретического и нормативного аспектов церковной миссии в социальных сетях остается сформулировать критерии, которые помогут проанализировать роль социальных сетей и мессенджеров в церковной миссии.

По большей части эта задача уже оказалась решенной в статье, посвященной социальным сетям как форме миссии Русской Православной Церкви[33]. В ней приводятся критерии, по которым миссию Церкви в социальных сетях можно считать успешной[34]. Воспользуемся этими выводами и дополним некоторыми соображениями:

1) соответствие задачам миссии: чем больше задач миссии (приведенных выше), сформулированных в «Концепции миссионерской деятельности» страница, канал или группа выполняют, тем справедливее можно судить об их роли в интернет-миссии;

2) соответствие нормам корректного общения с аудиторией — «подача материала простым, понятным языком, но не переходящим

[32] Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ (последняя редакция) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 04.11.2025).

[33] *Новиков С. В.* Социальные сети как форма миссии... С. 425–436.

[34] Там же. С. 433–434.

границы культурного общения, исключающего вульгаризмы, сленг, жаргон и т. д.»[35];

3) разнообразие форматов подачи материала, в том числе «наличие качественных фото и видеоматериалов на соответствующую тему»[36];

4) количество уникальных просмотров материала;

5) наличие комментариев, вопросов, глубина обсуждений;

6) наличие и характер обратной связи;

7) «отражение событий, которые относятся не только к жизни Церкви, но и тем или иным образом связаны со светским миром»[37].

На эти критерии в дальнейшем мы будем опираться при анализе церковной миссии в сети Интернет на примере православных приходов Екатеринбурга. Далее приведем характеристику роли социальных сетей и кроссплатформенных мессенджеров для миссии Церкви. Для этого проанализируем присутствие православных приходов и учреждений Екатеринбургской епархии в социальной сети ВКонтакте и в мессенджере Telegram.

Исчерпывающий список юридических лиц (приходов и религиозных организаций) Екатеринбургской епархии, насчитывает 247 наименований. Из этого списка были исключены приходы и организации, территориально не входящие в муниципальное образование «город Екатеринбург». Стоит учесть, что в списке оставлены епархиальные учреждения — такие, как отделы епархиального управления и монастыри. Эти организации — важные епархиальные центры, которые осуществляют публичную деятельность, в том числе в медиасфере, поэтому мы сочли целесообразным учитывать их роль в деле церковной миссии в интернет-пространстве. Таким образом, был отобран список из 71 наименования, внесенных в базу данных по следующим параметрам:

— наименование организации;
— адрес официального сайта;
— адрес ресурса в социальной сети ВКонтакте;
— количество подписчиков в социальной сети ВКонтакте;
— адрес ресурса в мессенджере Telegram;
— количество подписчиков в мессенджере Telegram.

[35] *Новиков С. В.* Социальные сети как форма миссии... С. 434.
[36] Там же. С. 425–436.
[37] Там же. С. 434.

Прежде всего необходимо было отсортировать и ранжировать полученный список. Было замечено, что количество подписчиков на ресурсы выбранных религиозных организаций в кроссплатформенном мессенджере Telegram значительно ниже, чем на ресурсы тех же организаций в социальной сети ВКонтакте. Поэтому была осуществлена сортировка по столбцам с количеством подписчиков в социальной сети и в мессенджере.

Предварительные наблюдения показали следующее:

1) у 24 организаций не удалось обнаружить ссылки на официальный сайт;

2) у 13 организаций отсутствует страница в социальной сети ВКонтакте;

3) у 53 организаций отсутствует канал в мессенджере Telegram.

По результатам предварительного отбора сформировалась следующая выборка:

Категория	**Число подписчиков**
1	5 000–11 000
2	1 000–5 000
3	400–1 000
4	до 400
5	нет ресурсов в ВКонтакте и Telegram

Учитывая масштабы материала исследования, чтобы не перегружать статью, приведем выборку, которая позволит составить картину присутствия религиозных организаций в ВКонтакте и Telegram. Для этого из списка первой категории выбраны три религиозные организации, из 2-й категории — 2 организации, а из 3-й и 4-й — по одной из каждой; для удобства сократим полные наименования организаций до привычных слуху жителей Екатеринбурга. Организации, не имеющие ресурсов одновременно в ВКонтакте и Telegram, в настоящей статье не приведены.

7 отобранных религиозных организаций:

1. Александро-Невский Ново-Тихвинский женский монастырь;
2. Храм-памятник на Крови;
3. Собор в честь Успения Пресвятой Богородицы на ВИЗе;
4. Владимирский приход на Семи Ключах;
5. Казанский храм на Химмаше;
6. Храм Воскресения Христова на Ботанике;

7. Приход градо-Екатеринбургской Симеоновской церкви-школы.

Теперь непосредственно обратимся к опыту присутствия избранных религиозных организаций в интернет-пространстве для анализа их роли в деле миссии Русской Православной Церкви[38]. Для этого будем оперировать критериями, сформулированными нами ранее.

1. **Сообщество «Ново-Тихвинская обитель»** в социальной сети ВКонтакте создано 16 мая 2017 г.[39], имеет более 10 000 подписчиков и более 15 000 записей. Суммарное количество отметок «Мне нравится» — более 890 000, комментариев — более 16 500, поделились записями — 60 000. Вложений в записях — более 30 000, из них 92 % — фотографии[40]. Сообщество принадлежит Александро-Невскому Ново-Тихвинскому женскому монастырю. Описание в информации о сообществе задает общую тематику его публикаций — они посвящены монашеству и монашескому деланию. Внешне сообщество оформлено достаточно качественно, используются возможности платформы — такие, как обложка, навигационные кнопки меню, карта с адресом и часами работы.

Первое, что стоит отметить при просмотре страницы сообщества, — обилие изображений с цитатами святых отцов Церкви и современных подвижников благочестия, монашествующих. Визитная карточка обители — открытки с Иисусовой молитвой, которые публикуются регулярно. Часто встречаются записи с отрывками из бесед настоятельницы обители игум. Домники (Коробейниковой) с сестрами, поучительные истории из жизни, собранные, по всей видимости, из различных источников. Постоянно публикуются фотографии и краткие новостные сообщения о праздничных богослужениях, совершаемых в монастыре, поздравления с праздниками и именинами. Монастырская социальная служба периодически публикует просьбы о сборе средств для помощи. Особенно важно, что в виду специфики деятельности обители по распространению информации о новомучениках и исповедниках Церкви Русской в сообществе

[38] Статистические данные страниц в социальной сети ВКонтакте и в мессенджере Telegram приведены на 4 ноября 2025 г.

[39] Ново-Тихвинская обитель: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/novo_tihvin (дата обращения: 04.11.2025).

[40] Анализ произведен при помощи встроенного приложения ВКонтакте: статистика стены. URL: https://vk.com/app5353737 (дата обращения: 04.11.2025).

появляются посты о новомучениках и, конечно же, семье святых Царственных страстотерпцев.

Соотнеся содержание сообщества с критериями, отметим следующее. Прямой миссией сообщество Ново-Тихвинской обители не занимается, хотя прославление памяти новомучеников имеет большой вес в деятельности ресурса. Чаще публикуемый материал обращен к воцерковленной части аудитории, знакомой с церковным бытом и монашеством. Фотоматериалы, публикуемые на ресурсе, имеют высокое качество, но материалов видео- и аудиоформата практически нет. Из почти 10 000 подписчиков записи просматривает в среднем 1 000 человек. Общение с аудиторией отсутствует ввиду малочисленности комментариев и обсуждений. Новостных публикаций, отражающих общецерковную и светскую жизнь, не имеется ввиду монашеской направленности ресурса.

Монастырь имеет канал в Telegram[41] с более чем 1 800 подписчиками. Его наполнение практически не отличается от содержания сообщества ВКонтакте. Из 1 840 человек записи в среднем просматривает почти 800.

2. Страницу в социальной сети ВКонтакте имеет **Храм-памятник на Крови во имя всех святых, в земле Российской просиявших,** созданную 29 апреля 2008 г.[42] На сообщество подписано более 7 500 человек, на стене — 4 200 постов, в сумме набравших 200 000 реакций «Мне нравится», 3 600 комментариев; поделились ими свыше 12 800 человек. Большая часть вложений — фотографии, видеоконтент занимает 8 % вложений[43]. Основную тематику страницы составляют жизнь и прославление святых Царственных страстотерпцев, чуть меньшая часть посвящена жизни Храма-памятника и его просветительской деятельности. Администраторы сообщества используют в оформлении некоторые последние возможности платформы.

Состав публикаций можно условно поделить на 3 категории: 1) новостные публикации о богослужениях и мероприятиях храма

[41] Ново-Тихвинский монастырь: канал в Telegram. URL: https://t.me/novo_tihvinskij_monastir (дата обращения: 04.11.2025).

[42] Храм-на-Крови: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/xram_na_krovi (дата обращения: 04.11.2025).

[43] Анализ произведен при помощи встроенного приложения ВКонтакте: статистика стены. URL: https://vk.com/app5353737 (дата обращения: 04.11.2025).

с фотографиями и видеозаписями; 2) исторические и агиографические текстовые материалы о святой Царской семье, их приближенных и других новомучениках и исповедниках, снабженные архивными фотографиями; 3) карточки с церковными датами и празднуемыми памятями святых.

Как и в ситуации с сообществом Ново-Тихвинской обители, за миссионерскую направленность в содержании сообщества отвечают лишь публикации о новомучениках и исповедниках Церкви Русской. Новости публикуются в виде кратких сообщений, а тематический материл представлен в виде пространных биографических и житийных текстов. Формат подачи материала, как было отмечено выше, помимо текстового, включает фото и видео (не все фотографии и видеозаписи выполнены профессионально). Уникальных просмотров под записями от 500 до 1 500. В комментариях отсутствуют диалоги с администрацией, сами комментарии немногочисленны. Под некоторыми постами периодически появляются спам-сообщения околоцерковного характера, которые не всегда модерируются. В сообществе практически не публикуются общецерковные или светские новостные материалы.

Содержание канала в Telegram у Храма-памятника на Крови[44] с 3 096 подписчиками содержательно и по количеству просмотров не отличается от вышеописанного.

3. Другую, отличную от предыдущих картину, представляет собой сообщество **Собора Успения Пресвятой Богородицы на ВИЗе**[45]. С 8 октября 2013 г. сообщество набрало 7 526 подписчиков и 17 100 записей, 610 000 отметок «Мне нравится», 22 500 комментариев, а 30 000 человек поделились записями страницы. В 23 000 вложений к записям 73 % — фото и изображения, 13 % — видеоматериалы и 5 % — аудио[46]. В описании паблика сообщается: «Большой дружный семейный приход Екатеринбурга, где рады и принимают всех!». Действительно, ощутимая доля записей

[44] Храм на Крови: канал в Telegram. URL: https://t.me/hram_na_krovi (дата обращения: 30.12.2025).

[45] Собор Успения Пресвятой Богородицы Екатеринбург: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/sobor_uspenie (дата обращения: 04.11.2025).

[46] Анализ произведен при помощи встроенного приложения ВКонтакте: статистика стены. URL: https://vk.com/app5353737 (дата обращения: 04.11.2025).

на стене сообщает об активной жизни прихода. Сообщество пользуется многими возможностями платформы по оформлению и ведению страницы. У него на текущий момент более 142 клипов. В них не только видеофрагменты из приходской и богослужебной жизни. Нередко в клипах настоятель прихода прот. Евгений Попиченко выступает с духовными словами, поздравлениями с церковными или светскими праздниками. Ежедневно публикуются толкования на Евангелие дня, иногда аудиопроповеди настоятеля. Среди новостей часто встречаются благодарности прихожанам, попечителям, организациям. Накануне начала единого государственного экзамена в стране на странице прихода была опубликована запись с предложением помолиться на молебне об учащихся, перед периодом летних отпусков — о путешествующих и пр.

Видно, что сообщество по содержанию нацелено описать жизнь активной православной общины. Напрямую это не попадает под задачи церковной миссии, но положительно влияет на образ Церкви у неверующего или околоцерковного контингента. Проповеди настоятеля публикуются не регулярно, но его поздравления в качестве священнослужителя со светскими праздниками (например с Днем защитника Отечества) могут привлекать внимание нецерковных людей. Показательной может быть публикация новости об экскурсии по Успенскому собору для пенсионеров[47], организованная по запросу одного из городских центров социального обслуживания. В комментариях под публикацией пользователь — сотрудник другого центра социального обслуживания — поинтересовался возможностью провести экскурсию для своих подопечных, на что получил положительный ответ администрации сообщества. Новостные публикации чаще всего написаны в непринужденном стиле, иногда сопровождаются отзывами прихожан. Как уже было отмечено, формат подачи материала достаточно разнообразен, большинство записей имеют от 700 уникальных просмотров. Многие публикации имеют комментарии с вопросами и благодарностями, руководители сообщества дают обратную связь практически на каждое сообщение.

[47] Экскурсия по Успенскому собору Екатеринбурга для горожан пенсионного возраста // Собор Успения Пресвятой Богородицы Екатеринбург: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/sobor_uspenie (дата обращения: 04.11.2025).

Telegram-канал собора[48] имеет 503 подписчика с записями в среднем по 150 просмотров, публикации дублируют страницу ВКонтакте, но выкладываются с меньшей периодичностью.

Из второй категории рассмотрим интернет-ресурсы Храма в честь Владимирской иконы Божией Матери на Семи Ключах и храма в честь Казанской иконы Божией Матери микрорайона Химмаш.

4. Сообщество **Владимирского прихода**[49] создано 24 июля 2014 г. На него подписано боле 3 500 человек. На стене опубликовано более 8 200 записей, набравших почти 280 000 отметок «Мне нравится», 10 000 комментариев. Записями поделилось свыше 16 000 пользователей сети. Среди 16 000 вложений к публикациям 63 % составляют фотоматериалы и изображения, 12 % — аудиоматериалы, 5 % — видео[50]. Приход ведет активную молодежную работу, поэтому на странице сообщества, посвященного жизни общины, можно увидеть множество публикаций, связанных с молодежной жизнью прихода. Сообщество оформлено с использованием возможностей платформы: обложки и навигационного меню.

Содержание стены отличается от предыдущих рассмотренных приходов обилием аудиопроповедей настоятеля и клириков храма, произнесенных не только на праздничных богослужениях, но и на рядовых в будни. По количеству отметок «Мне нравится» и числу просмотров видно, что записи с проповедями пользуются спросом. Некоторое время назад такие публикации снабжались краткими резюме с нравственными выводами из слов священнослужителя. Частые публикации о молодежной активности свидетельствуют о положительном опыте работы прихода в этой среде. Они могут создавать почву для появления желания у родителей разной степени воцерковленности приводить детей в храм. Остальная часть публикаций посвящена событиям богослужебной и приходской жизни с фотографиями и альбомами.

---

[48] Успенский собор Екатеринбург: канал в Telegram. URL: https://t.me/SoborUspenieEkb2022 (дата обращения: 04.11.2025).

[49] Владимирский приход на Семи Ключах Екатеринбург: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/vladprihod (дата обращения: 04.11.2025).

[50] Анализ произведен при помощи встроенного приложения ВКонтакте: статистика стены. URL: https://vk.com/app5353737 (дата обращения: 04.11.2025).

Вклад прихода в интернет-миссию обеспечивает наполнение контента аудиопроповедями; в остальном сообщество не выделяется среди остальных приходских страниц. Его администрация грамотно составляет тексты к публикациям. Они снабжены качественными фотоматериалами. В среднем посты набирают от 600 уникальных просмотров. Публикации нередко получают комментарии пользователей, на которые администрация старается давать обратную связь. Обсуждений практически нет. Выделим благодарность от пользователей в адрес редакторов. Например, на странице некоторое время назад сменился редактор и к сообщению об этом было оставлено сравнительно немало комментариев с признательностью ушедшему редактору[51]. События общецерковной и светской жизни в сообществе не затрагиваются.

Канал прихода в Telegram[52] полностью дублирует содержание сообщества ВКонтакте, имеет 472 подписчика и сообщения канала просматривает в среднем 300 человек.

5. **Сообщество храма в честь Казанской иконы Божией Матери на Химмаше**[53] начало действовать в социальной сети ВКонтакте 3 июля 2014 г. Сейчас на сообщество подписаны 1 200 человек, на странице опубликованы свыше 1 800 записей, под ними пользователи оставили почти 30 000 отметок «Мне нравится» и всего 524 комментария. Записями поделились почти 1 500 человек. Из 3 300 вложений к публикациям 75 % составляют фотографии и изображения, а 12 % — видеозаписи; аудиоконтента практически нет[54]. Сообщество посвящено только внутренней жизни приходской общины. Особенностей оформления и организации страницы сообщества выделить нельзя. Публикации выходят нерегулярно, с большими перерывами в несколько дней. Основную часть публикаций составляет хроника приходской жизни, но вместе с тем регулярно

[51] Сообщение о смене редактора в сообществе // Владимирский приход на Семи Ключах Екатеринбург: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/wall-74720298_20951 (дата обращения: 04.11.2025).

[52] Новости Владимирского прихода: канал в Telegram. URL: https://t.me/newsvladprihod (дата обращения: 04.11.2025).

[53] Казанский храм на Химмаше: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/kazanhram (дата обращения: 04.11.2025).

[54] Анализ произведен при помощи встроенного приложения ВКонтакте: статистика стены. URL: https://vk.com/app5353737 (дата обращения: 04.11.2025).

публикуются видеозаписи проповедей священнослужителей храма. Среди постов встречаются поздравления прихожан и местные анонсы.

Таким образом, нельзя судить о вкладе страницы в интернет-миссию, но видео проповедей набирают от 200 до 600 просмотров. Приходские новости представляют собой краткие заметки — и часто с качественными фотоматериалами, видеозаписи имеют характер любительской съемки. Отрицательным фактором можно определенно считать нерегулярность публикаций. Комментарии практически отсутствуют, обсуждений нет. Новости Церкви, епархии или светские в тематике постов не наблюдаются.

Как в предыдущем случае, канал Telegram[55] полностью копирует ленту из сообщества в социальной сети и имеет 125 подписчиков.

Из выделенных 3-й и 4-й категорий рассмотрим по одному приходу.

6. Еще не возведенный **храм Воскресения Христова на Ботанике** временно проводит службы в храме Похвалы Божией Матери. Приход храма с 13 февраля 2017 г. имеет сообщество в социальной сети ВКонтакте[56] с 460 подписчиками и почти 600 публикаций. Отметок «Мне нравится» — 4 347, комментариев только 145, записями поделились 332 человека. 82 % вложений к публикациям составляют изображения, 5 % — видео[57]. Группа используется администраторами для публикации расписания богослужений и объявлений. Оформление группы без особенностей, но стоит отметить использование администраторами такой функции платформы ВКонтакте, как «Статьи».

Записи в группе появляются нерегулярно, с большими перерывами. Чаще всего это расписания богослужений. На стене появляются записи, посвященные церковным праздникам с объяснением их смысла, в группе присутствует раздел статей, в которые помещены достаточно удачные материалы о святых, праздниках, таинствах. Но ни записи на стене, ни статьи в специальном разделе не набирают достаточного количества просмотров. У первых до 150 уникальных просмотров, у вторых в среднем 25.

[55] Казанский храм: канал в Telegram. URL: https://t.me/kazansky_cerkov (дата обращения: 04.11.2025).

[56] Храм Воскресения Христова на Ботанике: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/botanikahram (дата обращения: 04.11.2025).

[57] Анализ произведен при помощи встроенного приложения ВКонтакте: статистика стены. URL: https://vk.com/app5353737 (дата обращения: 04.11.2025).

Здесь мы сталкиваемся с ситуацией, противоположной тем, которые наблюдали ранее. При видимом наполнении сообщества публикациями миссионерского характера в паблике не имеется ни просмотров, ни обсуждений. Скорее всего, это объясняется небольшим числом подписчиков и непостоянством публикации материалов, возможно, и неправильной их подачей. Помимо этого, в сообществе даже не появляются записи с фотографиями жизни прихода и с богослужений.

Как и во всех предыдущих случаях, в канале Telegram прихода появляется та же информация[58], что в сообществе, с тем исключением, что записи появляются еще реже. На канал подписано 330 человек. Иногда на канале появляются опросы-викторины с вопросами из церковной жизни и Священного Писания, в которых участвуют подписчики (обычно не менее 40).

7. Не лучше обстоит дело с сообществом ВКонтакте **Симеоновской церкви-школы Екатеринбурга,** созданной 2 июля 2015 г.[59] Сообщество имеет 318 подписчиков, 304 записи, 1 329 отметок «Мне нравится», 29 комментариев, записями поделились 74 человека[60]. Хотя в описании страницы указано, что «здесь публикуются новости о последних событиях нашего прихода, фотографии, высказывания святых отцов нашей Церкви, стихи, а также просто душеполезные слова»[61], наполнение сообщества, к сожалению, заявленному не соответствует и производится не на регулярной основе.

С другой стороны, оформление сообщества выполнено аккуратно, фотографии с богослужений хорошего качества; очень немногочисленны посты о православных праздниках — постоянно публикуется лишь расписание богослужений.

Достаточно сложно судить о выполнении данным сообществом миссионерских задач из-за малого наполнения страницы и отсутствия

[58] Храм на Ботанике. Екатеринбург: канал в Telegram. URL: https://t.me/botanikahram (дата обращения: 04.11.2025).

[59] Симеоновская церковь-школа, г. Екатеринбург: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/simeone_ekb (дата обращения: 04.11.2025).

[60] Анализ произведен при помощи встроенного приложения ВКонтакте: статистика стены. URL: https://vk.com/app5353737 (дата обращения: 21.06.2025).

[61] Подробная информация о сообществе // Симеоновская церковь-школа, г. Екатеринбург: сообщество ВКонтакте. URL: https://vk.com/simeone_ekb?w=club97299708 (дата обращения: 04.11.2025).

активности подписчиков: обычно записи набирают около 100 уникальных просмотров. То же относится и к каналу Симеоновской церкви в Telegram[62], который полностью копирует содержание сообщества ВКонтакте. На канал подписан пока только 171 пользователь.

Таким образом, разделив список из 71 религиозной организации на несколько категорий в зависимости от количества подписчиков и взяв из каждой категории по определенному количеству приходов, можно вполне справедливо судить о содержании большинства других ресурсов из аналогичных категорий. Это подтверждают и наблюдения при просмотре всех страниц.

Прежде всего мы изучили теоретические предпосылки миссии в сети Интернет. По результатам выполнения этой задачи были сформулированы критерии, по которым можно судить о роли религиозных организаций Русской Православной Церкви в деле интернет-миссии. Вместе с тем проведен краткий обзор нормативного обеспечения церковной миссии в сети Интернет и сделан вывод, что с начала 2000-х гг. Церковь через решения Архиерейских Соборов и синодальных актов планомерно утверждала необходимость расширения интернет-миссии, обращая при этом внимание на высокую ответственность миссионеров и пастырей в обеспечении грамотного присутствия Церкви в интернет-пространстве, в том числе в социальных сетях.

Наконец, были проанализированы страницы православных приходов Екатеринбурга в социальной сети ВКонтакте и в мессенджере Telegram с целью определения их роль в деле церковной миссии. Из 71 религиозной организации были отобраны 7 ключевых приходов, имеющих ресурсы в сети Интернет с разным количеством подписчиков.

Выяснилось, что самые популярные ресурсы имеют от 5 000 до 11 000 подписчиков. Они принадлежат четырем религиозным организациям: Александро-Невскому Ново-Тихвинскому женскому монастырю, Храму-памятнику на Крови, собору Успения на ВИЗе и монастырю святых Царственных страстотерпцев в урочище Ганина Яма. Два монастыря и Храм-на-Крови активно занимаются популяризацией наследия новомучеников и исповедников Церкви Русской,

[62] Симеоновская Церковь-школа: канал в Telegram. URL: https://t.me/svsimeon (дата обращения: 04.11.2025).

в частности святой Царской семьи. Это не одна из прямых задач миссии, сформулированных в «Концепции миссионерской деятельности», но, на наш взгляд, имеет отношение к церковной миссии. Учитывая, что ресурсы этих религиозных организаций имеют много подписчиков, просмотров и некоторую активность в комментариях, как и грамотное и регулярное наполнение контентом, можно сделать вывод, что они вносят вклад в интернет-миссию. Ресурсы собора Успения Пресвятой Богородицы тоже можно отнести к частично миссионерским проектам за счет публикаций аудиопроповедей настоятеля, поздравлениям и духовным наставлениям в формате клипов.

Из второй категории ресурсов, имеющих от 1 000 до 5 000 подписчиков были отобраны для анализа страницы двух приходов: храма в честь Владимирской иконы Божией Матери на Семи Ключах и храма в честь Казанской иконы Божией Матери микрорайона Химмаш. Особенностью информационных ресурсов этих приходов, но не особенностью всех ресурсов данной категории, можно считать публикацию проповедей священнослужителей, иногда с краткими резюме по темам духовных наставлений, что в целом может подпадать под выполнение миссионерской задачи. Большинство популярных сообществ ВКонтакте и каналов в Telegram, принадлежащих городским приходам, наполняются информацией и новостями о текущей жизни общин. Они ориентированы больше на своих прихожан. Можно косвенно связать деятельность этих ресурсов с миссионерской: они, как мы показали, формируют положительную картину приходской активности, которая может привлечь сторонних «захожан» к посещению храма.

Ресурсы с менее чем 1 000 подписчиками подпадают под 3-ю и 4-ю категории. Среди них успешных в интернет-миссии можно выделить мало. Чаще всего это сообщества, которые публикуют записи не на регулярной основе и даже при наличии качественного контента мало ориентированы на задачи проповеди христианства в интернет-среде; в них практически отсутствует какая-либо активность — за очень редкими исключениями.

Общая отрицательная черта присутствия в интернет-пространстве большинства православных религиозных организаций Екатеринбурга — либо отсутствие каналов в Telegram, либо, при наличии канала, ведение его в качестве ресурса, полностью дублирующего

содержание сообщества ВКонтакте, что кажется неверным подходом к грамотному использованию интернет-платформ. При этом стоит отметить, что количество подписчиков в каналах Telegram значительно ниже, чем в сообществах ВКонтакте, из чего можно сделать вывод, что кроссплатформенный мессенджер Telegram освоен православными приходами Екатеринбурга не в достаточной мере.

Роль социальных сетей в деле миссии Русской Православной Церкви должна стать заметной для множества пользователей сети Интернет. Исследование показало, что приходам Екатеринбурга есть к чему стремиться в этом направлении: даже самые популярные сообщества и каналы приходов слабо ориентированы на так необходимую сегодня проповедь христианства, особенно в нецерковной среде, когда светские СМИ формируют не всегда корректный образ Церкви в обществе[63].

Источники и литература

Бирюкова К. В. Киргизская духовная миссия Русской Православной Церкви // Православная энциклопедия. М., 2014. Т. 34. С. 95–99.

Жуковская Е. Е. Церковь и медиа: учебник по организации работы епархиальной пресс-службы/профильного подразделения епархиального управления, отвечающего за взаимоотношения со средствами массовой коммуникации, в том числе журналистами и блогерами. М., 2021.

Куренков А., свящ. Аляскинская (Кадьякская) миссия // Православная энциклопедия. М., 2001. Т. 2. С. 89–91.

Ларше Ж.-К. Обратная сторона новых медиа. М., 2023.

Ленок В., свящ. Канонические границы православной миссии в Интернете: постановка вопросов // Праксис. 2020. № 3 (5). С. 191–213. https://doi.org/10.31802/PRAXIS.2020.5.3.015; EDN DWKIWE

Миссиология: учебное пособие. М., 2010.

Настольная книга православного миссионера: словарь по миссиологии. М., 2014.

Новиков С. В. Роль светских и электронных СМИ в формировании образа Русской Православной Церкви (на примере Екатеринбурга и Свердловской области) // Церковь. Богословие. История. 2023. № 4. С. 214–225. EDN FGMRCL

Новиков С. В. Социальные сети как форма миссии Русской Православной Церкви в XXI веке // Церковь. Богословие. История. 2024. № 5. С. 425–436. EDN QULTEO

Новиков С. В. Высшие духовные учебные заведения Русской Православной Церкви в Telegram: от теории к практике // Церковь. Богословие. История. 2025. № 6. С. 294–315. EDN HTVKVA

[63] *Новиков С. В.* Роль светских и электронных СМИ в формировании образа Русской Православной Церкви (на примере Екатеринбурга и Свердловской области) // Церковь. Богословие. История. 2023. № 4. С. 214–225.

Новиков С. В., Соколов И. В., диак. Анализ документов, регламентирующих взаимодействие Церкви со светскими СМИ // Церковь. Богословие. История. 2024. № 5. С. 412–424. EDN SSDSWC

Пивоваров Б., прот. Алтайская духовная миссия // Православная энциклопедия. М., 2001. Т. 2. С. 43–49.

Собрание документов Русской Православной Церкви. М., 2014. Т. 2, ч. 1: Деятельность Русской Православной Церкви.

Трухин В. Н. Николай (Касаткин Иван Дмитриевич) // Православная энциклопедия. М., 2018. Т. 50. С. 160–178.

Цыпин В., прот. Миссионерство // Православная энциклопедия. М., 2017. Т. 45. С. 407–412.

Sergey V. Novikov, Nikita K. Fedotov

The Role of Social Media and Internet Platforms in the Church's Mission: Case Study of Orthodox Parishes in Ekaterinburg

Abstract. The article analyzes pages of the Ekaterinburg Diocese parishes on social networks and the Telegram cross-platform messenger for missionary content in them. For this purpose, the paper provides a theoretical aspect of the Church's mission presence on the Internet and the rationale for such activities in the context of regulatory support from the state and the Russian Orthodox Church. In total, the Internet information resources of 71 religious organizations of the Ekaterinburg diocese, located in the city of Ekaterinburg, have been analyzed. The article focuses on 7 of them illustrating the issue most vividly. To sum up, one can draw the following conclusion: the information resources of the Ekaterinburg Orthodox parishes are focused more on informing parishioners about the events of church life, than on the missionary component. The study shows that Ekaterinburg parishes have something to strive for in this area, since even the most popular communities and channels of parishes are poorly oriented towards the missionary preaching of Christianity, especially in the non-church environment.

Keywords: *Missionary activities, Russian Orthodox Church, Internet mission, social networks, VKontakte, Telegram, Ekaterinburg Diocese, parish pages on social networks*

For citation: Novikov S. V., Fedotov N. K. The Role of Social Media and Internet Platforms in the Church's Mission: Case Study of Orthodox Parishes in Ekaterinburg. *Tserkov'. Bogoslovie. Istoriia = Church. Theology. History,* 2026, no. 7, pp. 597–618. (In Russ.)

About the authors: Novikov, Sergey Vladimirovich — Pro-Rector for General Affairs, Senior Lecturer at the Department of Practical Theology and Church Studies of Ekaterinburg Theological Seminary (Russian Federation, Ekaterinburg). *E-mail: novikov.sv-1994@ya.ru*

Fedotov, Nikita Konstantinovich — 3rd-year student at the Ekaterinburg Theological Seminary (Russian Federation, Ekaterinburg). *E-mail: npobitkov@mail.ru*