

Особенности взаимодействия Папы Римского Франциска и социальных медиа (2013-2021)

Научный руководитель – Филаткина Гелия Сергеевна

Моллаева Алия Рустамовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

E-mail: mollaewa.aliya763@mail.ru

За весь период своего существования церковь отличалась ярко выраженным коммуникативным характером, каким не обладал ни один общественный институт [2]. Церковь освоила все формы коммуникации: устные проповеди, религиозные книги, получившие распространение благодаря изобретению печатного станка Гуттенбергом, религиозные газеты и журналы, телевидение, интернет-СМИ. Однако католическая церковь начинает активно развиваться в медиа и перестает быть закрытым институтом только в середине XX в. в результате Второго Ватиканского Собора 1962-1965 гг. Этот процесс принято называть «*aggiornamento*» (с итал. «осовременивание»). Это политика церковного обновления, когда Святой Престол начал приспосабливаться к событиям окружающего мира и актуальной действительности. Произошла медиатизация Ватикана, католическая церковь вышла из «состояния глубокой обороны и начала диалог с современным обществом» [1]. Была создана особая система взаимодействия с журналистами, появилась должность пресс-секретаря. В 2015 г. была учреждена Дикастерия по делам коммуникации, которая обладает властью над всеми службами коммуникации Святого Престола - Зал Печати Святейшего Престола, Папский совет по социальным коммуникациям, Ватиканский телецентр, Радио Ватикана, Отдел Интернета, ватиканская ежедневная газета *L'Osservatore Romano*, типографию, фотостудию и Ватиканское издательство. Рост активности Ватикана в использовании современных технологий стал особенно заметен в первое десятилетие XXI века, на которое пришлось смена понтификов. В связи с этим появляется возможность говорить о таком понятии, как медиатизация католической церкви [1].

Нынешний Папа Римский Франциск, первый неевропейский Папа за последние 1300 лет, активно использует социальные сети для коммуникации с обществом. Еще в начале понтификата, пост которого он занимает с марта 2013 г., он заявил: «Интернет дает безграничные возможности для неожиданных встреч и единения и оттого является чем-то по-настоящему благим - даром Божьим». Понтифик начал реформировать католическую церковь, считая, что ей нужно перестать быть слишком консервативной. Он активно взаимодействует со СМИ, появляются новые религиозные журналы, которые выходят в интернет-пространство. Французский философ и прозаик Мишель Онфре иронично высказался о медиаактивности Папы Франциска: «Католицизм торжествует в СМИ, потому что Папа знает, как использовать СМИ, но не потому что он собирает вокруг себя учеников, последующих католической вере» [3]. Желанием приспособить церковь к современному миру и выйти из информационного вакуума объясняется медийная активность самого Папы Римского. Особенно ярко она проявилась и доказала свою необходимость в период пандемии, когда даже пасхальная проповедь проводилась по видеосвязи из почти пустой Базилики Святого Петра в Ватикане, а не с окна Апостольского дворца, несмотря на протесты многих католиков.

Папа Франциск активно ведет микроблог @Pontifex в социальной сети Twitter. Аккаунт понтифика был запущен в Ватикане в феврале 2012 г., первый пост был опубликован 12

декабря 2012 г. еще его предшественником на Апостольском престоле Папой Бенедиктом XVI. Нынешний понтифик поместил свое первое сообщение в микроблоге на пятый день после избрания и с тех пор активно использует этот ресурс для общения с верующими. Стоит отметить, что Франциск ведет восемь аккаунтов на разных языках - английском, итальянском, испанском, португальском, французском, немецком, польском и арабском. Суммарное число подписчиков превышает 51 млн. Большая часть аудитории сосредоточена в аккаунтах, которые ведутся на английском и испанском языках (более 18 млн. подписчиков в каждом). За восемь лет существования в *Twitter*-аккаунте Папы Римского Франциска было опубликовано более 3 тысяч постов.

Сообщения в микроблоге понтифика размещаются ежедневно, но не более четырех в сутки. Все публикации Папы Римского можно разделить на пять условных групп. К первой относятся небольшие сообщения в формате религиозной проповеди, посвященные размышлениям о всеобщем благе и призывающие людей чтить божьи законы, молиться. Вторая группа включает социальные проблемы (например, видеосообщения в поддержку женщин, переживших насилие, сообщения о непозволительности привлекать к войнам детей и вкладывать в их руки оружие). Понтифик также нередко высказывается на политические темы, говорит о проблемах иммиграции, событиях в США и т.д. В четвертую группу можно выделить сообщения, выражающие отношение Папы к экологическим проблемам. В них он говорит о проблеме глобального потепления, выражает соболезнования пострадавшим от природных бедствий (например, в связи с тайфуном, вызвавшим наводнение в Филиппинах). В 2020 г. в сообщениях Папы Римского Франциска появляется новая направленность, вызванная эпидемией *COVID-19*. Понтифик выражает поддержку пострадавшим и их близким, выражает надежду на объединение стран в борьбе с вирусом, говорит о важной миссии врачей и соболезнует тем, кто отдал свою жизнь ради спасения людей.

Значимым событием стало открытие аккаунта Папы Франциска *@franciscus* в *Instagram* в марте 2016 г. За неделю с момента открытия на аккаунт Папы подписалось более двух миллионов пользователей. Сейчас число подписчиков превышает семь миллионов. При этом его блог в *Instagram* развивается не с той же периодичностью, что и *Twitter*-аккаунт. В нем сообщения публикуются гораздо реже - два-три раза в неделю. Кроме того, все эти публикации являются дубликатами сообщений из *Twitter*-аккаунта (каждая из них переводится на несколько языков). В блоге в *Instagram* понтифик публикует медийный контент - использует фотографии с прихожанами, видео проповеди, встречи с политиками. Стоит отметить, что ответную реакцию от пользователей Папа Римский получает больше в *Instagram*, где количество комментариев превышает комментарии в *Twitter* почти в два раза (более 1,5 тыс. комментариев в каждой публикации).

Таким образом, Папу Римского Франциска можно назвать одним из самых «медийных». Он активно выступает в медийной сфере, напрямую взаимодействуя с прихожанами с помощью социальных сетей. Особое развитие это получило в период пандемии, когда возможность взаимодействовать с людьми во время службы исчезла.

Источники и литература

- 1) Клименко Д. А. Образ Ватикана в СМИ в период понтификата Бенедикта XVI. М.: Этносоциум, 2015.
- 2) Урина Н. В. Церковь online: вечное и виртуальное // Медиаскоп. 2004. №1.
- 3) Riccardi A. Il cristianesimo al tempo di papa Francesco. Bari: Gius. Laterza & Figli, 2018.