

Секция «Социология»

Паломничество и религиозно ориентированный туризм в формировании сетевой структуры православных монастырей.

Подлесная Мария Александровна

Кандидат наук

ИС РАН - Институт социологии РАН, , Москва, Россия

E-mail: yatar@yandex.ru

Исследовательская группа информационно-аналитического центра факультета социальных наук Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета в период с 2011 по 2012 гг. провела социологическое исследование[1] приходской жизни в соседней и во многом близкой России стране, Республике Беларусь. Объектом исследовательского интереса стали не вполне обычные приходы, более того, такие социальные образования сами эксперты старались называть не иначе, как «*общины при монастырях*», подчеркивая их особый характер сопричастности и принадлежности к православному монастырю лишь отчасти. Подобный объект исследования был выбран не случайно, и нас интересовала именно эта особая, ни с чем несравнимая, общинная жизнь таких закрытых общностей, как православные монастыри.

Православные монастыри сегодня претерпевают ряд значительных изменений. В качестве одного из факторов этих изменений мы назвали развитие такого сегмента туристического рынка, как паломничества и религиозно ориентированный туризм, которые все более и более приобретают популярность в современном мире.

Возникший спрос среди потребителей на путешествия такого рода определили происходящие изменения жизни и уклада современных монастырей, стимулируя их на большую активность и создание определенной монастырской инфраструктуры. Таким образом, монастырь сегодня становится активным участником современной и экономической жизни, одним из акторов масштабной по своему охвату и вовлечению числа акторов сетевой структуры. В нее включены как акторы-люди[2], активно действующие в настоящее время, так и совокупность материальных и нематериальных, технических средств, в том числе святыни и святые, которые заметно влияют на происходящие процессы, на формирование связей и взаимодействия.

В качестве основных причин, привлекающих паломников и туристов, мы выделили следующие, представив их в виде таблицы:

Причины, по которым монастырь привлекает паломников и туристов:

1. есть известная святыня (мощи святого, чудотворная икона и т.д.);
2. обитель связана с известным историческим событием, лицом, в ней есть работы (иконы, фрески, мозаика, церкви и т.д.) известных мастеров, монастырь является памятником истории, архитектуры и культуры;
3. присутствует «намоленный дух», это может быть как в отношении «новоделов», так и древних монастырей, которые никогда не закрывались либо закрывались на время.
4. есть опытный духовник, старец, старица, известные своей высокой духовной жизнью.

В зависимости от того, насколько монастыри оказываются привлекательными для паломнических и туристических фирм, насколько они способны к организации и включению в сетевую структуру, можно говорить о стиле жизни монастырей, об их социальной активности. Это в определенной степени определяет и возраст насельников и прихожан, их профессиональный статус. Установлено, что в монастыри, где сетевая структура довольно развита, приходят, как правило, более молодые и энергичные люди, преимущественно с высшим образованием, творческих, технических и гуманитарных специальностей; в монастырях, где сетевая структура слабая, - преимущественно люди старших возрастов, со средним специальным, иногда высшим образованием, рабочих специальностей. Отсюда различия и в стилях жизни монастырей: одни динамичны и более открыты внешнему миру, активно взаимодействуют с ним; другие, напротив, в меньшей степени взаимодействуют с миром, ведут более спокойную и размеренную жизнь.

Развитость подобной сетевой структуры определяет и вовлеченность в жизнь монастыря сторонних, внешних людей, в том числе и постоянных прихожан, приезжающих трудников. Чем более развита сетевая структура, тем в большей степени монастырь становится заинтересованным в дополнительной рабочей силе, в специалистах самого широкого профиля; чем менее развита эта структура, потребность в дополнительных ресурсах становится слабее. Таким образом, мы наблюдаем наличие в современном обществе монастырей двух типов связи, которые мы обозначали как общественные и общинные монастыри.

На сегодняшний день монастыри активно взаимодействуют с миром, имея не только общину братии, но и свой приход. Последние не просто люди, приходящие на службы и участвующие в Богослужениях, но и те, кто помогает монастырю в его деятельности и каждодневных нуждах. При этом канонически монастырь до сих пор понимается как община братии, а образуемый приход при монастырях остается за рамками внимания церковного устава.

[1] В исследовании приняли участие девять монастырей восьми епархий Белорусского Экзархата Русской Православной Церкви, расположенных (мы условно разделили Беларусь на две части) в восточной и западной частях Беларуси. Среди них - три мужских монастыря и шесть женских (несколько больше, так как именно женских монастырей в стране заметно больше). Назовем их: это располагающийся в центре столицы Республики Беларусь Свято-Елизаветинский женский монастырь (г. Минск), Свято-Троицкий Марков мужской монастырь (г. Витебск, Витебская епархия), Оршанский Свято-Успенский женский монастырь (г. Орша, Витебская епархия), Свято-Иоанновский женский монастырь (с. Карма, Гомельская епархия), Свято-Евфросиньевский женский монастырь (г. Полоцк, Полоцкая епархия), Свято-Никольский женский монастырь (г. Могилев, Могилевская епархия), Пинский Свято-Варваринский женский монастырь (г. Пинск, Пинская епархия), Свято-Афанасиевский мужской монастырь (п. Хмелево, Брестская епархия), Свято-Успенский Жировичский ставропигальный мужской монастырь (п. Жировицы, Новогрудская епархия).

[2] В реляционной социологии и в теории «актор-сеть» используются понятия актор-люди и актор-не-люди для обозначения участников взаимодействия сетевой структуры. При этом существует разница в понимании акторов: в теории «актор-сеть» акторы-люди и акторы-не-люди в равной степени способны к действию, а реляционная социо-

логия считает акторов-не-людей неспособными создавать смыслы, даже если эти акторы часть социальной сети. В данном случае мы придерживаемся теории «актор-сеть», считая при этом, что определение актор-не-люди не совсем корректно употреблять по отношению к святым и святыням. Поэтому заменяем это понятие, расшифровывая его в том значении, как мы его понимаем и используем.

Литература

1. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал. 1995. №4.
2. Иеродиакон Матфей (Самохин). Древние иноческие уставы и современный опыт монастырской жизни. <http://www.pravoslavie.ru/sm/31557.htm>
3. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология (под ред. В.Л. Иноземцева). – М., 1999. С. 494-505.
4. Лысикова О.В. Российские туристы: типы идентичности и социальные практики // Социол. исслед. 2012. №4.
5. Мальцева Д.В., Романовский Н.В. О современных сетевых теориях в социологии. // Социол. исслед. 2011. №8.
6. Петрушко В. И. История Русской Церкви с древнейших времен до установления патриаршества: учеб.пособ. – Изд. 2-е. – М.: Изд-во ПСТГУ, 2007. – 356 с.
7. Приход и община в современном православии / Под ред. Александра Агаджаняна, Кати Русселе. – М.: «Весь мир», 2011.
8. Протоиерей Владислав Цыпин. Курс церковного права: учеб.пособ. – Клин, 2002.
9. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. М., СПб. И др.: Питер, 2008.
10. Рязанцев И.П. Социология региона: учебное пособие / И.П. Рязанцев. – М.: КДУ, 2009. – 408 с.
11. Филиппов А.Ф. Социология пространства. М.: «Владимир Даль», 2008.
12. Чураков А.Н. Анализ социальных сетей // Социол.исслед. 2001. №1.