

Жанна Кормина, Сергей Штырков

Письма верующих как реклама: «всенародная приемная» св. Ксении Петербургской

Да, мы получаем очень много писем из разных уголков нашей Православной России... Очень много писем о чудесах. У нас есть книжечки, брошюры, в которых мы приводим эти чудеса. И мы будем эти книги переиздавать, другие издания делать с описанием новых чудес. Когда присылают почту, я специально отбираю письма с чудесными явлениями, и мы их публикуем в наших новых изданиях.

Из интервью с протоиереем Виктором Московским, настоятелем храма Смоленской иконы Божьей матери

Интернет-газета «Благовест». 2003. 26 дек.

Жанна Владимировна Кормина
Государственный университет —
Высшая школа экономики
(Санкт-Петербургский филиал)
Сергей Анатольевич Штырков
Музей антропологии
и этнографии
им. Петра Великого
(Кунсткамера) РАН,
Санкт-Петербург /
Европейский университет
в Санкт-Петербурге

В 1913 г. в брошюре, посвященной Ксении Блаженной, Евгений Рахманин, священник Смоленского храма, рядом с которым находится часовня с гробницей подвижницы, писал: «Слух о множестве случаев молитвенного предстательства рабы Божией Ксении широко разнесся не только по Петербургу, но и по всей России, по самым отдаленным ее окраинам. Сотни писем получаютя отовсюду: и из Сибири, и с Кавказа, и из Западного края, и из внутренних губерний России — с просьбой помолиться на могилке рабы Божией Ксении об избавлении от какого-либо горя несчастья» [Рахманин 1913: 89]. В подобных письмах читатели Ксении просили отслужить панихиду в ее память и прилагали пожертвования. В ответ на эти послания корреспонденты получали своеобразное уведомление, написанное на специальном бланке. Приведем образец этого документа, опубликованный в книге В.И. Козаченко [2006: 139]:

*С.-Петербург
Часовня рабы Божией Ксении
Смоленское кладбище
16 января 1915 г.*

*Милостивейшая Государыня,
С.Ж.!*

С благодарностью принимая присланное Вами пожертвование, считаем своим долгом уведомить Вас, что, по просьбе Вашей, причтом отслужена панихида на могиле рабы Божией Ксении 16-го января 1915 года.

Уповая на милосердие Божие, от души желаем в исполнении всех Ваших добрых намерений и желаний по молитвенному предстательству рабы Божией Ксении.

*От имени Смоленско-кладбищенского Причта
Настоятель, Протоиерей Николай Триодин.*

Зачастую на этом переписка между просителем и причтом не заканчивалась: если просимое осуществлялось, на Смоленское кладбище приходило еще одно письмо, в котором содержалось свидетельство о чудесной помощи Ксении и благодарность в адрес священнослужителей. Как работала эта схема, хорошо видно из истории, приведенной в уже упомянутой книге о Евгения Рахманина:

«В Кубанской области два года был болен один человек по имени Стефан <...> Один из родственников больного, почетный гражданин Иван Осипович Андриенко, написал отцу настоятелю Смоленского кладбища письмо с усердной просьбой отслужить панихиду по блаженной Ксении и в молитвах своих помянуть болящего Стефана.

Просьба Андриенко была исполнена, о чем и послано было ему уведомление.

Вскоре после этого Андриенко сообщил отцу настоятелю: “Премного вам благодарен за ваши молитвы ко Господу и к блаженной рабе Божией Ксении за ее теплую молитву ко Господу: наш больной Стефан по молитве вашей и рабы Божией Ксении выздоровел, о чем и сообщаю вам. Он два года болел, а в настоящее время здоров” [Цит. по: Козаченко 2006: 232]. Иногда в таких письмах содержалась просьба отслужить в качестве благодарности еще одну панихиду [Там же: 236].

Такие письма включались в списки чудес Ксении Блаженной наряду с устными свидетельствами, популяризируя складываю-

щийся культ и задавая рамку необычной для того времени практике «чудес по переписке». Кроме того, приводимые свидетельства формировали образ некоей канцелярии блаженной Ксении (чего стоит один термин «уведомление») — той институции, которую уже в начале XXI в. составительница очередного сборника писем назовет «Всенародной приемной блаженной Ксении Петербургской» [Яковлева 2006]. И наконец, подобные публикации проводили идею эффективности работы этой институции. Так, чудесная помощь приходит не просто по молитве тогда еще не прославленной Церковью святой, но «по молитве вашей <...> и Ксении». Соответственно и благодарить нужно не только блаженную, но и работников ее «канцелярии».

В советское время «приемная» закрылась и практика переписки была прервана, чтобы с новой силой возродиться в 1990-е гг. В заново открытой часовне на могиле святой возобновились службы (правда, вместо панихид рабе Божией Ксении здесь теперь служатся молебны прославленной в 1988 г. святой Ксении Петербургской). Вновь заработала и «канцелярия», работники которой получают письма с просьбами самого разного характера, отвечают на них (к уведомлениям прикладывается «святенька» — смоченный в освященном на гробнице святой масле лепесток розы), а также предоставляют для публикации «избранные места из переписки» Ксении Блаженной и ее почитателей. Подобные публикации и станут предметом нашего анализа.

В своей статье мы попытаемся выяснить, зачем Церковь вообще и приход Смоленского храма в частности публикуют письма верующих. Для этого мы проанализируем репрезентации образов адресата и адресанта этих посланий в разных церковных изданиях. Начнем же мы с краткого очерка социальных условий, в которых Русская православная церковь проводит свою информационную деятельность в современной России.

Питер Бергер и метафора религиозного рынка

В 1967 г. в США вышла в свет книга Питера Бергера «Священный покров: элементы социологической теории религии» (в том же году она вышла в Великобритании под другим названием — «Социальная реальность религии»). Среди прочего Бергер предложил свое понимание механизма секуляризации современного общества. Для него, как и для многих его современников, была ясна и неоспорима связь между процессами секуляризации и модернизации. Проблема заключалась в том, как соотносить эти два явления. Бергер считал, что он сможет это

сделать, введя «недостающее звено». Этим звеном стала «плюрализация». Если до начала модернизации в обществе существовала монополия на порождение смыслов и этой монополией обладала доминирующая религиозная институция (Церковь), то в модернизируемом социуме эта монополия рухнет. У господствующей Церкви появляются соперники в виде других религиозных институций, а также институций нерелигиозных, но тоже претендующих на право производства смыслов — например, современной позитивистской науки и секулярной гуманистической идеологии. Этот процесс имеет своим следствием релятивизацию представлений о праве и способности какой-то одной институции на символическое упорядочение мира. Сначала в области экономики, а затем и политики поступки людей начинают определяться нерелигиозными мотивами. Так происходит, говоря словами Макса Вебера, «расколдовывание мира».

Одной из главных особенностей этого логического построения была его эволюционная определенность: модернизация ведет к секуляризации. Другими словами, секуляризацию может остановить или повернуть вспять только демодернизация. Дальнейшее развитие событий, а также исследования, проведенные социологами и антропологами религии в различных странах и социальных группах, показали, что в этом Бергер ошибся (и он сам признал свою ошибку: [Berger 1999]). Сверхмодернизированные Соединенные Штаты Америки не спешат секуляризоваться, быстро развивающиеся страны Восточной Азии и Латинской Америки переживают эпоху религиозного возрождения. Да и европейцы, казалось бы совершенно индифферентные в религиозном отношении, покидая ряды традиционных конфессий, остаются во многих отношениях людьми верующими [Davie 1994]. Кроме того, именно в тех странах, где в какой-то форме в религиозной сфере сохраняется монополия государственной церкви (как в Скандинавии) и религиозный плюрализм не так уж очевиден, секуляризация делает наибольшие успехи.

Как видим, основная идея Бергера была либо ошибочной, либо применимой только к ограниченному кругу социальных (национальных) контекстов. Однако, как это зачастую бывает, в ходе своего анализа один из отцов конструктивизма выдвинул несколько положений, которые остаются актуальными до сей поры и даже используются критиками Бергера для опровержения его суждений. Для наших дальнейших рассуждений в книге Бергера важны следующие моменты:

1. Описывая плюралистичное общество, в котором различные религиозные институции не могут рассчитывать на монопо-

лию в сфере своей деятельности, Бергер использовал развернутую концептуальную метафору рынка религиозных услуг. Участники этого рынка — религиозные организации, своего рода предприятия — вступают в отношения конкуренции друг с другом, используя такие механизмы, как картелизация и реклама. Эта метафора оказалось очень привлекательной и широко используется в социологических исследованиях религии. Ее, в частности, взяли в качестве основного методологического приема сторонники так называемой «теории религиозной экономики» (см. например работы Родни Старка и его коллег: [Stark 1985; Stark, Iannaccone 1997; Introvigne, Stark 2005]).

2. Согласно замечанию Бергера, в современной ситуации плюралистичного общества религиозные организации, предлагая свое определение реальности, вынуждены конкурировать не только между собой, но и с различными нерелигиозными соперниками — организованными (светский политический национализм) или нет (современная система ценностей индивидуализма) [Berger 1990 (1967): 137–138].

Опираясь на эти положения, попытаемся определить наши предпосылки. В основе нашего исследования лежит следующее допущение, дающее общий теоретический и методологический фрейм для дальнейшего изложения. Любая социальная институция (компания, политическая партия, религиозная организация) заинтересована в аккумуляции материальных и символических ресурсов для обеспечения и расширения своей деятельности, а также для поддержания и укрепления своей легитимности.

Очевидно, что в определенных обществах существуют такие аспекты социальной жизни, в которых действующие там институции обладают своего рода «естественной монополией» на «предпринимательскую деятельность» в своей области [Ibid: 135–136]. Если в таком обществе существуют представления о структуре необходимых потребностей, предусматривающей обязательное посещение того сегмента социального поля, который полностью контролируется институцией N, у индивида практически исчезает перспектива уйти от непосредственного контакта с ней. В данных обстоятельствах институция не нуждается в специальных приемах обоснования своего доминирования.

Однако существовали и существуют общества, в которых необходимость (или хотя бы полезность) деятельности определенной институции, а также ее право (исключительное или преимущественное) осуществлять подобную деятельность оспаривается или может быть оспорено значительной частью обще-

ства, пусть даже пассивно, через избегание тех сегментов социального поля, в котором эта институция стремится функционировать или, по возможности, доминировать. В этих условиях она вынуждена предпринимать специальные шаги, чтобы показать, что, во-первых, значительная часть общества имеет «естественную» потребность в пребывании на том поле, в котором действует данная институция; во-вторых, данная институция эффективна в своей деятельности; в-третьих, эффективность этой деятельности связана с (или определяется) спецификой этой институции; в-четвертых, значительная часть населения поддерживает институцию в ее деятельности.

Другими словами, институция, ощущающая перспективу потери своей функциональности и легитимности и стремящаяся сохранить и даже расширить свой доступ к ресурсам, нуждается в проведении «рекламной кампании». Представим себе коммерческую фирму, производящую какой-то товар или оказывающую определенные услуги. Сотрудники такой компании знают, что у нее существуют конкуренты (хотя порой делают вид, что эти конкуренты производят совершенно другой продукт, т.е. конкурентами не являются). Сотрудники фирмы, кроме того, знают, что в определенных общественных кругах распространено мнение, согласно которому продукт этой фирмы устарел и не нужен современному человеку. При этом фирма не может кардинальным образом перепрофилироваться. В этих условиях, продвигая свой продукт, она должна убеждать своего потенциального клиента, что ему как человеку или представителю определенной социальной группы по своей природе свойственно потреблять или стремиться к потреблению того, что производит компания. При этом реклама может эксплуатировать предположительно существующие потребности (о наличии которых у индивида как представителя вида *Homo sapiens* и/или исполнителя определенной социальной роли в обществе существует определенный консенсус). Но в определенной рыночной ситуации рекламная кампания может быть направлена на создание новых потребностей на основании уже существующих в обществе представлений о «естественных» потребностях человека.

Это общее соображение приводится здесь не в силу своей самодостаточной значимости для понимания феномена политики институциональной репрезентации, а для того, чтобы указать на разномасштабность четырех аспектов рекламной кампании. Первый (функциональный) аспект связан более всего с господствующими представлениями о потребностях человека и общества, в то время как остальные три касаются более конкретных проблем промоутерской деятельности — демон-

страции качества самого продукта, его производителя и потребителя.

Теперь представим в качестве такого предприятия Русскую православную церковь Московского патриархата (и здесь нам хотелось бы особо подчеркнуть, что наше построение принципиально метафорично и далеко от антиклерикальных стереотипных суждений касательно экономической природы любой религиозной институции). РПЦ МП уже давно — не десять и даже не сто лет назад — утратила монопольное право на производство смыслов для своих реальных и потенциальных пасомых. Логика рационального капитализма и общественное мнение не допускает, например, того, что православие (понимаемое как Церковь или мировоззрение) может определять экономику. Характерный факт: для большинства современных россиян объяснить поведение того или иного иерарха и/или церковной структуры желанием достичь экономической выгоды означает исключить религиозную (духовную) мотивировку этого поведения. РПЦ МП поддерживается государственными структурами, что дает ей определенные преимущества по сравнению со многими конкурентами, но эта поддержка относительна. Церковь вынуждена мириться с тем, что «административный ресурс» не может прямо использоваться для рекрутирования новых членов церкви и удержания уже существующих.

Более того, для гарантирования лояльности со стороны власти и части общества церковь идет на «картельное соглашение» с так называемыми «традиционными религиями» — исламом, иудаизмом и буддизмом. Условием этого негласного договора является ограничение деятельности структур, представляющих эти религии, рамками определенных этнических групп (это в определенной степени касается и отношений РПЦ МП с католической и лютеранскими церквями). Однако главными конкурентами церковной институции являются другие христианские деноминации, новые религиозные движения постхристианского толка (такие как Церковь последнего завета (Виссарионовцы)) и секулярное мировоззрение значительной части общества, отводящее церкви и религии в целом лишь ограниченный сегмент общественного пространства в качестве легитимного участка для деятельности. Усложняет задачу РПЦ МП и недоверие многих людей к институциональным формам религиозной жизни, которые входят в конфликт с представлениями об индивидуальной природе духовных потребностей.

В этих условиях церковным менеджерам разных уровней нужно создать такой образ институции и продукта, ею производимого и распределяемого, который был бы привлекателен для

человека с улицы (the man in the street) — главного героя книги Питера Бергера.

Письма верующих как реклама

Как известно, церковь, которая понимается здесь как социальная структура, задающая правила религиозной жизни для «простых верующих», является властным институтом¹. И в этом плане ее основные функции — определять, что правильно, а что неправильно, контролировать поддержание нормы и соответственно искоренять не-норму. Но так дело обстоит далеко не всегда. В плюралистическом обществе у церкви, нуждающейся в постоянной поддержке легитимности своей деятельности в глазах потребителя (как «воображаемого», так и вполне реального), мало шансов ограничиться просто «надзором и наказанием».

Более того, сами пределы контролирующей деятельности не определены. До какой степени церковная институция может осуществлять эти свои функции, является предметом постоянной неограниченной между самой институцией, другими институциями (в первую голову, государством), широким общественным мнением и собственно «клиентами» — мирянами и (часто) рядовыми клириками. Трудно однозначно определить, кто является инициатором этого обсуждения — сама Церковь или ее реальные или потенциальные подопечные. Однако достаточно ясно, что религиозная институция сознательно и последовательно стремится к тому, чтобы обосновать свою власть через демонстрацию согласия «простого верующего» быть пасомым.

В этой ситуации церковь предпринимает специальные шаги с целью создания особых площадок для коммуникации с верующими, на которых как раз и испытываются границы допустимого и дозволенного. Кроме того, церковными «менеджерами по рекламе»² предлагается образ церкви для «простых людей» — и, следовательно, образ самой церкви, не только диктующей, но и внемлющей мирянам (и рядовым клирикам), т.е. са-

¹ Мы осознаем ограниченность этого определения и его несоответствие экклезиологическому христианскому пониманию феномена Церкви Христовой как сообщества всех верующих. В этом смысле верующие не являются объектом деятельности церкви, так как они входят в ее «тело». Однако в целом ряде вполне православных контекстов церковь и верующие могут рассматриваться. Вспомним хотя бы по популярную максиму «Кому Церковь не мать, тому Христос не Отец».

² Конечно, таких позиций в церковном аппарате не существует, и мы используем это выражение как часть развернутой метафоры церкви-предприятия. С этой точки зрения, за «рекламу» этого предприятия отвечают специальные лица, назначенные либо занимающиеся этой деятельностью по собственной инициативе, которые определяют, в частности, редакторскую политику церковных или околоцерковных издательств.

тому народу Церковному. И наконец, очерчиваются стратегии «правильной», успешной коммуникации между простыми верующими и институцией — как самой по себе, так и в качестве посредницы между миром горним и дольным.

Формат публикаций «писем в редакцию», т.е. писем, направленных в разные церковные структуры, оказывается очень удобной техникой для реализации описанных выше стратегий. Не будучи «ноу-хау» РПЦ, этот вид рекламной продукции не является и простым заимствованием, как это могло бы показаться, практик советского времени, когда государство через публикацию писем граждан репрезентировало свою легитимность и незыблемость.

Письма верующих публикуются в церковной и околоцерковной периодике (как бумажной, так и электронной), в книгах, а также выкладываются на Интернет-сайты. Но не следует думать, что страницы всех православных изданий полны посланиями. В официальных епархиальных газетах они появляются редко (если вообще появляются). Впрочем, это понятно: адресатами «N-ских епархиальных ведомостей» являются в первую очередь клирики и функционеры-миряне, проживающие на территории этой N-ской епархии, которым достаточно предоставлять официальную информацию.

Впрочем, большинство православных периодических изданий охотно приводит на своих страницах письма верующих. Редакционная политика в этом отношении может сильно варьировать от издания к изданию. Так, на последней странице газеты «Православный Санкт-Петербург» можно прочесть следующее обращение: «Дорогие читатели! Сообщаем, что мы не принимаем стихов, не печатаем объявлений о помощи частным лицам и не вступаем в переписку с заключенными». Однако существуют издания, которые охотно переписываются с людьми, находящимися в заключении, и публикуют их письма на своих страницах. Так, официальное издание Екатеринбургской епархии «Православная газета» несколько лет ведет рубрику «Братиям нашим в узах заточенным», которая самим фактом своего существования подвигает «братиев» на написание писем в редакцию. То же самое можно сказать и о «стихах наших читателей», которые, несмотря на всю их безыскусность, охотно публикуют многие приходские газеты.

Очевидно, что активность того или иного издания на стезе публикации писем читателей, а также наличие в нем соответствующей постоянной рубрики («Ваши письма», «Нам пишут» и т.п.) говорит о стремлении редакции создать образ своего издания как издания «народного». Так, «Народная пра-

вославная газета во славу Святителя Николая “Правило веры”» (выходит в С.-Петербурге с 1997 г. с периодичностью два номера в год) значительную часть (до трети) своего объема отдает публикации писем и, что особенно характерно, выносит часть из них на первую полосу¹. Другое дело — как та или иная редакция понимает и репрезентирует свою «народность».

Говоря о рекламной функции публикаций «писем читателей», следует различать два типа рекламных сообщений. Первый тип можно назвать «прямой рекламой» («Спасибо, дорогая редакция»). Письма, в которых читатели благодарят газету или журнал за сам факт ее (его) существования, часто публикуются в качестве самостоятельных сообщений. Например, в рубрике «Уважаемая редакция!» (газета «Православный Санкт-Петербург». 2007. № 1 (181) под заголовком «Спасибо за труд» помещен следующий текст: «Уже шесть лет подряд я выписываю вашу газету и каждый месяц с нетерпением жду выхода очередного номера. Но и старые газеты я не выбрасываю, а раздаю знакомым <...>. Спасибо всему коллективу газеты за труд <...>. Так интересно читать о разных монастырях и святых местах российских. Прочитаешь и будто сам там побывал». Или другой пример из журнала «Русский паломник», выходящего в США (рубрика «Письма паломнику», заголовок «Голос из Екатеринбургa». 2000. № 21–22. С. 94): «В Вашем издании очень добротный материал, изложенный простым (но не вульгарным), спокойным (но внутренне торжественным, почти как богослужение) языком. С любовью и профессионально выполненные фотографии в своей сути чисто русское восприятие лиц и пейзажей. Это поразительно выраженное чувство красоты». Публикуемые письма иногда очень эмоциональны (рубрика «Нам пишут», заголовок «Я плачу, читая...» // Русь православная. 2004. № 1–2): «Мир вам, уважаемые сотрудники редакции! <...> я, грешный иерей Виктор, хотел бы расцеловать вас за чудные плоды труда вашего! Я плачу, читая статьи в газете вашей. Это слезы радости и страха. Радости за те горячие русские сердца, которые собрались вокруг вас, которых на небесах, верую, ждет великая мзда. А страх от того, что сам я и в молитве и в деле не столь горяч, как должен быть <...>. Милые вы мои! Спаси вас Господи! Таковым деланием укрепляется вера и рождается дерзновение в молитве. И тогда уже — ничего не страшно»².

¹ Эти материалы позже публикуются в виде отдельных книг, представляющих собой любопытный пример благочестивой словесности или даже православного фольклора [Раков 2003; 2005].

² Приведем несколько заголовков из той же рубрики той же газеты: «Газету читают все» (1999. № 12); «Не дают подписаться» (2001. № 1); «Оставьте такими же!» (2002. № 1–2); «Читаем от корки до корки» (2002. № 11–12).

Однако чаще похвалы и благодарности в адрес издания являются своеобразным введением к основному тексту письма (реже — и введением, и заключением), тематически с ним не связанным, но оставленным редактором по вполне понятным причинам (тот факт, что письма для публикации редактируются и сокращаются практически всеми редакциями, достаточно очевиден). Содержание подобных сообщений лежит на поверхности: словами своих читателей (реальных или, возможно, выдуманных) издание говорит: «Мы востребованы. Наши публикации находят отклик. Нас поддерживают». Причем это сообщение направлено не только на потенциальных подписчиков, но и на более широкую аудиторию, которой внушается простая мысль: «За этим изданием стоит не просто редакция, за ним стоит народ». Каким образом будет представлен этот «народ», зависит от идеологических пристрастий редакции, которые проявляются не только в прямых политических (или, наоборот, подчеркнуто аполитичных) высказываниях, но и в типах писем, публикующихся в том или ином издании. И здесь мы переходим к описанию другого типа рекламы — рекламы косвенной (или, точнее, саморекламы).

Косвенная реклама апеллирует не к самому изданию, а к реалиям, которые существуют, на первый взгляд, независимо от него. Газета или журнал просто сообщают нам об этих явлениях. И здесь жанр «писем читателей» оказывается очень удобным: «Не мы являемся источником информации и авторами суждений — мы просто передаем их, мы только посредники». Часто, правда, эта позиция корректируется: «Не только мы так думаем, так думают наши простые читатели». Яркой иллюстрацией подобной позиции является содержание рубрики «Нам пишут» в уже упомянутой газете «Русь православная».

Это издание широко известно в православных и не только кругах благодаря крайне фундаменталистской позиции редакции, возглавляемой Константином Душеновым. Основной идеологический вектор «РП» можно назвать «политической эсхатологией»: существует международный заговор против России и русского народа, которому можно противостоять, только восстановив в стране Православную монархию. Представления о механизме восстановления монархического строя трудно назвать четкими и реалистичными. Впрочем, как кажется, редакцию заботят скорее не эти механизмы, а разоблачение самого заговора и лиц, которые в нем участвуют и вольно или невольно помогают его осуществлению (к числу этих лиц относятся не только «естественные враги всего русского», но многие представители истеблишмента Московской патриархии).

Очевидно, как и любые конспирологические рассуждения, высказывания редакции «РП» могут быть подвергнуты критике как надуманные и циркулирующие только в среде маргиналов. В этих условиях редакция чувствует потребность в том, чтобы показать существование алармистских настроений не только среди своих постоянных авторов. Здесь весьма уместными оказываются письма «возмущенных читателей», авторы которых подтверждают факт существования заговора, разоблачают предательство тех или иных лиц и разделяют религиозно-политические эсхатологические воззрения К. Душенова (см. заголовок одного из писем «Считаю себя монархистом и антисемитом» (2003. № 9–10)).

Через публикации этих писем газета строит свой образ как издания патриотического, выражающего чаяния масс и являющегося естественным посредником между «простолюдинами» и элитами, не желающими знать про монархические и конспирологические воззрения «русского народа». Тем самым косвенно проводится рекламное сообщение, согласно которому «РП» не просто популярна, но популярна именно в качестве патриотического издания — трибуны всех истинно православных людей, болеющих за Родину и Церковь. Кстати сказать, мотив трибуны и говорения реализуется в названиях и других рубрик газеты, среди которых находим «Голос русского пастыря», «Голос читателя», «Прямую речь», «Трибуну читателя», «Диалог с читателем», «Не могу молчать» и, разумеется, «Глас народа» (как вариант — «Глас народа — глас Божий»).

Другое издание — «Русский паломник»¹ — позиционирует себя как хранителя традиций дореволюционной православной России, тех традиций, которые донесла до наших дней русская эмиграция, возвращающая это богатство на родину (характерно, что журнал использует дореформенную орфографию). Опубликованные письма читателей подчеркивают эту медиаторскую миссию «Паломника». Большая их часть являются свидетельствами сохранения православной жизни в советские времена, как в СССР, так и за его пределами. Довольно многочисленны и «рапорты с мест» о возрождении православной жизни в разных уголках бывшей Российской империи. Еще более усиливают эффект «живой старины» дореволюционные фотографии русских православных святынь, помещенные между публикациями писем.

Наиболее же распространенный тип опубликованных писем в редакцию (или стоящую за ней институцию — епархию, приход и т.п.) — это свидетельства о чудесах, произошедших от того

¹ Журнал с таким названием выходил с 1885 по 1917 гг. в России, вновь издается с 1990 г. в США.

или иного святого (святыни). Такие публикации также можно рассматривать как своеобразную косвенную рекламу. Казалось бы, святые и святыни, о которых идет речь в письмах, существуют независимо от изданий, помещающих подобные свидетельства на своих страницах. Но на деле именно эти издания являются «промоутерами» определенных культов.

Если говорить о почитании святых, то, печатая сообщения о чудесах, произошедших по молитвам того или иного подвижника, газета, журнал или Интернет-сайт берет на себя роль посредника между объектом почитания и верующими. Где-то (как в случае с публикацией писем Ксении Блаженной) мы имеем дело с популяризацией уже сложившихся культов. Но отдельные редакции являются активными игроками на поле предполагаемых и чаемых прославлений. Так, все та же «Русь православная» в 1990-е гг. публиковала письма-свидетельства о чудесной помощи тогда еще не прославленных РПЦ МП в лице святых «царственных мучеников» (Николая II и его семьи). Когда же канонизация состоялась, в газете стали появляться сообщения верующих о чудесах идейного вдохновителя т.н. «политического православия»¹ покойного митрополита Санкт-Петербургского и Староладожского Иоанна (Снычева)².

Характерным примером проведения политики прославления святого (и косвенной рекламы издания, о нем рассказывающего) является деятельность самарской газеты «Благовест». Вернее, здесь следует говорить о довольно прямолинейной стратегии главного редактора «Благовеста» А.Е. Жоголева, в которой своеобразно сочетаются разные рекламные приемы. Вообще говоря, эта газета охотно печатала письма-свидетельства о чудесах самых разных святых и святынь. Ситуация изменилась в 2001 г., когда увидела свет книга «Блаженная схимонахиня Мария», посвященная почившей за год до этого блаженной старице Марии Самарской (Матукасовой). Автором-состави-

¹ Термин взят нами из работы Александра Верховского [2003].

² Приведем одно из таких писем:

Атаману адмиралтейского хутора Невской станицы г. Санкт-Петербурга Чипизубову И.В. от казака Бабичука С.Ю. Рапорт. Довожу до Вашего сведения, что 31.12.2000 г., добровольно осуществляя охрану общественного порядка у могилы митрополита Иоанна с 16.00 до 20.00 совместно с казаком Басаргиным В.Н., я был свидетелем следующего. В 17.45 к могиле подошли мужчина и женщина, возраст примерно 30 лет, прочитали молитву, поставили свечи. Чтобы им не мешать, мы с Басаргиным прогуливались по перпендикулярной аллее. После ухода мужчины и женщины я обратил внимание, что на могиле митрополита горит лишь одна свеча, вторая потухла. В это время зазвонили колокола Александро-Невской лавры. Басаргин еще сказал, что начинается служба. Колокола смолкли в 18.00, и сразу мы услышали резкий треск и яркую вспышку на могиле: вторая свеча вспыхнула и горела очень ярко. Меня поразило факт, что одновременно смолкли колокола и вспыхнула свеча. Я даже не то что верю, а просто чувствую, что был свидетелем чуда. Но сомневаюсь, стоит ли рассказывать об этом другим. Вдруг скажут — фокус [Русь Православная. 2001. № 7–8].

телем этого издания был упомянутый А.Е. Жоголев, собиравший, судя по всему, материалы о старице (в том числе описания чудес) еще при ее жизни. Как известно, для прославления того или иного подвижника (подвижницы) в сонме святых необходимо, во-первых, народное его (ее) почитание, и, во-вторых, свидетельства о посмертных чудесах, проистекающих по его (ее) молитвам. Очевидно, что эти два требования несколько тавтологичны: обращение верующих с молитвой к какому-либо почившему подвижнику веры уже свидетельствует о факте народного почитания, не говоря уже о фактах чудесной помощи, пришедшей в ответ на эту молитву.

Как бы там ни было, публикации собранных свидетельств о чудесах являются одним из основных инструментов достижения канонизации подвижника. В данном случае книга о Марии Самарской появилась слишком быстро, чтобы в ней было представлено большое количество свидетельств о ее посмертных чудесах. Эту лакуну стали заполнять письма в редакцию «Благовеста». История, казалось бы, обычная, но особый колорит подобным публикациям придавал тот факт, что в описываемых чудесах часто фигурировала книга, составленная главным редактором газеты. Приведем одно из первых писем-свидетельств. Оно было опубликовано в номере от 23 ноября 2001 г., т.е. того года, когда книга увидела свет.

Хочу поделиться той благодатной радостью, которую испытала я причтеникниги «Блаженнаясхимонахиня Мария». Ксожалению, янезнала матушкупри жизни, нопрочитав оней, ясловно познакомиласьснейвоочиюичувствовалаеемолитвеннуюзащиту. Ниодна книга духовного содержания не давалась мне с такой легкостью, каждое словооткладывалосьвсердце. Исамоеглавноечудопритчени — вот какое. При сильнейшем насморке я вдруг почувствовала от книги благоухание! Не поверила, думала, почудилось, но потом, вечером, когда снова стала читать о матушке — все то же чудное благоухание! Аблагодатьпомолитваматушки Мариимыощущалинеоднократно. Стоиттолькообратитьсяк матушкескакой-то просьбой — и она не преминет откликнуться тут же! Вот один из примеров: дочка никак не может укачать ребенка и с мольбой просит: «Матушка, помоги мне укачать ребенка!» И — просто чудеса Господни! маленькая Машенька мгновенно успокаивается изасыпает. И так их примеров множество! Благодарим Господа, что он открыл нам такую молитвенницу и помощницу. Блаженнаясхимонахиня Мария, моли Бога о нас! Нина, г. Самара.

Как видим, сама книга, которая, разумеется, рекламировалась «Благовестом» как продукция этого печатного дома, становится «агентом присутствия» святой не только в жизни, но и в доме ее новообретенного почитателя. В свою очередь последний

шлет благодарственное письмо автору этой книги, который репрезентируется как представитель святой. В этой связи не удивительно, что некоторые новые чудеса заключаются в самом факте приобретения заветного издания: святая помогает верующим познакомиться с самой собой. В номере от 4 марта 2004 г. находим следующее письмо, опубликованное под заголовком «Я считаю, что это было чудо».

В «Благовесте» в рубрике «Книга — почтой» я узнала о переиздании книги «Блаженная схимонахиня Мария». Я приняла решение выписать эту книгу, хотя для моей пенсии не так уж дешево. Ходить в кассу и получать пенсию — благо, но отстаивать всегда очереди омрачает радость этого блага. И вот прихожу в кассу и не верю своим глазам: в кассе ни души, кроме кассира, конечно. Быстренько получила деньги, и сразу после этого народ стал наплывать. Пошла на почту — и там ни души, быстренько оформила почтовый перевод на книгу. Еще при мне народ стал прибывать, хотя время уже приближалось к обеду. Пошла домой, и вдруг меня осенила мысль: да это же Мария Ивановна Самарская помогла мне беспрепятственно и быстро осуществить мои дела и подписаться на книгу о ней! Мария (тоже Ивановна) Кривобоква, с. Нестеровка Оренбургская область¹.

Таким образом книга и газета, а также стоящие за ними редакция и собственно А.Е. Жоголев (некоторые благодарственные письма-свидетельства адресованы непосредственно ему) становятся медиаторами между святой и верующими, обеспечивают канал коммуникации между ними².

Как мы попытаемся показать ниже, стратегии репрезентации писем в часовню Ксении Блаженной на страницах изданий

¹ Заголовок письма, следующего за приведенным, тоже достаточно красноречив: «Эта книга у меня настольная».

² Приведем еще одно письмо, опубликованное в «Благовесте» (2006. 7 апр.). Основной мотив вполне традиционен (святая вразумляет человека, сомневающегося в его святости), но указания на роль газеты и книги в том, что произошло, делает этот текст идеальным примером косвенной рекламы.

Эта книга ко мне вернулась...

Уважаемая редакция!

О блаженной схимонахине Марии (Матукасовой) я узнала из газеты «Благовест» и стала молиться ей. Много раз по молитвам матушки Марии просьбы мои исполнялись. А однажды пришла мне мысль, что раз она не канонизирована, то я зря молюсь ей — многим великим святым не успеваю молиться, — и решила не молиться ей. И вот ко мне в храме подходит женщина и просит продать ей книгу о блаженной схимонахине Марии одному больному. Эта женщина не могла знать, что есть такая книга у меня. Книгу я решила больному подарить. Когда собралась нести книгу, посмотрела на обложку и говорю: «Матушка Мария, ты уходишь от меня! Прости меня, грешную, недостойную, ленивую, я теперь буду продолжать тебе молиться». Недели через две приносят книгу обратно и говорят, что блаженная схимонахиня Мария приснилась тому больному и строго велела вернуть мне книгу. Блаженная схимонахиня Мария, моли Бога о нас! Лидия Чебыкина, г. Тольятти.

Смоленского храма могут быть рассмотрены в схожих терминах — как косвенная реклама институции, контролирующей почитание святой.

Письма Ксении Блаженной

Вообще говоря, приступая к данному исследованию, мы с самого начала понимали, что нам не удастся ознакомиться со всеми изданиями, в которые включены письма интересующего нас типа — церковные и околоцерковные издательства выпускают книги о Ксении Блаженной слишком интенсивно. Посетив несколько церковных книжных лавок, газетный зал Российской национальной библиотеки и, разумеется, Интернет, мы решили, что имеющихся у нас текстов достаточно для освещения интересующих нас проблем: одни и те же письма стали повторяться слишком часто, да и стратегии их репрезентации тоже.

Итак, нашими основными источниками стали, во-первых, официальный сайт прихода Смоленского храма (страница «Сборник современных свидетельств о чудесах по молитвам святой блаженной Ксении Петербургской»)¹; во-вторых, газета того же прихода «Смоленский храм» (раздел «Чудеса по молитвам матушки Ксении»)²; в-третьих, два сборника писем, составленные Л.С. Яковлевой [Яковлева 2004; 2006]³.

Эти четыре издания объединены нами по простому принципу: их составителями и редакторами являются люди (священнослужители и миряне), непосредственно причастные к Смоленскому приходу и «приемной» Ксении Блаженной. Кроме того, у нас есть основания полагать, что авторы этих публикаций (не путать с авторами писем) постарались не очень сильно редактировать тексты писем. Последнее предположение не подразумевает утверждения об «аутентичности» всего публикуемого. Письма отбираются, их тексты приводятся в соответствие с нормами орфографии и пунктуации. Разумеется, письма часто сокращаются. Вся эта правка видна из сравнения вариантов одного и того же письма, опубликованных в разных сборниках.

Тем не менее мы склонны верить в то, что не исправления, а тактичное и хитроумное «выбеливание» было основным инструментом редакторов. Оснований для этой веры немного, но они все же есть. Дело в том, что редактура не коснулась слиш-

¹ Адрес сайта <<http://st-xenia.spb.ru>>. Здесь помещено 47 писем.

² Мы взяли выпуски за 2001 и 2002 гг., 43 письма.

³ В этих книгах опубликованы 31 и 189 писем соответственно.

ком (с точки зрения абстрактного канона) «простодушных» фраз и целых писем корреспондентов Смоленского храма. Приведем два примера. В одном из писем можно прочитать следующее: «Я благодарю и за это св. Блаженную Ксению и верю, что она обязательно поможет <...>, если это, конечно, в воле Божией» [СХ 2001. №2 (7)]. Любому верующему известно, что все в этом мире в Божьей воле, но здесь осталось двусмысленное «если это <...> в Божией воле»¹. Другой пример — письмо из мест заключения, приведенное в сборнике Людмилы Яковлевой [2006: 181–186]. В нем много интересных моментов, но для нас важно то, что оно завершается следующим пассажем: «Прошу ответить на вопросы, которые задали другие узники. 1. Сколько надо спать? Есть в день? 2. Сколько лет человечеству? 3. Что такое НЛО? 4. Кто такие целители, знахари, экстрасенсы, гипнотизеры (поподробнее об их демонической силе)? 5. Можно ли сжигать покойников? 6. Почему католики крестятся слева направо, что означает слово католик и в чем первопричина их отпадения от нас? 7. Что такое клонированный человек и зомби, как они живут и чего лишены в отличие от человека? 8. Если на тебя и твою мать напал бандит, а выход один — или он тебя убьет с мамой, или ты его, то как поступить?». То, что этот фрагмент вошел в православное издание, говорит, конечно, не об отсутствии цензуры, но об умении редакторов использовать прямые цитаты в своих целях.

Тираж «приходских» изданий достаточно скромнен, чего нельзя сказать о книгах «внешних» авторов, выдержавших несколько изданий тиражом до 10 000 экземпляров. Очевидно, что эти популярные издания практически не контролируются служителями Смоленского храма, которые не имеют возможности влиять на идеологию всех публикаций, посвященных популярной ныне святой. Однако для создания общего информационного контекста мы кратко охарактеризуем эти книги с точки зрения политики, которой они придерживаются при публикации писем. Речь пойдет о трех изданиях [Горбачева 2003²; Козаченко 2006³; По молитвам блаженной Ксении 2006].

Первые два делают упор на исторической составляющей репрезентации образа Ксении Блаженной и ее культа. Современ-

¹ Характерно, что в другом издании того же письма (об этом издании мы скажем ниже) эта фраза исправлена: «если на это, конечно, есть воля Божия» [По молитвам блаженной Ксении 2006: 124].

² Все письма, вошедшие в книгу (8), судя по всему, взяты из сборника В.И. Козаченко.

³ Эта книга, впервые увидев свет в 2000 г., выдержала множество изданий, которые почти не отличаются друг от друга. Она содержит раздел «Письма о чудесах блаженной Ксении», составленный, согласно копирайту, по материалам «Храма во имя Смоленской иконы Божией Матери на Смоленском кладбище в Санкт-Петербурге». 30 писем.

ные письма-свидетельства занимают в них достаточно скромное место. Авторы помещают их после многостраничных описаний житийных сюжетов и дореволюционных (прижизненных и посмертных) чудес Ксении Петербургской, сопровождаемых историческими справками и агиологическими рассуждениями. Публикация текстов современных писем идет после указания на практику вековой давности посылать письма в Смоленский храм. Эти письма нужны авторам для того, чтобы подчеркнуть идею непрерывной традиции, идею, как нам кажется, не столь важную для «смоленцев»: «Минули десятилетия, а в Санкт-Петербург, на Камскую улицу, 24, в храм Смоленской иконы Божией Матери, приходят письма» [Козаченко 2006: 241]; «На имя настоятеля Смоленского храма продолжают поступать письма-свидетельства» [Горбачева 2003: 121].

Несколько особняком стоит третья из указанных книг [По молитвам блаженной Ксении 2006], целиком состоящая из писем-свидетельств. Большая часть их заимствована из зарубежных православных изданий, из которых указано только одно: «Текст печатается по изданию “Памятка, посвященная прославлению блаженной Ксении Петербургской”, New York, 1978». Однако семидесятью годами минувшего века — временем, когда Русская православная церковь за рубежом готовила прославление блаженной (в СССР причисление Ксении Блаженной к лику святых состоялось на десять лет позже) — датированы лишь 60 из 98 свидетельств. Остальные письма в основном взяты из газеты «Смоленский храм», официального сайта прихода и/или сборника Козаченко.

Помещая поздние письма в свою книгу, составители довольно смело редактировали свои источники: правили стиль, меняли лицо повествователя (с третьего на первое), сокращали письма, даже соединяли два разных свидетельства в одно¹ и, что самое

¹ Приведем лишь один пример подобного редакторского творчества. В газете «Смоленский храм» (№ 1) за 2002 г. читаем: «Уважаемый батюшка! У меня к вам большая просьба: отслужите, пожалуйста, молебен блаженной Ксении Петербургской с просьбой о даровании р. Б. Галине чада мужского пола. В феврале этого года я обращалась с просьбой о помощи в строительство храма в нашем городе, об исцелении от опухоли, о желании иметь ребенка. Так вот: храм строится, опухоль “исчезла”, а в январе (если, конечно, Богу будет угодно) у меня появится малыш. Так как мне много лет (40) и есть болячки (гипертония, камни в почках и т.п.), то я обращаюсь к Ксеньюшке с молитвами о помощи в рождении ребенка, чтобы он родился здоровеньким, а то у нас из-за экологии рождаются “желтые” дети или с поражением нервной системы. И очень хочется мальчика. Помолитесь обо мне, отец Виктор. С любовью о Господе, р. Б. Галина; Алтайский край, г. Горняк». И ниже: «17 лет вымаливали мальчика у Ксении. Родился Дмитрий. Когда приехали в часовню к мощам Ксении Блаженной, младенец (только начал говорить) обнял раку и сказал: “Это моя бабушка”. В монастыре удивляются: пятилетний Дима ведет себя на службе как диакон. Вот что значит Божий ребенок, вымоленный. Рассказ на православном радио». В книге «По молитвам Блаженной Ксении» второе свидетельство приписано автору первого письма — Галине из города Горняк [2006: 116].

показательное, безжалостно убирала обращения к конкретному адресату, которые содержатся в первоисточнике. Все эти письма были получены и опубликованы Смоленским храмом или со ссылкой на его архив, но только три содержат пометку «Письмо в храм Смоленской иконы Божией Матери» и прямое обращение к адресату (два раза — к священнику и один — непосредственно к Ксении). Из большинства писем изъяты обращения к адресату, иногда довольно развернутые («Мир Вам, батюшка Виктор! У меня к Вам просьба — выслушайте меня»), и простодушные ремарки («Может быть, не так пишу, как надо, но все это от души. Спасибо за то, что Вы есть!»¹), т.е. все то, что создает атмосферу личной, почти интимной переписки.

Подобная редакция превратила послания в довольно однообразные документы-свидетельства, собираемые в ходе подготовки к канонизации, морфологически и функционально однотипные тем, которые были взяты из зарубежных изданий. В этом, собственно, и была цель составителей, которым нужны были не письма, а списки чудес. Заметим в этой связи, что в книгах Козаченко и Горбачевой письма избежали подобного рода стерилизации, что объясняется не только аккуратностью авторов, но и стремлением показать преимущество в практике эпистолярной деятельности верующих и «канцелярии» петербургской святой.

**«Уважаемый батюшка», «дорогие тети»,
«милая Ксеньюшка» (образ адресата)**

Обращаясь к нашим основным источникам — изданиям, связанным со Смоленским приходом Санкт-Петербурга — попытаемся показать, как в них репрезентируется адресат писем. И здесь можно выделить две основные стратегии.

Первой придерживаются «официальные органы» прихода — газета «Смоленский храм» и официальный сайт. Заключается она в том, что публикуемые письма (а все они являются свидетельствами о чудесах) адресуются в основном настоятелю храма отцу Виктору Московскому. Типичное начало письма выглядит так: «Здравствуйте уважаемый батюшка!» или «Здравствуйте, отец Виктор». В некоторых письмах адресат — и священник, и св. Ксения. В последнем случае роль священника как посредника между верующими и святой особенно очевидна — просьба о помощи и благодарность должна быть

¹ Обе исключенные из публикации фразы содержатся в письме, приведенном в книге Козаченко [Козаченко 2006: 260] и на сайте прихода. Ср.: [По молитвам блаженной Ксении 2006: 131].

услышана обоими «виновниками» чуда¹. Примерно такую же картину можно увидеть на приходском сайте².

Казалось бы, обилие обращений к священнику в письмах-свидетельствах объясняется очень просто: многие из них (если не большинство) являются третьей репликой в коммуникации верующего и Смоленского прихода (первая — письмо на приход с просьбой отслужить молебен в часовне св. Ксении; вторая — ответ-уведомление, под которым стоит подпись отца настоятеля). Другими словами, если в первом своем письме человек может и не знать, к кому конкретно он обращается, то ответ, который он получает, делает ситуацию более определенной. Однако свидетельство о чуде можно было бы привести, убрав обращение к конкретному лицу, как это порой делается в рассматриваемых публикациях (это ясно из сравнения разных редакций одного и того же письма). Как нам кажется, в данном случае мы имеем дело с последовательной публикационной политикой, целью которой является указание на конкретное лицо, «ответственное» за успешную коммуникацию со святой (святыней).

Еще больше нас убеждает в этом сравнение публикаций в газете и на сайте с теми эпистолярными материалами, которые мы находим в двух книгах, составленных Людмилой Яковлевой. Она, используя материалы Смоленского прихода, избрала иную стратегию репрезентации образа адресата. Ни в одном письме из первого сборника Яковлевой [2004] мы не находим обращений к священнику. Здесь составитель постаралась не акцентировать внимание читателя на фигуре получателя(лей) письма, только в двух письмах мы можем прочесть: «Здравствуйте, люди добрые, дорогие служители храма» и «Святая Ксеньюшка, благослови нас, грешных». Т.е. из самого контекста публикации писем ясно, что кто-то получает и публикует письма, но образ получателя не совсем ясен. Понятно, что это скорее группа людей (служители храма), за которыми или над которыми стоит св. Ксения, т.е. начальником «канцелярии» является не настоятель храма, а сама святая.

Еще более последовательно эта стратегия репрезентации адресата писем представлена в другой книге, составленной Людмилой Яковлевой [2006]. На первой странице, вверху, там, где часто помещают наименование организации, от лица которой выступает автор, читаем: «Всенародная приемная блаженной

¹ В просмотренных нами номерах газеты «Смоленский храм» адресат назван в 33 письмах из 43, в 25 — это священник, в 6 — священник со св. Ксенией.

² На сайте прихода иконы Смоленской Божьей матери 28 из 47 писем содержат обращение к адресату, из них 21 обращено к священнику и 2 — к священнику и св. Ксении.

Ксении Петербургской». Далее среди многочисленных фрагментов писем (напомним, их 189) мы находим частые указания на адресата (в 125 письмах). Общее впечатление, которого, можем предположить, и добивался составитель сборника, — социальная разногосица. Определяя адресата, корреспондент тем самым сообщает о собственном статусе. Ребенок пишет «Дорогие тети!», человек воцерковленный и «простой» может обратиться прямо к Ксении Блаженной, кто-то напишет «Дорогие братья и сестры во Христе», другие попытаются избежать именованя адресата, например «Здравствуйте. Меня зовут Андрей» [Яковлева 2006: 116].

Попробуем обрисовать портрет адресата писем, опубликованных в сборниках Яковлевой. Чаще всего здесь встречаются обращения двух типов. Многие авторы адресуют свои просьбы напрямую к Ксении. «Матушка Ксения, прости, что так часто надоедаю. Но мне не с кем поделиться, выложить все наболевшее» [Там же: 180]; «Пожалуйста, мати Ксения, сделай так, чтобы Леша — ты знаешь какой — забыл свою старую любовь и очень сильно полюбил меня и никогда не изменял» [Там же: 123]; «Здравствуй, Ксения Петербургская. Пишет тебе Татьяна из далекого от Санкт-Петербурга Забайкалья. Ты ведь можешь все? Да?» [Там же: 128–129].

Эти письма напоминают более всего записки Ксении Блаженной, которые принято оставлять у ее часовни (см. подробнее: [Филичева 2006а; 2006б]). Однако большая часть писем обращена к посредникам, в «канцелярию» Ксении, обычно с просьбой отслужить ей молебен, просто помолиться ей или передать просьбу (64 письма): «Пишу к Вам в тяжелой скорби и на коленях умоляю: услышьте вопль несчастной матери. Отслужите у святых мощей блаженной матушки Ксении» [Яковлева 2006: 144]; «Пожалуйста, отслужите молебен в долг <...>. Одна надежда на матушку Ксению» [Там же: 163]. Иногда в одном письме можно обнаружить своеобразную путаницу в именовании его адресата, что является одним из способов продемонстрировать аутентичность опубликованного письма «из народа»: «Помолитесь матушке Ксении Петербургской <...>. Мати Ксения, вмешайся, помоги... Прошу блаженную Ксению...» [Там же: 28–29] или «Я написала свое первое письмо блаженной Ксении направила, как “на деревню бабушке” <...>. А Вам низкий поклон, что боретесь за каждую овечку, как в Евангелии заповедано» [Там же: 41–42].

Из всей этой, казалось бы, противоречивой картины складывается вполне осязаемый образ: св. Ксения имеет свое представительство (канцелярию) на Смоленском кладбище, в задачу

которого входит ведение *переписки* между святой и ее почитателями. В эту канцелярию можно послать прямое обращение к святой — оно будет дословно передано, но можно обратиться и к сотрудникам приемной — пусть они замолвят словечко («Умолите Ксению о выздоровлении души моей заблудшей дочери» [Там же: 89]). Другими словами, письмо в канцелярию — это и есть письмо Ксении, а ответ оттуда — отклик самой святой («Отправляя письмо в часовенку Ксении блаженной, я не задумывалась, придет ли ответ. Но прошло немного времени; вдруг без всякой причины начала я беспокоиться и настойчиво просить Ксеньюшку отозваться. Нетерпение нарастало, как лавина. В один из дней я без конца заглядывала в почтовый ящик, и — обнаружила письмо из Петербурга! Поверьте, радость была такая несказанная, будто я выиграла машину <...>. И вдруг по комнате раздалось такое благоухание, будто ладаном кадили. Муж прибежал из другой комнаты, спрашивает: “Что ты делаешь, отчего так пахнет?”. А я отвечаю: “**Это Ксеньюшка блаженная письмо прислала**” <...>. Я вам писала <...>. Я [в письме] просила святую Ксеньюшку только помолиться за нас» [Там же: 101–102; выделено публикатором. — Ж.К., С.Ш.]).

Ощущение того, что корреспонденты «приемной» зачастую представляют свои обращения к святой в терминах «просим вмешаться», усиливают жалобы на соседей и чиновников. Публикация таких текстов вполне соответствует тому образу канцелярии могущественного патрона, который рисуется в сборнике¹.

В такой ситуации фигура священника как посредника между святой и верующими уходит в тень: в сборнике нет прямых обращений к священнослужителям (как косвенные можно рассматривать просьбы отслужить молебен). Но в этом нельзя видеть проявления антиклерикальных настроений автора-составителя, который почел своим долгом опубликовать на последней странице сборника обращение настоятеля Смоленского храма с просьбой о пожертвованиях.

¹ «Подверглась нападкам нового соседа. Прибирает к рукам землю (у нас общий приусадебный участок). Судимся. Делает подтасовки, не подчиняется ни суду, ни милиции. В мой адрес одни лишь запугивания, угрозы. Этот новый мой сосед разворачивает строительное производство на нашем общем участке. Разрешения нет, а он делает свое дело. Нет на него управы. Призываю в помощь нашу святую заступницу — мать Ксению. Елена Дмитриевна» [Яковлева 2006: 85]. Ср.: «Простому человеку броню чиновничьего равнодушия пробить трудно. Люди боятся бороться за свои интересы, никому не верят. Местная администрация в 2002 году издала постановление об ограничении пользования земельными участками до четырех соток, в нарушение Конституции и Земельного кодекса. Благодаря моим мольбам Ксении Петербургской о помощи простым людям (я не только о себе просила) это несправедливое постановление наш уставный суд отменил» [Там же: 142].

Как относятся к подобной стратегии репрезентации адресата писем в часовню клирики Смоленского храма? Думаем, без особой настороженности. Видимо, настоятель храма, без ведома которого публикации Яковлевой были бы невозможны, не видит большой беды в письменных обращениях прямо к святой или в канцелярию, в которой работают какие-то «дорогие тети». Клир, вероятно, не находит в простодушном избегании упоминаний о посредничестве церкви при обращении к святой угрозы своей власти просто потому, что понимает: «рынок православия» — равно предлагаемые услуги и спрос — существенно сегментирован, и следует предлагать подходящий продукт для разных групп потребителей. Если православные из политической или бизнес-элиты нуждаются в религиозных профессионалах и требуют «высокого качества обслуживания», то простецы обходятся своими силами. При этом простонародная вера, искренняя, местами не вполне канонически бесспорная, необходима для придания предлагаемому другим потребителям продукту (православию вообще, и в нашем случае почитанию Ксении Блаженной) бесценного качества — аутентичности. В контексте анализа публикаций писем Ксении Блаженной образ «типичного почитателя», объекта ее потенциального или осуществляемого покровительства, становится своеобразной риторической фигурой «потребителя православия».

Бедные люди (образ адресанта)

Итак, публикацию писем Ксении (и не только ей, конечно) можно рассматривать как рекламу православия и конкретной православной святыни. Но грамотно построенная рекламная кампания какой-то фирмы намекает или прямо говорит о том, кто является главным и «правильным» потребителем ее продукции, рисует портрет человека, в котором может узнать себя потенциальный клиент. Или же этот образ, являясь недостижимым, но представляющим собой стимул к самоусовершенствованию идеалом, должен стимулировать изменение системы потребностей потребителя. Иными словами, рекламное сообщение говорит одним людям о том, что подобные им, прибегнув к услугам «фирмы», получили желаемое (и, следовательно, зрителю-слушателю-читателю стоит последовать этому примеру). Другой же части аудитории оно намекает на то, что потребление продукции все той же фирмы может сделать их причастными к пока еще (или вообще) недостижимому миру «правильного потребителя».

Таким идеальным потребителем в нашем случае являются люди обездоленные, лишенные чего-то необходимого для нормальной «человеческой» жизни: достатка, семьи, здоровья,

простого житейского здравомыслия (наивность) — те, кого мы будем называть «бедные люди». Именно эта социальная «инвалидность» создает образ идеального верующего, привлекательный для потенциального потребителя.

Вообще говоря, подобный образ корреспондента святой или ее канцелярии характерен для всех рассматриваемых нами изданий. Однако наши примеры мы взяли из сборника Людмилы Яковлевой 2006 г., и вот почему. Составитель этой книги, используя письма верующих, которые она разбила на тематические разделы и сопроводила краткими комментариями, попыталась создать своеобразный социологический очерк современного православного народа (напомним, что речь в сборнике идет о «всенародной приемной»).

Сама Яковлева понимала свою задачу в терминах духовной медицинской диагностики. Об этом говорит использование таких образов, как «самочувствие общественного организма», «пульс общенародного тела» и подобные [Яковлева 2006: 3]. Иными словами, перед нами проект, эксплицированная цель которого заключается в репрезентации портрета типичного корреспондента св. Ксении (ее канцелярии). Это и делает сборник Яковлевой удобным объектом для анализа.

«Живут самостоятельно, много работают, имеют достаток. Наверное, поэтому привыкли обходиться без Бога» [Яковлева 2006: 172]. Так, Лидия Ивановна из Алтайского края объясняет отсутствие взаимопонимания с дочерью и зятем: их разъединяет, по ее мнению, разница в финансовом положении. Их успешность мешает им прийти к Богу. Вряд ли она хотела бы, чтобы родители любимой внучки потеряли работу, став верующими людьми. Здесь просто констатируется очевидный для автора факт: экономический успех заменяет обращение к Богу, делая его ненужным и невозможным. Экономическое процветание и вера несовместимы¹.

В письме Лидии Ивановны сформулирована важная для современной православной культуры идея о том, носители настоящей веры — бедные люди. Быть бедным в этой системе ценностей — достоинство. Если «богатый» должен подтверждать свою веру, то «бедному» достаточно указать на свое положение.

¹ Это хорошо видно из истории одного обращения, помещенной в главе с характерным названием «Все потеряли — ближе к Богу стали». Исходное состояние: «Я <...> работала юрисконсульт на престижном предприятии <...>, при всем своем мирском благополучии я была крайней убогой пред Богом!». Нынешнее состояние: «Я потеряла деньги, связи, работу, семью. Но обрела Бога!» [Там же: 111].

Бедность в опубликованных письмах репрезентируется (и понимается) по-разному. Во-первых, это экономическое состояние. Подавляющее большинство корреспондентов Ксении Блаженной, если верить сборнику Яковлевой, малообеспеченные или живущие за чертой бедности люди. Пишут матери-одиночки, порой не работающие и ухаживающие за больным ребенком, увязшие в долгах мелкие предприниматели, дети пьющих родителей, многодетные семьи с одним кормильцем, не сумевшие устроиться на новом месте мигранты из стран бывшего СССР. Многие корреспонденты живут в экономически отсталых регионах или сельской местности.

Во-вторых, бедность понимается как обделенность (здоровьем, детьми и проч.), несчастность. «Бедная ты моя!» — говорит Ксения, придя во сне к болеющей женщине, и начинает ее «жалеть и обнимать», а вместе с тем и лечить [Там же: 45]. Многие пишут о своем социальном сиротстве, иными словами, об отсутствии нормальных, с точки зрения общества, социальных связей, прежде всего семейных. Это мужчины и женщины, которых бросили их супруги, это и родители, потерявшие связь с детьми («пишет вам несчастная мать-сирота» [Там же: 101]), и заключенные, переживающие свое реальное или мнимое сиротство, и одинокие люди, ищущие себе пару. Составитель сборника, пытаясь максимально расширить круг потенциальных читателей св. Ксении, указывает еще на одну группу «бедных» — молодежь, которая ничего не смыслит в православии, т.е. лишена чего-то очень существенного, но искренне верит в покровительство святой¹.

Риторика смирения еще более усиливает ощущение того, что источник настоящей веры находится именно среди «униженных и оскорбленных»: «Помоги мне просто так, потому что я ничего не могу предложить взамен <...>. **К тебе обращаются усердные рабы Божии. Но и простые обращаются, и немощные**» [Там же: 26; выделено публикатором. — Ж.К., С.Ш.]. Любопытно, что автор письма противопоставляет «усердных рабов Божиих», которые имеют право на помощь свыше, таким, как он, — «простым и немощным» тем, кто может только робко надеяться на благосклонность святой.

¹ В качестве яркой иллюстрации позиции «современной молодежи» составитель приводит следующий пассаж из обращения молодой особы к св. Ксении: «И еще, пожалуйста, помоги мне в учебе, чтобы меня любили учителя. Чтобы я становилась все красивее и красивее, стала очень классной, прикольной и веселой. Чтобы родители меня везде отпускали. Чтобы мне везде и всюду везло» [Там же: 124]. Незнание православного этикета здесь компенсируется наивностью и искренностью.

Но именно смиренность пишущего повышает его шансы быть услышанным¹.

Письма к Ксении Блаженной делятся на три части: благодарности за оказанную помощь, свидетельства о чудесах и просьбы. Последние практически обязательно исполнены в жанре ламентации (о развитости этого жанра в повседневных речевых практиках россиян писала Нэнси Рис, см. [Рис 2005]), предполагающем подробное описание собственной сироты и бедственности материального положения. Мы вовсе не хотим сказать, что авторы писем преувеличивают степень своей нужды и боли. Однако им приходится нарративизировать свое горе, причем таким образом, чтобы просьба выглядела предельно убедительной и не могла быть не выполнена по соображениям простого гуманизма. Для этого авторы используют особый язык страдания и риторику ламентации².

Принцип простой: достойный человек незаслуженно страдает и просит воздать ему по справедливости. В одном из писем из сборника Яковлевой автор (Грешная Екатерина) просит, чтобы мужу прибавили зарплату, а сыну нашли хорошую работу, потому что а) муж «афганец», имеет много наград; б) он болеет, но работает; в) «пенсия моя мизерная, да и муж получает гроши, еле-еле хватает на жизнь» [Яковлева 2006: 103]. Два последних аргумента должны убедить Ксению в том, что ей пишут по-настоящему бедные люди. Очевидно, что для получения помощи необязательно быть примерным прихожанином или усердно молиться — главное быть достаточно несчастным. Недаром светское издание «Коммерсантъ» назвало Ксению Блаженную одной из самых демократических святых, которая помогает даже атеистам [Флоренская 2002].

Вполне очевидно, что авторы и публикаторы писем, сознательно или неосознанно, ориентируются на опыт составления прошений в государственные инстанции, в частности в органы социальной защиты, в которых просьбе о помощи предшествует аранжированная в стиле ламентаций аргументация обоснованности этой просьбы.

¹ В другом письме интересно сочетание описания собственного благочестия (спрятанного за скромным «мы», что значит «я и дети») и демонстрации смирения. Автор письма как бы спохватывается, не слишком ли она себя хвалит, и переходит на регистр смирения. «Воскресные и праздничные дни мы с детьми проводим в церкви, часто бываем у исповеди и святого Причастия, молимся утром и вечером. За это время изменились мои взгляды на жизнь, на весь этот мир и на меня в нем. Бывало такое состояние, когда хотелось быть пылинкой на дороге, по которой прошли бы все люди и истоптали меня за грехи» [Там же: 111–112].

² Описание своего нынешнего бедственного положения содержат около трети опубликованных в сборнике писем. Поскольку за частую подобные фрагменты многословны, они во многом определяют общую тональность книги.

Почитатели Ксении видят в ней обычную женщину с несчастливой судьбой. Во многих письмах есть описание встречи с нею — во сне, на автобусной остановке, на рынке, в храме, у часовни на Смоленском кладбище. Это старушка, просто женщина или пожилая женщина, одетая старомодно в длинную юбку и кофту (указываются цвета, всегда разные), с платком на голове. Обычно она появляется в критическую минуту в качестве чудесного помощника или советчика и остается неузнанной. Позже, увидев икону, человек узнает на ней встреченную женщину и понимает, с кем имел дело. Иными словами, Ксения — обычная, такая же, как многие, бедная и несчастная. И помогает она, конечно, таким же, как она сама. Заметим, что образ юродивой Ксении, странного поведения и в мужском мундире (XVIII в.), по-видимому, слишком экзотичен и не пользуется популярностью. Во всяком случае, в таком виде она никому не является.

Всех корреспондентов Ксении Блаженной составитель сборника, как видно из подзаголовка, объединяет в категорию «простые люди». «Простые» здесь значит не облеченные властью, бедные, обыкновенные. Надо сказать, что современному православному дискурсу как в официальном, так и в «демократическом» его сегментах не свойственно евангельское осуждение богатства (напр., Мф.19:24). Наоборот, в рамках православной религиозной культуры вырабатываются стратегии комфортного сосуществования людей в обществе с мощным социальным расслоением¹. Для тех, кто относит себя к «бедным людям», одной из таких стратегий является репрезентация собственной бедности как избранности. «Простой» человек имеет больше шансов быть услышанным Богом. Это качество, обогащенное определенным опытом религиозной жизни, может становиться серьезным символическим капиталом. Для других православных, кто к «бедным людям» себя не относит, бедность может видеться обязательным качеством для аккумуляции «духовности» и аутентичной традиции (см. подробнее: [Kormina, in print]).

Здесь следует добавить, что описанная выше стратегия репрезентации образа православного народа не является единственной возможной. Если сравнить этот портрет со свидетельства

¹ Известные нам случаи социальной критики касаются скорее поведения Церкви по отношению к власти имущим. Пример такого скандала — захоронение в пещерах Псково-Печерского монастыря лидера тамбовской группировки Николая Гавриленко. Скандал был настолько сильным, что патриарху пришлось снять с занимаемой должности принявшего решение о захоронении настоятеля монастыря архимандрита Романа (Жеребцова). Показательно, что особенное внимание и прессы, и печерян, до сих пор охотно рассказывающих эту историю, сосредоточено не на личности бандита, захороненного в святом месте, а на сумме, уплаченной монастырю.

ми, которые мы находим на страницах некоторых политических или политизированных православных изданий («Русь православная», «Путь христианина» и т.п.), увидим, что там народ выглядит совершенно иначе. Он не смиренно просит, а властно требует, не плачет, а грозит, не терпит, а борется. «Народ» в фундаменталистских изданиях не замыкается в своих частных нуждах. Он движим общецерковными или даже общенациональными интересами. Даже свидетельства о чудесах здесь своеобразны. В письмах св. Ксении люди рассказывают о чудесных исцелениях, помощи в заключении брака, поисках работы, наконец, приобретении картошки по сходной цене. Эти описания резко контрастируют с чудом из письма, опубликованного, скажем, в сборнике «Чудеса царственных мучеников» [1995]. Это видение, окрашенное в мрачные цвета политической эсхатологии — визионер становится свидетелем «самоотпевания» русского народа¹ — является типичным примером нарратива «политического православия». В практике «малых чудес», представленной в письмах-свидетельствах в Смоленский храм, можно видеть попытку создать альтернативный образ православия — православия «социального».

Заключение. Пишите письма...

Надежда Кизенко в недавней работе о культе Иоанна Кронштадтского и Ксении Блаженной в начале XX в. делает вывод об антимодернистской идеологии, стоящей за почитанием этих святых [Kizenko 2003]. Заключение основывается на том, что главные адресаты этих культов — представители наименее модернизированной части общества, а именно женщины и беднота. Однако такая специфическая практика почитания, связанная исторически именно с культом Ксении Блаженной, как записки и письма, является как раз доказательством современности соответствующего культа.

Идея вступить в переписку со святым или его (ее) представителями предполагает, во-первых, достаточный уровень грамотности. Поскольку уровень этот в Российской империи начала

¹ Я увидела во сне наш Свято-Троицкий храм. Как всегда, в нем было много людей, но на этот раз народ был все какой-то нецерковный, таких во множестве встречаешь на улицах, в магазинах и прочее. Они стояли, плотно прижавшись друг к другу. Я зашла в храм, видимо, во время заупокойной ектении, но странное я услышала пение, хор пел странное, необычное песнопение: «Ныне упокой, Христе Боже, нас...» Я ушам своим не поверила, что они поют? «Ныне упокой, Христе Боже, нас» — нас, поют и поют, одно и то же, да так вдохновенно, слаженно, возвышенно <...>. Тут выходит на амвон священник и подает знак присутствующим, и весь народ начинает петь вместе с хором: «Ныне упокой, Христе Боже, нас». Священник дирижирует, а народ все поет и поет. Рядом со мной женщина грубо трясет своего ребенка и приказывает ему: «Пой, пой!» — и не сетя над всеми: «Ныне упокой, Христе Боже, нас!»

прошлого века был довольно низким, можно делать выводы о том, какие слои населения могли участвовать в «переписке». Во-вторых, должно существовать регулярное почтовое сообщение и быть развита собственно практика переписки. Письмо становится заменой паломничества, а почтовая система создает возможность для осуществления такой замены. Таким образом, практики почитания Ксении Блаженной — святой городской, столичной — уже в момент становления культа в конце XIX — начале XX в. вполне соответствовали духу времени.

В эпоху Интернета верующие также могут использовать современные средства связи для организации коммуникации со святой. Недавно на форуме сайта <<http://ovulation.org.ua>>, целевой аудиторией которого являются женщины, столкнувшиеся с проблемой бесплодия, одна из участниц, собравшаяся посетить часовню св. Ксении, предложила желающим послать ей тексты записок, которые она бралась доставить к часовне. Предложение встретило живой отклик, прислали и попросили передать записки 18 человек¹.

Нежелательность таких «гражданских инициатив» для Церкви вполне очевидна. Написав в записке свою просьбу, люди могут обратиться к св. Ксении напрямую или попросить знакомых, отправляющихся в паломничество, ближнее или дальнейшее (упомянутая выше форумчанка, например, живет в Петербурге), и не нуждаются в других посредниках — священнике или «канцелярии»². Несомненно, церковнослужители знают и о том, что к часовне Ксении приносят не только записки с просьбами. Среди листов бумаги, лежащих вокруг часовни или засунутых в щели на стенах, есть и записки поминальные, зачастую написанные на специальных бланках, которые можно взять в церкви. Однако они не передаются священнику для прочтения во время службы вместе с оплатой за заказываемую таким образом церковную «услугу», как это полагается, а кладутся к часовне. Таким образом, верующие предпочитают обратиться непосредственно к святой, которая сама помолится

¹ Приведем типичное письмо, обращенное к инициатору подобной коммуникации: «Спасибо тебе огромное за заботу. Здоровья тебе много-много! Передай, пожалуйста, и нашу просьбу: Ксения Блаженная, молим тебя дать нам Ксении и Евгению здоровья, чтобы зачать, легко выносить и родить здоровенькую малышку. Спасибо тебе. Ждем и верим в чудо».

² Религиозные практики почитания св. Ксении, находящиеся вне контроля церкви, иногда приобретают удивительные формы. На форуме сайта «Помощь бездомным собакам» <<http://www.priut.ru>> нам встретилось следующее сообщение: «Я бываю у Ксении Блаженной на В.О., часто за животных наших приютских подаю записки, прошу помощи в пристройстве. Можете верить, можете нет, но мне легче становится после посещения того места. Спокойнее и гармоничнее. Говорят, она быстро помогает решать проблемы, выявлять плохих и хороших людей, сглаживать ситуации. Реально всё».

о здравии или упокоении тех людей, чьи имена перечислены в записке. И если к запискам-просьбам представители церкви могут относиться снисходительно как к проявлению наивной веры простолюдинов, не знакомых с правилами православного обихода, то поминовения, не проходящие через руки священников, должны вызывать у них определенно негативную реакцию. В этих условиях, чтобы сохранить свои позиции среди модернизированных верующих, напомнить им, что есть специальные люди, которые обеспечивают возможность эффективной коммуникации со святым, церковь и нуждается в проведении специальных «рекламных кампаний». Одну из форм рекламы — публикацию писем верующих — мы рассмотрели в этой статье.

Список сокращений

СХ — Смоленский храм (газета)

Библиография

- Верховский А.М.* Политическое православие: Русские православные националисты и фундаменталисты, 1995–2001 гг. М., 2003.
- Горбачева Н.* Ксения Петербургская. М., 2003.
- [*Козаченко 2006 (2000)*] Книга о святой блаженной Ксении Петербургской / Сост. В.И. Козаченко. М., 2006.
- По молитвам блаженной Ксении. Новые чудеса. Изд.-е 2-е. М., 2006.
- [*Раков 2003*] Святой Николай Чудотворец. Современные чудеса / Сост. А.Г. Раков. СПб.; М., 2003.
- [*Раков 2005*] Современные чудеса Святителя Николая / Сост. А.Г. Раков. СПб., 2005.
- прот. Е. Рахманин.* Раба Божия Блаженная Ксения, почивающая на Смоленском православном кладбище в С.-Петербурге. Изд. 4-е. СПб., 1913.
- Рис Н.* Русские разговоры. Культура и речевая повседневность в эпоху перестройки. М., 2005.
- Чудеса царственных мучеников / Собрал и составил протоиерей Александр Шаргунов. М.; СПб, 1995.
- Филичева О.В.* Записки для Ксении Блаженной: позиция церковнослужителей и народный обычай // Сны Богородицы. Исследования по антропологии религии / Под ред. Ж.В. Корминой, С.А. Штыркова, А.А. Панченко. СПб., 2006а. С. 171–183.
- Филичева О.В.* «Народное православие» в городе и деревне: священник и ожидания паствы (религиозные праздники в 2001–2004 годах) // Религиозные практики в современной России / Под ред. К. Русселе, А. Агаджаняна. М., 2006б. С. 254–272.
- Флоренская О.* Простые чудеса Блаженной Ксении // Коммерсантъ. 2002. 1 фев.

- [Яковлева 2004] Блаженная Ксения Петербургская и Смоленский храм / Сост. Л.С. Яковлева, СПб., 2004.
- [Яковлева 2006] У нее любви хватит на всех. Дивная помощь святой Ксении простым людям. Неизвестные свидетельства наших дней. Письма надежды и утешения / Сост. Л.С. Яковлева. СПб., 2006.
- Berger P.* Sacred Canopy. N.Y., 1967.
- Berger P.* Desecularization of the World: A Global Overview // P. Berger (ed.) The Desecularization of the World: Resurgent Religion and World Politics. Grand Rapids, 1999. P. 1–18.
- Davie G.* Religion in Britain since 1945: Believing without Belonging. Oxford, 1994.
- Introvigne M., Stark R.* Religious Competition and Revival in Italy: Exploring European exceptionalism // Interdisciplinary Journal of Research of Religion. 2005. Vol. 1 <www.bepress.com/ijrr/vol1/iss1/art5>.
- Kizenko N.* Protectors of Women and Lower Orders: Constructing Sainthood in Modern Russia // R.H. Green, V.A. Kivelson (eds.) Orthodox Russia: Beliefs and Practice Under the Tsars. Penn State University Press, 2003. P. 189–218.
- Kormina J.* Russian Religious Travel: The Longing for Authenticity // C. Hann, H. Goltz (eds.) Anthropology of Eastern Christianities. Los Angeles, (in print).
- Stark R.* From Church-sect to Religious Economies // P.H. Hammond (ed.) The Sacred in a Post-secular Age. Berkeley, 1985. P. 139–149.
- Stark R., Iannaccone L.R.* Why the Jehovah's Witnesses Grow so Rapidly // Journal of Contemporary Religion. 1997. Vol. 12. P. 133–157.