

**Функциональный анализ религии в цифровую эпоху на материале православных сообществ ВКонтакте**

**Научный руководитель – Крупник Игорь Леонидович**

***Алтынбаева Юлия Джихануровна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

*E-mail: altynbaevajulia@gmail.com*

Цифровая трансформация социальной жизни приводит к изменению способов функционирования всех общественных институтов, включая религию. Теоретико-методологическую основу исследования составляет функциональный подход к анализу религии: к числу базовых функций относятся мировоззренческая, интегративная, регулятивная, коммуникативная и компенсаторная [8].

Современные исследователи отмечают трансформацию этих функций в цифровой среде. Регулятивная функция в этой рамке поддерживает новые механизмы: прямое институциональное давление замещается общественным мнением, формируемым в комментариях, и правилами модерации пабликов [1, с. 25]. Коммуникативная функция усиливается за счет 24/7 доступности и масштаба цифровых платформ, обеспечивая как горизонтальную связь между верующими, так и вертикальную – со священнослужителями через онлайн-трансляции [12, с. 9]. Мировоззренческая функция реализуется через сетевой контент, где цифровые медиа являются полноценным источником информации наравне с традиционными формами общения с духовными наставниками. Как подчеркивают М. Андок, создание общих значений и усвоение смыслообразующих моделей происходит сегодня в первую очередь не в семье или религиозном сообществе, а на онлайн-платформах [9, с. 3].

Концептуальными рамками анализа выступают теории медиатизации и медиации религии. С. Хьярвард определяет медиатизацию как процесс, в ходе которого религиозные институты и практики все более подчиняются логике медиа [10]. Согласно модели В. Шульца, медиатизация проходит стадии расширения (появление новых форматов), замещения (медиа перенимают функции церкви), слияния (объединение структур) и приспособления (адаптация организаций к медиасреде) [13].

В отличие от медиатизации, теория медиации фокусируется на активной роли самих верующих и диалектическом процессе взаимодействия медиа и социального контекста [14]. Как отмечают Е. Гришаева и В. Шумкова, теория медиации подвергается критике технотерминизм, акцентируя то, как медиа воспринимаются и используются людьми [3]. Б. Мейер вводит понятие «сенсационных форм», подчеркивая, что визуальные, звуковые и иконографические составляющие религиозного опыта реализуются через медиа, делая сакральное доступным для широкой аудитории [11].

Русская Православная Церковь активно осваивает цифровое пространство. Исследователи отмечают, что церковная иерархия осознанно пошла на «завоевание медийного пространства»: разработаны документы, задающие политику поведения верующих в интернете, созданы собственные телеканалы, сайты и присутствие в социальных сетях [4]. Можно говорить о том, что РПЦ решительно вошла в мир цифровых медиа и обозначила там свои позиции. Медиа для верующих выступают источником информации о том, как религиозные лидеры видят проблемы современного общества.

Исследования православных онлайн-сообществ показывают их влияние на верующих и общество. В.Г. Писаревский на основе социологического анализа подчеркивает, что

интернет-сообщества, в частности православные группы ВКонтакте, выступают «точками напряжения» в социальной реальности и способны трансформировать общественное сознание как в онлайн, так и в офлайн [6; 7]. О.А. Богатова и С.В. Голованов анализируют деятельность православных блогеров как фактор модернизации религиозных организаций [2].

Таким образом, анализ теоретических источников позволяет заключить, что цифровая среда не отменяет базовые социальные функции религии, но существенно трансформирует механизмы их реализации. Православные сообщества ВКонтакте являются пространством, где мировоззренческая, интегративная, регулятивная и коммуникативная функции получают новое воплощение в гибридных онлайн-офлайн формах.

### Источники и литература

- 1) Багаева К.А., Цырендоржиева Д.Ш. Социальные функции религии и специфика их реализации в условиях современности // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2023. № 1. С. 18–30.
- 2) Богатова О.А., Голованов С.В. Деятельность православных блогеров как фактор модернизации православных религиозных организаций // Наука. Культура. Общество. 2023. Т. 29. № 2. С. 91–102.
- 3) Гришаева Е., Шумкова В. Теории среднего уровня в исследовании религии и медиа: медиатизация, медиация и RSST // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. Т. 38. № 2. С. 7–40.
- 4) Гришаева Е.И., Шумкова В.А. Традиционалистские православные медиа: структура дискурса и особенности функционирования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 2 (144). С. 291–308.
- 5) Красников А.Н. Методологические проблемы религиоведения. М.: Академический Проект, 2007.
- 6) Писаревский В.Г. Влияние православных интернет-сообществ на социальные сети // Научный результат. Социология и управление. 2016. Т. 2. № 3 (9). С. 45–55.
- 7) Писаревский В.Г. Социальный портрет аудитории православных интернет-сообществ в социальной сети ВКонтакте // Вестник института социологии. 2014. № 3 (10). С. 130–148.
- 8) Яблоков И.Н. Религиоведение. М.: Юрайт, 2018.
- 9) Andok M. The impact of online media on religious authority // Religions. 2024. Vol. 15. № 9. P. 1–12.
- 10) Hjarvard S. The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change // Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook. 2008. Vol. 6. № 1. P. 9–26.
- 11) Meyer B. Religious sensations: Why media, aesthetics and power matter in the study of contemporary religion. Amsterdam: Vrije Universiteit, 2006.
- 12) Müller J., Friemel T.N. Dynamics of digital media use in religious communities — A theoretical model // Religions. 2024. Vol. 15. № 7. P. 1–14.
- 13) Schulz W. Reconstructing mediatization as an analytical concept // European Journal of Communication. 2004. Vol. 19. № 1. P. 87–101.
- 14) Silverstone R. The sociology of mediation and communication // The Sage Handbook of Sociology / ed. by C.J. Calhoun, C. Rojek, B.S. Turner. London: Sage, 2005. P. 188–207.