

ВЗАИМОВЛИЯНИЕ МЕДИА И РЕЛИГИИ

И.Г. Балашова, П.С. Санченко

Аннотация. Анализируются некоторые аспекты взаимодействия религиозных лидеров с социальными медиа в эпоху цифровых технологий. Основная проблема, которую рассматривает статья, заключается в уровне конструктивности интеграции религиозных общин в современные медиакоммуникативные схемы и сохранении традиционных ценностей в условиях цифровой эры. Целью работы является изучение степени активности религиозных сообществ в киберпространстве. В исследовании предполагается, что медиатизация религиозной практики потенциально может способствовать конструктивному межкультурному диалогу. Новизна исследования заключается в представлении нового взгляда на взаимодействие религии и медиа в эпоху цифровых технологий.

Ключевые слова: религиозные лидеры; масс-медиа; средства массовых коммуникаций; цифровая эра; онлайн-проповеди; виртуальные храмы; межкультурный диалог; медиатизация религиозной практики.

МЕДИА ЖАНА ДИНДИН ӨЗ АРА ТААСИРИ

И.Г. Балашова, П.С. Санченко

Аннотация. Макалада санариптик доордо диний лидерлердин социалдык медиа менен өз ара аракеттенүүсүнүн айрым аспекти талданат. Макалада каралып жаткан негизги маселе – диний жамааттарды заманбап медиакоммуникативдик схемаларга интеграциялоонун конструктивдүү деңгээли жана санариптик доордо салттуу баалуулуктарды сактоо. Иштин максаты кибермейкиндикте диний жамааттардын ишинин даражасын изилдөө болуп саналат. Изилдөө диний практиканы медиациялоо конструктивдүү маданияттар аралык диалогду илгерилетиши мүмкүн деп болжолдойт. Изилдөөнүн жаңылыгы – санариптик доордо дин менен медианын өз ара аракеттенүүсүнө жаңы көз карашты көрсөтүүдө.

Түйүндүү сөздөр: диний лидерлер; масс-медиа; массалык коммуникация каражаттары; санариптик доор; онлайн-насааттар; виртуалдык храмдар; маданияттар аралык диалог; диний практиканы медиатизациялоо.

THE MUTUAL INFLUENCE OF MEDIA AND RELIGION

I.G. Balashova, P.S. Sanchenko

Abstract. The article analyzes some aspects of the interaction of religious leaders with social media in the digital age. The main problem considered by the article is the level of constructiveness of the integration of religious communities into modern media communication schemes and the preservation of traditional values in the digital era. The aim of the work is to study the degree of activity of religious communities in cyberspace. The study suggests that the mediatization of religious practice can potentially contribute to a constructive intercultural dialogue. The novelty of the research lies in presenting a new perspective on the interaction of religion and media in the digital age.

Keywords: religious leaders; mass media; mass communication; digital era; online sermons; virtual temples; intercultural dialogue; mediatization of religious practice.

В современном обществе масс-медиа стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, изменяя взаимодействие людей и обеспечивая более широкую и оперативную связь в структурах социального взаимодействия. С ростом осознания религиозными лидерами значи-

мости средств массовой коммуникации (СМК), в частности социальных медиа, появляется возможность более активного их использования в целях эффективной интеграции в современный медиакоммуникативный мир, прежде всего как одну из ступеней эволюции религии.

При этом научное внимание сфокусировано на анализе влияния масс-медиа на общение и распространение религиозных идей в среде верующих.

Сегодня, в эпоху виртуальной связи, доступность информации играет ключевую роль в формировании общественного мнения. Религия в качестве существенного элемента культуры общества также подвергается воздействию виртуальной среды. Современные СМК предоставляют религиозным общинам дополнительные возможности в коммуникативной сфере взаимодействия с религиозным сообществом (как с прихожанами, так и с индифферентно настроенной частью сообщества). К таким возможностям можно отнести дополнительную площадку для обмена информацией и идеями, активное внутриконфессиональное и межконфессиональное взаимодействие, расширение возможностей в ритуальной сфере религии.

В эпоху цифровых коммуникаций масс-медиа интегрируются в нашу повседневную жизнь, оказывая влияние на различные сферы общественной деятельности, включая религиозную. Религиозные лидеры, осознавая потенциал социальных медиа, всё чаще используют их для миссионерства.

Мультимедийные возможности цифровых платформ раскрывают новые горизонты для религии. С точки зрения апологетов того или иного вероучения, возможность трансляции богослужений и религиозных мероприятий в реальном времени через Интернет открывает широкие возможности для миссионерской деятельности и привлечения более широкой аудитории в конкретное религиозное сообщество, преодолевая при этом географические границы. Таким образом, медиатизация религии предоставляет широкие перспективы для её распространения и популяризации.

Однако вместе с появлением социальных медиа неизбежно возникают вопросы о негативных последствиях как для религиозных сообществ, так и для общества в целом. Некоторые исследователи выражают опасения относительно возможной утраты сакрального имиджа религиозных лидеров из-за негативных оценочных представлений со стороны оппонентов, которые можно обнаружить в масс-медиа. Кроме того,

неизбежная трансформация части ритуалов, ведущая к изменениям в идеологической структуре вероучений, приводит к процессу модернизации и трансформации всего религиозного института, основывающегося до недавних пор на базе непосредственной вовлечённости в жизнь религиозного сообщества. С.А. Афанасьев, полагает, что “с внедрением цифровых технологий исчезают грани иерархического устройства религиозной организации. При этом существенно меняются основные принципы, заложенные в отношениях религии и верующих людей. Подобные трансформации можно заметить в вышеописанных религиозных практиках онлайн, где между духовным лицом, представителем определённой конфессии, и верующим человеком образуется посредник в виде цифрового пространства. Таким образом, нарушается момент сакрального уединения, доверия и откровенности” [1].

Таким образом, механизм современных массовых коммуникаций представляет определённые вызовы для религиозных лидеров, включая необходимость эффективного управления образом религиозных сообществ в цифровом пространстве, поддержание доверия аудитории в условиях информационной перегрузки и адаптацию традиционных форм коммуникации к быстро меняющимся медийным трендам. Виртуальное пространство не обеспечивает полный контроль над информацией и может служить площадкой для распространения дисфункциональных сообщений о вере или конфессиях. Например, исследователь современных средств массовой коммуникации Халиль Мона Абдель Малик пишет: “Очевидно, что именно посредством СМК распространяются массовые этнические, расовые и конфессиональные предубеждения и установки, в результате чего могут возрастать ксенофобия, межэтническая и межконфессиональная напряжённость” [2, с. 136]. Поэтому религиозные лидеры должны быть готовы отсеивать и правильно интерпретировать информацию на своих сайтах и в социальных сетях. Однако существует ещё один фактор, могущий служить клиру определённым вызовом. Это разнообразие видов онлайн-ресурсов, так или иначе затрагивающих религиозную тематику, и наличие на этих ресурсах свободной

коммуникативной площадки, в том числе без привлечения священнослужителей, что провоцирует “замену” реальных религиозных авторитетов различными “веб-мастерами” [3].

Таким образом, в фокусе внимания нашего исследования оказываются медиакоммуникативные площадки религиозных сообществ Кыргызстана как база медиатизации религии республики. Наше исследование базируется на классификации религиозных онлайн-ресурсов Э.А. Нимяева, который выделил следующие типы:

- статичные ресурсы – официальные сайты религиозных организаций;
- пользовательские ресурсы – форумы, различные социальные сети с сообществами верующих;
- цифровые ресурсы – сайты различных религиозных учений, которые существуют только в Интернете без реальной аудитории в онлайн-пространстве;
- активные – сайты религиозных благотворительных организаций, активные миссионерские онлайн-сообщества, которые существуют как в виртуальном пространстве, так и в реальном [4].

В контексте данной статьи мы остановились на исследовании первой группы онлайн-ресурсов согласно классификации Э.А. Нимяева – статичных ресурсах. Поскольку формат статьи ограничивается объёмом, мы брали за основу исследования статичные ресурсы двух наиболее широко распространённых в Кыргызстане религиозных общин – ислама и православия (Русская православная церковь).

С.Ю. Белоруссова в своей статье “Религия в виртуальном пространстве” пишет: “По словам епископа Магнитогорского и Верхнеуральского о. Зосимы (Балина), сегодняшнее представление православия в киберпространстве является закономерным продолжением религиозного медиапозиционирования, начавшегося ещё в дореволюционное время” [3]. Таким образом, выход религиозных сообществ в киберпространство является нормальным эволюционным развитием религии в структуре современной культуры. Следствием этих процессов становится неизбежное развитие официальных сайтов религиозных общин и их непрерывная актуализация.

Мультимедийные технологии, доступные на платформах социальных медиа, позволяют религиозным представителям использовать разнообразные форматы для распространения своих посланий, такие как видеоролики, подкасты и живые трансляции церковных служений, что является способом привлечь внимание и оказать влияние на аудиторию.

Наше внимание привлекла взаимосвязь степени медиатизации религии в Кыргызстане и роль, которую медиаструктуры играют в продвижении религиозных идей и привлечении новых последователей. Для проведения анализа веб-сайта применялся метод, принятый специалистами в области оптимизации поисковых систем (SEO), рассмотренный в том числе А. Наширбановой [5], что показывает уровень активности и вовлечённости религиозной общины в медиакоммуникативную площадку Кыргызстана. Условные обозначения:

URL – адрес проверяемой страницы;

Title – заголовок страницы, который виден в результатах поиска. Оптимальная длина 40–60 символов (слишком короткий не раскрывает сути страницы, а слишком длинный обрезается поисковой системой);

заголовок h1 – главный на странице, на него читатели смотрят в первую очередь;

заголовок h2 – показан первый из заголовков h2 на странице. Он значительно влияет на поисковую релевантность контента.

Из представленной таблицы 1 следует, что данный веб-ресурс проявляет особую предпочтительность к размещению новостей, видеороликов, а также предоставлению ссылок на телевизионные передачи.

В ходе анализа веб-сайта Русской православной церкви выявились такие факторы, как регулярное обновление контента. На портале [6] представлены новостные статьи, видеоролики и другие мультимедийные материалы, связанные с религией и духовностью. Даты последних статей и видеороликов указывают на то, что новый контент добавляется несколько раз в неделю, при этом определённый материал публикуется ежедневно. Активно ведётся страница “Вопрос-ответ”, активность аудитории в данном разделе достаточно высокая (средняя периодичность появления вопросов священнику – 1 раз в 2 дня).

Таблица 1 – Таблица анализа православного сайта [6]

URL	Title	Заголовок h1	Заголовок h2
pravoslavie.kg/news	Новости Бишкекской и Кыргызстанской епархии	Новости Бишкекской и Кыргызстанской епархии	Новости отделов епархии
pravoslavie.kg/messages	Послания епархиального архиерея – Бишкекская и Кыргызстанская епархия	Послания епархиального архиерея	
pravoslavie.kg/pravsmi	Обзор православных СМИ – Бишкекская и Кыргызстанская епархия		Обзор православных СМИ – Бишкекская и Кыргызстанская епархия
pravoslavie.kg/videos	Видеосюжеты – Бишкекская и Кыргызстанская епархия	Видеосюжеты	“Слово пастыря” на Пятом канале
pravoslavie.kg/pages/obraztsy_prosheniya	Образцы прошений – Бишкекская и Кыргызстанская епархия	Образцы прошений	
pravoslavie.kg/tv_videos	Все выпуски “Беседы с архипастырем”	Передачи на ТВ	
pravoslavie.kg/rasporozheniya	Распоряжения епархиального архиерея – Бишкекская и Кыргызстанская епархия	Распоряжения епархиального архиерея	
pravoslavie.kg/answers	Ответы священников на вопросы – Бишкекская и Кыргызстанская епархия	Ответы священников на вопросы	

В православном сегменте Кыргызстана наблюдается активное использование социальных сетей различными храмами и религиозными лидерами. Примерами являются страницы православных храмов относительно всего Кыргызстана на таких площадках: Instagram [7], Facebook [8] и ВКонтакте [9]. На этих страницах можно наблюдать просветительскую часть, оповещения о разных мероприятиях и семинарах. Контент обновляется примерно с периодичностью в 2–3 дня.

Аналогичные ситуации, судя по таблице 2, наблюдаются в исламе [10].

Судя по наблюдениям, контент на веб-сайте обновляется довольно редко, там представлены новостные статьи, видеоролики и другой мультимедийный контент, связанный с религией и духовностью. Рубрики “вопрос-ответ” нет, однако есть возможность обратной связи в разделах, содержащих новости и статьи на тему религиозного просвещения.

В Кыргызстане наблюдается активное использование социальных сетей православными храмами, в то время как представленный веб-сайт мусульманской общины обновляется редко,

раз в три месяца. Это свидетельствует о разных подходах к использованию цифровых платформ разными религиозными сообществами в стране.

Масс-медиа стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни и активно используются религиозными лидерами для распространения своих учений и укрепления связи с представителями верующего сообщества.

Однако возможности цифрового пространства в Кыргызстане используются не в полной мере. Авторский анализ показывает, что социальные сети используются различными храмами и религиозными лидерами для просветительской работы, оповещения о разных мероприятиях и семинарах, однако в различной степени. Так, например, контент сайта Русской православной церкви обновляется примерно в 2–3 дня, тогда как контент сайта муфтията республики – приблизительно 1–2 раза в месяц.

Таким образом, цифровизация религиозной практики может способствовать межкультурному диалогу при условии соблюдения этических норм и уважения к различиям, что вносит ценный вклад в социокультурное развитие общества в эпоху цифровых технологий, а масс-медиа

Таблица 2 – Таблица анализа мусульманского сайта [10]

URL	Title	Заголовок h1	Заголовок h2
ru.muftiyat.kg	Духовное управление мусульман Кыргызстана	Духовное управление мусульман Кыргызстана	Муфтият объявляет конкурс на поставку лекарств для вакцинации паломников от менингита и сезонного гриппа
ru.muftiyat.kg/байланыш-телефондору/	Контактные телефоны – Духовное управление мусульман Кыргызстана	Контактные телефоны	
ru.muftiyat.kg/narynkazyiaty	Мусульманский суд Нарынской области – Центральный отдел мусульман Кыргызстана	Мусульмане Нарынской области	
ru.muftiyat.kg/?page_id=2483	Духовное управление мусульман Кыргызстана	Духовное управление мусульман Кыргызстана	Муфтият объявляет конкурс на поставку лекарств для вакцинации паломников от менингита и сезонного гриппа
ru.muftiyat.kg/oshkazyiaty	Мусульманский суд Ошской области – Центральный отдел мусульман Кыргызстана	Мусульмане Ошской области	
ru.muftiyat.kg/category/novosti/	Новости – Духовное управление мусульман Кыргызстана	Новости	Муфтият объявляет конкурс на поставку лекарств для вакцинации паломников от менингита и сезонного гриппа
ru.muftiyat.kg/муфтият/	Муфтият – Духовное управление мусульман Кыргызстана	Муфтият	
ru.muftiyat.kg/баткен-облусунун-мусулмандар-казыят/	Баткенский областной мусульманский суд – Клерический отдел мусульман Кыргызстана	Мусульмане Баткенской области	
ru.muftiyat.kg/жалал-абад-облусунун-мусулмандар-каз/	Судья-мусульманин Джалал-Абадской области – Духовное управление мусульман Кыргызстана	Мусульмане Джалал-Абадской области	
ru.muftiyat.kg/narynkazyiaty/	Мусульманский суд Нарынской области – Центральный отдел мусульман Кыргызстана	Мусульмане Нарынской области	

являются важным инструментом для религиозных лидеров в миссионерской деятельности и функционировании религиозного сообщества.

Поступила: 20.05.24; рецензирована: 03.06.24; принята: 04.06.24.

Литература

1. *Афанасьева М.А.* Цифровизация религиозного сознания: проблемы и перспективы / М.А. Афанасьева // Вестник САФУ. Философия. 2023. Т. 23. № 4. С. 114–122.
2. *Халиль Мона Абдель Малик.* Социокультурные аспекты мусульмано-христианского взаимодействия (на примере деятельности средств массовой коммуникации и систем образования России и Египта) / Халиль Мона Абдель Малик. М., 2016.
3. *Белоруссова С.Ю.* Религия в виртуальном пространстве. Этнография / С.Ю. Белоруссова. 2021. № 4 (14). С. 94–118.
4. *Нимяев Э.А.* Исследование цифровой религии: классификация религиозных онлайн-ресурсов / Э.А. Нимяев // Вестн. Ленингр. гос. ун-та им. А.С. Пушкина. 2022. № 3. С. 220–229.
5. *Наширбанова Н.В.* Аудит сайта как первый этап комплекса работ по Seo оптимизации сайта (на примере официального ресурса международной конференции “Connect Universum”) / Н.В. Наширбанова // РРИМРА. 2015. № 13. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/audit-sayta-kak-pervyy-etap-kompleksa-rabot-po-seo-optimizatsii-sayta-na-primere-ofitsialnogo-resursa-mezhdunarodnoy-konferentsii> (дата обращения: 28.02.2024).
6. Сайт Бишкекской и Кыргызстанской епархии. URL: <https://www.pravoslavie.kg>
7. Страница Instagram: Православие в Кыргызстане. Официальная страница Бишкекской и Кыргызстанской епархии. URL: <https://www.instagram.com/pravoslaviekg?igshid=NGVhN2U2NjQ0Yg=> (дата обращения: 26.12.2023).
8. Страница Facebook: Православный Кыргызстан. Бишкекская и Кыргызстанская епархия. URL: <https://www.facebook.com/pravoslaviekg?mibextid=LQQJ4d> (дата обращения: 26.12.2023).
9. Страница ВКонтакте: Православие в Кыргызстане. Бишкекская епархия. URL: <https://vk.com/pravoslaviekg> (дата обращения: 26.12.2023).
10. Сайт духовного управления мусульман в Кыргызстане. URL: <https://ru.muftiyat.kg/> (дата обращения: 26.12.2023).