

Caucasian Science Bridge, 2022, Т. 5, №1
ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ПУТЬ В НАУКУ»
doi: 10.18522/2658-5820.2022.1.6

Тезисы конференции

**Религиозная социализация в Instagram:
проблема и направления совершенствования**

Д.Н. Дворчанский¹

Научный руководитель – к.с.н., ст. преподаватель Ю.С. Панфилова

¹Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Для цитирования

Дворчанский Д.Н. (2022). Религиозная социализация в Instagram: проблема и направления совершенствования. *Caucasian Science Bridge*, 5 (1), С. 57–61. <https://doi.org/10.18522/2658-5820.2022.1.6>

Актуальность доклада определяется возрастающей значимостью института религии в современном цифровом обществе. Несмотря на сложнейшие технологические и информационные процессы в современном обществе, религиозное сознание наращивает свою социальную значимость для различных сфер человеческой жизни. Первостепенный характер носит аксиологическое измерение религиозной культуры: процесс трансляции важнейших ценностей в общество является одной из приоритетных задач для современной религии. Однако здесь находится и другая исследовательская задача: как конструктивно и рационально усвоить религиозные ценности и идеалы.

Хорошим подспорьем для этого выступают социальные сети. В докладе такой социальной сетью является «Instagram». Это одно из наиболее популярных социальных сетей, в которых пользователи выкладывают различные фотографии, видеоролики и короткие онлайн-видео (минирепортажи). Данный ресурс включает в себя различные технические возможности по презентации и обработке материала, а также позволяет давать оценку размещенной информации и общаться пользователям между собой.

Актуальность данного доклада обусловлена значимостью изучения вопроса религиозной социализации в условиях цифровизации на примере социальной сети «Instagram».

Проблемы религиозной социализации в условиях цифровизации в соцсети «Instagram»

Вместе с тем религиозной социализации в условиях цифровизации, обеспечивая информационную насыщенность, тесное соседство людей с различными убеждениями, становится источником проблем существованию религии.

На первом месте можно выделить проблему – существование контента низкого качества в «Instagram». Человек, проходящий религиозную социализацию в цифровой реальности, насыщает свое сознание некорректной информацией, которую, возможно, нарочно исказили.

Эта проблема еще связана с умением правильно вести свою страницу в «Instagram». Главная проблема для блогера в Instagram — это необходимость постоянно быть активным, то есть что-то публиковать. Более того: недостаточно наполнять страницу только интересным материалом, блогеру нужно рассказывать о себе и своей жизни.

Беда блогеров в том, что они начинают зависеть от своих страниц, у них начинаются какие-то навязчивые состояния: пять часов прошло, а я ничего не постил! Это происходит у тех, кто кладёт на развитие блога всего себя. Как правило, начинается всё безобидно: человек хочет делиться чем-то интересным и полезным, но через некото-

рое время он уже и не замечает, что следит за охватами аудитории, числом подписчиков, уровнем активности и тому подобным. Он видит «Instagram» с другой стороны: не как соцсеть с красивыми фотографиями, а как график, который либо радует, либо показывает, что он плохо трудится.

Также проблемой является то, что некоторые аккаунты используют различные сервисы для искусственной накрутки посещаемости аккаунта. Таким образом, создается впечатление, что на страницу подписано большое количество людей, а на самом деле это боты, т.е. искусственные подписчики.

Еще одной проблемой является коммерциализация религий. Верующий может легко приобрести широкий спектр вероучительных текстов, предметы с символикой религии или храма, заказать молебен или иную церемонию. Различного рода маги, астрологи, целители размещают объявления об оказании возмездной помощи, в том числе и дистанционно. Более того, предметом купли-продажи может оказаться даже душа: ее можно продать другому человеку или воспользоваться услугой по организации ритуала продажи души темным силам.

Другой, не менее серьезной рискогенной, стороной религиозных сообществ в социальной сети является наличие троллей и фейков, которые всячески способны дестабилизировать дисциплину и дружественную обстановку в группе. Человеку, которому лишь предстоит пройти путь религиозной социализации в цифровом мире, чрезвычайно опасно встречать вредоносных акторов: подобно некачественному контенту, злоумышленники могут искажать смыслы религиозных ценностей, разжигать межконфессиональную вражду, оскорблять участников группы. Поскольку для религиозного человека его ценности абсолютны, конфликты в «Instagram» обычно еще более остры, нежели в каких-либо других нерелигиозных сегментах. Так, представители ислама жалуются, что в комментариях часто пишут, что ислам – это религия террористов, и объясняют, что настоящий ислам не имеет к ним никакого отношения.

Неудивительно, что в теократическом Иране часто блокируются «социальные сети, а также ресурсы, затрагивающие проблемы политики, прав женщин» как противоречащие нормам ислама.

Анализируя контент «Instagram», может возникнуть другая проблема - как сам субъект религиозной социализации воспринимает контент сообществ.

Любая развитая религиозная система в своей основе содержит элемент сакрального – той части вероучения, которая обладает статусом трансцендентности и зачастую является источником моральных установок и норм. Присутствие сакрального в религии необходимо: с одной стороны, оно, как уже отмечалось выше, трансцендентно, с другой же – вещественный мир всегда отсылает нас к Абсолюту, то есть к сакральному. Эффект тайны и мистики в религии является важнейшим условием самой религии (в свою очередь, ключевой ролью также обладают религиозные артефакты, символы, обряды и прочее).

Чрезвычайно сложна ситуация в сетевых сообществах в «Instagram». Своего рода перекодировка сакрального в двоичный код может исказить восприятие верующего человека. Меняется сам язык религии, в свою очередь, видоизменяются и важнейшие категории религиозной культуры. Возникает языковая (в широком смысле слова) десакрализация. Отметим, что «языковая десакрализация – это утрата значимости и глубокого священного содержания в семантике слов, словосочетаний и фразеологических оборотов с целью обмиршвления понятий и их светское обесценивание в средствах массовой информации и в устной речи носителей языка, стимулирующие переориентацию на другие ценности и «святыни» и способствующие деструктивному процессу высших ценностей личности».

Тут обозначаются риски утраты чувств реального переживания потаенного/сакрального. Религия и религиозная социализация в сообществах теряют свою изотерическую часть: сакральное находится в двоичном коде, братья по вере представле-

ны в виде аватаров, а местом служения становится и вовсе цифровое сообщество. Риск неправильной политики сообщества относительно данных фундаментальных вопросов представляется чрезвычайно серьезным и тревожным социальным явлением.

Таким образом, видим, что в качестве проблем религиозной социализации в условиях цифровизации на примере соцсети «Instagram» выступают следующие: использование контента низкого качества; использование ботов вместо реальных подписчиков; наличие троллей и фейков; коммерциализация религии; негативные комментарии, как в православной вере, так и в исламе.

Направления совершенствования религиозной социализации в условиях цифровизации по эффективному использованию социальной сети «Instagram»

В рамках данной темы можно порекомендовать два направления совершенствования религиозной социализации в цифровом обществе:

1. Аналитика тематических сообществ в социальной сети «Instagram»;
2. Анализ восприятия религиозного контента в социальной сети «Instagram».

Говоря о первом направлении, следует отметить, что она базируется на изучении именно контента (то есть непосредственного содержания) групп, тематика которых посвящена религиозной жизни человека. Это может быть группа конкретной конфессии или епархии, а, может, и неформальное сообщество людей, объединенных одной религией. Заметим, что подобного рода группы являются замечательным способом популяризации и актуализации религиозной культуры в современном мире: использование новостной ленты, выкладывание постов, работа с другими сообществами – все это делает религиозную культуру более мобильной и пластичной, то есть способной выжить в нынешних цифровых реалиях.

Подход к контенту религиозной тематики должен быть чрезвычайно аккуратен и методичен. Цифровая религиозная социализация может быть успешна лишь в том случае, если те сообщества, которые претендуют на роль актора, способного конструктивно погрузить человека в культуру конкретной религии, будут обогащать свои группы лишь качественным материалом. Подобный материал обязан вписываться в догматику, нести нравственный посыл для аудитории, быть удобно и эстетично представленным в самой группе.

Это касается не только блогеров, но и обычных верующих людей. Ведь «Instagram» — это отличная молодёжная платформа, которая может быть интересной и познавательной. Например, три совсем молодых человека из Полтавы создали блог «ОртоСапиенс». Ему чуть больше года, и он очень активно развивается. Его создатели — большие молодцы, кто у них только не побывал в прямых эфирах. Так что верующие люди вполне могут вести свои блоги в этой соцсети. Не обязательно использовать её для проповеди, можно продвигать и популяризировать какие-то свои начинания — как ребята из #mishmishtravel.

Иерей Алексей Волчков считает, что информационное служение, приходское или епархиальное, не может не быть инновационным, не может не осваивать новых рубежей, не может не ставить амбициозных целей! Он пишет: «Могу сказать, что у некоторых епархий, у отдельных приходов такие инициативы будут успешны, получают должное развитие, приобретут популярность. А у кого-то инстаграм-проект не состоится. Все зависит от контекста, от предпосылок, от востребованности подобных начинаний со стороны окружающего общества. Поэтому я хочу предупредить братьев и сестер от того, чтобы воспринимать наш опыт в качестве обязательного для подражания!».

Переходя ко второму направлению исследования религиозной социализации в цифровом мире, стоит отметить, что ее методологической базой является анализ того, как подписчики воспринимают контент. Проблемы восприятия были описаны в предыдущем пункте.

Сами блогеры «Instagram» отмечают, что очень приятно, когда люди комментируют какое-либо фото и пишут – «Ура! Это же мой храм!». Или же нас радуют такие

комментарии – «На фото изображен наш настоятель, отец N, мы его все очень любим». Радует блогеров, когда совершенно незнакомые люди начинают отмечать аккаунт на своих фото, которые они делают на каких-либо церковных мероприятиях. Это означает то, что появилась еще одна информационная сеть, еще одно сообщество, разделяющее общие ценности.

Поэтому в качестве рекомендации улучшения качества контента в сообществах наиболее рациональным видится взаимодействие их администраторов с экспертной группой в сфере религиозной культуры. Это могут быть представители духовенства, специалисты в сфере религиозного образования, религиоведы и философы. Подобного рода консультации с профессионалами позволят не только улучшить контент-состояние сообщества, но и однозначно поднимут значимость сообщества в глазах его непосредственной аудитории. Помимо этого, специалисты могут дать методические рекомендации по оптимизации сложного материала для широкой публики.

Следующей рекомендацией является рационализация политики администрации сообщества. В этом пункте имеется в виду грамотная риторика руководства группы. Учитывая специфику религиозной тематики, группа нуждается в четкой структуре и коллегии модераторов, которые смогут поддерживать дисциплину и конструктивный диалог между участниками. Само сообщество, с одной стороны, должно быть открытым пространством диалога, с другой же – иметь определенный фильтр участников с целью отсеивания фейков и троллей.

Следующую рекомендацию можно отнести к политике сообщества. С целью недопущения десакрализации религиозного знания и религиозной культуры вообще сообщество должно строиться таким образом, чтобы человек понимал, что даже сам процесс религиозной социализации не является единственным элементом религиозной жизни. Необходимо четко расставлять приоритеты и напоминать аудитории, что религия – это, прежде всего, практика. Это таинство и преодоление себя. В условиях социального дистанцирования зачастую это проблематично, однако сама процедура правильного расставления приоритетов является одной из важнейших задач руководства.

Выводы. Религиозная социализация представляет собой процесс взаимодействия, основными агентами которой являются: семья, социальные сети друзей и родственников, религиозные организации и система образования. Есть еще понятия - первичная (религиозное воспитание, полученное человеком в детстве) и вторичная (явление, связанное с существенными изменениями образа жизни) религиозная социализация.

В настоящее время происходит адаптация религии к новым условиям общественной жизни в процессе цифровизации. Она имеет свои недостатки и преимущества. В качестве преимуществ: использование цифровой среды при трансляции богослужений во время пандемии коронавируса; во время трансляции из одного храма подключаются тысячи людей, больше чем обычно; мгновенная передача сообщений; оперативность реагирования; координирования действий; адресное воздействие; доступ в отдаленные области географической карты мира. Недостатками являются: возрастает количество конфликтных ситуаций; коммерциализация религий; присутствие на сайтах посторонних объявлений целителей, магов, астрологов.

Религиозная социализация находит практическое применение в соцсетях. Одной из таких социальных сетей является «Instagram». Отличительной особенностью социальной сети Instagram является: интерактивность; коммуникативность; развитие творческого потенциала; социальная информативность; мобилизованность; развлекательный контент и пр.

И православие, и ислам активно позиционируют себя в «Instagram». Если цель позиционирования православия – приобщить людей к вере, доносить информацию и влиять на миллионную аудиторию, то цель позиционирования ислама: рассказывать

немусульманскому миру о внутренней жизни ислама и бороться с негативными стереотипами.

В православной религии сообщества и их представители активно используют страницы в «Instagram». А вот в исламе представители мусульманского духовенства практически не имеют аккаунтов в «Instagram». Однако страницы в «Instagram» используют рядовые мусульманки. Они поднимают темы: хиджаба, отношений с родителями, сверстниками, образования, любви, дружбы и многое другое.

В качестве проблем религиозной социализации в условиях цифровизации на примере соцсети «Instagram» выступают следующие: использование контента низкого качества; использование ботов вместо реальных подписчиков; наличие троллей и фейков; коммерциализация религии; негативные комментарии, как в православной вере, так и в исламе.

В качестве направлений совершенствования было предложено два: аналитика тематических сообществ в социальной сети «Instagram»; анализ восприятия религиозного контента в социальной сети «Instagram». Первое направление предполагает анализ самого контента, чтобы сделать его конструктивным и качественным для подписчиков. Второе направление предполагает анализ контента со стороны подписчиков.

Для второго направления были даны следующие рекомендации: улучшение взаимодействия администраторов с экспертной группой в сфере религиозной культуры; рационализация политики администрации сообщества; улучшение политики сообщества.

Сама процедура правильного расставления приоритетов является одной из важнейших задач руководства сообщества или блога в «Instagram».

Литература

1. Аксёнова Д.Д. Развитие социальной сети INSTAGRAM / Д.Д. Аксёнова, В. В. Бондалетов // Материалы Ананьевский чтений. 2016. № 1(14). С. 36-40
2. Баловсяк Н.В. Реферат, курсовая, диплом на компьютере / Н. Баловсяк - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2006. 176 с.
3. Бурманов С.А. Аксиологические проблемы глобализации / С. А. Бурманов, М. П. Данилкова // Инновационные аспекты развития науки и техники. 2021. № 2. С. 230-237.
4. В РПЦ высказались о цифровизации религиозной жизни / РИА Новости. Режим доступа: <https://ria.ru/20211014/tsifra-1754611066.html>
5. Вылегжанина А. О. Разработка проекта / А.О. Вылегжанина. М., Берлин: Директ-Медиа, 2015. 291 с.
6. Гаврилов Е.О. Оцифрованное сакральное: особенности существования религии в интернет-пространстве (по материалам СМИ) / Е.О. Гаврилов // Вестник КемГУКИ. 2014. №28. С.177-183
7. Галиева А. Мусульманки: что можно выкладывать в Instagram / А. Галиева. Режим доступа: <http://www.islam-portal.ru/m/stat/100/9522/>
8. Гелецкий В. М. Реферативные, курсовые и выпускные квалификационные работы / В.М. Гелецкий. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2011. 152 с.
9. Дистанционная религия: найти исповедника в интернете? // BBC News Русская служба. Режим доступа: <http://www.bbc.com/russian/society/>
10. Дмитриевич В.В. Материальное и духовное в эпоху цифровизации / В.В. Дмитриевич. Режим доступа: https://elar.ufu.ru/bitstream/10995/89665/1/978-5-8295-0717-6_2020_010.pdf

Дата получения рукописи: 28.04.2022

Дата окончания рецензирования: 14.05.2022

Дата принятия к публикации: 23.05.2022

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов