



## Исследование цифровой религии: классификация религиозных онлайн-ресурсов

Э. А. Нимяев

*Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина,  
Санкт-Петербург, Российская Федерация*

**Введение.** Цель статьи – сформировать классификацию религиозных онлайн-ресурсов для того, чтобы определить, каким образом цифровые технологии используются для организации религиозной жизни в современном обществе. Актуальность исследования обусловлена распространением информационных технологий, а также ускорением процесса цифровизации религии на фоне пандемии COVID-19.

**Содержание.** На основании концепций цифровой религии Х. Кэмбелл и К. Ландби, дихотомической типологизации цифровой религии К. Хелланда, а также идеи сакральности киберпространства С. О’Лири, автор выделяет два классификационных критерия религиозных онлайн-ресурсов: (1) критерий реального представительства и (2) критерий степени интерактивности. Используя эти критерии, автор выводит четыре типа религиозных онлайн-ресурсов: статичные, пользовательские, цифровые, активные. В статье приводятся примеры ресурсов каждого типа.

**Выводы.** Каждый из четырех типов онлайн-ресурсов применяется религиозными объединениями, а также индивидуальными пользователями Интернета для взаимодействия при осуществлении их религиозной деятельности, при этом способствуя персонализации религиозных практик.

**Ключевые слова:** цифровая религия, онлайн-религия, Интернет, цифровизация, классификация.

**Для цитирования:** Нимяев Э. А. Исследование «цифровой религии»: классификация религиозных онлайн-ресурсов / Э. А. Нимяев // Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. – 2022. – № 3. – С. 220–229. DOI 10.35231/18186653\_2022\_3\_220



## Digital religion study: A classification of religious online resources

Eduard A. Nimyaev

*Pushkin Leningrad State University,  
Sankt-Peterburg, Russian Federation*

**Introduction.** The purpose of the article is to form a classification of religious online resources in order to determine how digital technologies are used to organize religious life in modern society. The relevance of the study is due to the spread of information technologies, as well as the acceleration of the digitalization of religion against the background of the COVID-19 pandemic.

**Content.** Based on the concepts of digital religion by H. Campbell and K. Landby, the dichotomous typologization of digital religion by K. Helland, as well as the idea of the sacredness of cyberspace by S. O'Leary, the author identifies two classification criteria of religious online resources: (1) the criterion of real representation and (2) the criterion of the degree of interactivity. Using these criteria, the author deduces four types of religious online resources: static, custom, digital, active. The article provides examples of resources of each type.

**Conclusions.** Each of the four types of online resources is used by religious associations, as well as individual Internet users to interact in the implementation of their religious activities, while contributing to the personalization of religious practices.

**Key words:** digital religion, online religion, Internet, digitalization, classification.

**For citation:** Nimyaev, E. A. (2022). Issledovanie tsifrovoj religii: klassifikatsiya religioznykh onlajn-resursov [Digital religion study: A classification of religious online resources]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A. S. Pushkina*. – *Pushkin Leningrad State University Journal*. No 3. pp. 220–229. (In Russian). DOI 10.35231/18186653\_2022\_3\_220

## Введение

По статистике портала Internet World Stats за 2022 год 66,2% всего населения планеты имеет доступ к Интернет-соединению. Больше всего пользователей в Азии, Европа занимает второе место<sup>1</sup>. Благодаря такому охвату и своей специфике, Интернет является основной коммуникативной инфраструктурой современного общества. Уже не осталось сфер человеческой жизни, не включенных в гипертекстовую систему глобальной сети. Свое место в новом – виртуальном – пласте реальности нашла и религия.

М. Эйнштейн приводит результаты исследования, согласно которому еще в 2004 году 64% американцев, имевших доступ к сети, пользовались Интернетом в религиозных и духовных целях. Согласно другому исследованию, в середине 2010-х годов более трех миллионов пользователей получали религиозную информацию из сети ежедневно. Примечательно, что 50% пользователей искали информацию не только о своем учении, но и о других религиях [6, с. 33–36].

С каждым годом религия все сильнее закрепляется в цифровом поле. Так, по данным проекта «Православное христианство.ru» в 2019 году одних только русскоязычных православных Интернет-сайтов насчитывалось около восьми тысяч. Среди них официальные страницы храмов, епархий, религиозные форумы, сборники статей, словари, социальные сети. Часть этих сайтов содержит мультимедийный контент: от аудиозаписей до видеоигр на православную тематику<sup>2</sup>.

Появление феномена цифровой религии закономерно повлекло формирование нового направления в рамках религиоведческой науки [10]. Основной объем исследований в рамках этого направления приходится на западную науку. В ее рамках прослеживается развитие терминов, используемых для обозначения искомого объекта изучения: киберрелигия, онлайн-религия и религия онлайн, цифровая религия. Последний термин (цифровая религия) сегодня наиболее актуален [5].

Одним из первых исследователей в этой области стал С. О'Лири. Еще в 1996 году он описал свой опыт взаимодействия с «онлайн-литургией». О'Лири подчеркивает неэффективность традиционных методов исследования культовых действий по отношению к феномену онлайн-ритуалов, так как виртуальная служба лишена

<sup>1</sup> Internet Usage Statistics / Internet World Stats – Available at: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (accessed 05 May 2022).

<sup>2</sup> Православное Христианство.ru. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hristianstvo.ru/> (дата обращения: 25.02.2022).

почти всей привычной атрибутики. Все таинство онлайн-ритуала укладывается в текст, набираемый на клавиатуре участниками, которые никогда не видели друг друга. О'Лири предупреждает предвзятость по отношению к цифровым ритуалам. Он предлагает обратить внимание не на то, что культовые действия теряют, переходя в виртуальный мир, а, напротив, – на то, что они приобретают: горизонтальную организацию, транстерриториальность и возможность мгновенной коммуникации [9].

Хейди Кэмпбелл использует статью О'Лири как точку начала становления междисциплинарного исследования религии в Интернете и выделяет четыре волны. Первая волна носит описательный характер – исследователи стремились запечатлеть то, как религиозные практики трансформируются с переходом в глобальную сеть. Ко второй волне Кэмпбелл относит попытки создания типологий, категоризации цифровой религии. Третья волна нацелена на исследование стратегий оффлайн-религии по инкорпорированию виртуального мира в их религиозные практики. Последняя на данный момент – четвертая волна – фокусируется на отношениях между онлайн-овой и оффлайн-овой религиозной жизнью верующих людей [2].

В настоящее время потребность в изучении цифровой религии особенно актуальна на фоне пандемии коронавируса COVID-19. А. Клоэт пишет, что в период карантина онлайн-проповеди на различных платформах стали новой реальностью [4]. Х. Кэмпбелл отмечает, что реакция религиозных организаций на кризис соответствует их адаптивной природе. Вынужденные цифровые нововведения не следует рассматривать как временные, считает Кэмпбелл. Традиционной религии пришлось переосмыслить возможность использования цифровых технологий для дополнения и продолжения реальных религиозных практик, и вряд ли в будущем они откажутся от новых возможностей [1].

Однако пандемия лишь ускорила процесс цифровизации религии. Чтобы определить, как религиозные объединения и отдельные верующие используют цифровые технологии для организации своей религиозной жизни в современном обществе, мы рассмотрим ряд концепций исследователей цифровой религии и предложим классификацию религиозных онлайн-ресурсов.

## Содержание исследования

К. Хелланд одним из первых попытался определить и категоризировать религию в Интернете. Он предложил различать *религию онлайн* и *онлайн-религию*.

*Религия онлайн* основана на вертикальной концепции: она однонаправленна и представляет собой канал трансляции данных от одного религиозного источника к широкой аудитории. К религии онлайн относятся страницы церквей и различных религиозных сообществ и организаций, существующих в «оффлайне» и использующих Интернет как площадку для расширения.

*Онлайн-религия* использует интерактивную природу Интернета, создавая условия для коммуникации «многих-со-многими». Онлайн-религия – это бесчисленные комнаты, конференции, порталы и форумы, в которых каждый пользователь вносит равный вклад в культовые действия. Онлайн-религия, подчеркивает Хелланд, лишена иерархии [7].

Х. Кэмпбелл концентрируется на выделении характерных признаков феномена религии в сетевом пространстве. Она основывает свою концепцию на теории «сетевого общества» М. Кастельса. «Сетевая религия», по Кэмпбелл, базируется на технологических структурах и характеристиках Интернета, обеспечивающих принципы организации, присущие сетевому обществу. Она выделяет пять характерных черт сетевой религии: сетевая структура, формируемая идентичность, смещение религиозных авторитетов, конвергентность религиозных практик, многомерность религиозной реальности.

Сетевая структура цифровой религии означает отход от статичных религиозных сообществ в пользу «религиозных социальных сетей»: эмерджентных, варьирующихся по глубине, переменчивых и персонализируемых. «Формируемая идентичность» открывает возможность для конструирования религиозной идентичности. Вместе с тем возникает ситуация, в которой религиозный авторитет из прерогативы официальных конфессиональных институтов переходит к модераторам форумов, блогерам и прочим интернет-персонам, либо вовсе растворяется в потоке обезличенной информации.

Помимо прочего, Интернет, как полагает Кэмпбелл, позволяет пользователям персонализировать свою религиозную жизнь. Творческая свобода сети, наряду с ее неограниченностью, обеспечивает конвергентность религиозных практик. Наконец, подчеркивая многомерность религиозной реальности, Кэмпбелл указывает на взаи-

мосвязь между реальной религиозной жизнью людей и виртуальной [3].

Другой подход к выявлению особенностей цифровой религии представлен в работах К. Ландби. Его концепция медиатизации религии основывается на отношениях коммуникативной (в данном случае Интернет) и религиозной среды. Ландби выделяет четыре основных типа взаимосвязи коммуникативной и религиозной среды: (1) медиатизация религии; (2) медиатизация религиозных смыслов; (3) медиатизация сакральных форм; (4) социальная (религиозная) трансформация технологий.

Концепция медиатизации религии подчеркивает важную роль средств коммуникации в динамике отношений между профанной и сакральной областями. Интернет, будучи основным способом коммуникации в современном мире, приобретает самостоятельное смыслогенерирующее значение. Технологии позволяют находить новые способы трансляции религиозной семантики во внешнее социальное поле. Ландби утверждает, что для существования сакральных форм необходимы носители. Цифровая религия в этом смысле является лишь дематериализацией религии, а цифровизация – заменой традиционных материальных носителей виртуальными [8].

Опираясь на рассмотренные концепции, мы предлагаем выделить два классификационных критерия религиозных онлайн-ресурсов: реальное представительство и степень интерактивности религиозных смыслов.

*Реальное представительство.* Критерий основан на классификации К. Хелланда. По реальному представительству религиозные онлайн-сообщества делятся на представленные и непредставленные в реальном мире. К первым относятся сайты реальных религиозных сообществ и организаций, их официальные страницы в социальных сетях, каналы на YouTube и в Telegram и так далее. К непредставленным в реальности относятся онлайн-платформы, ориентированные на пользователя: преимущественно форумы и блоги, пользовательские группы в социальных сетях, а также эксклюзивно виртуальные религиозные ресурсы.

*Степень интерактивности религиозных смыслов.* Под интерактивностью понимается наличие у пользователя возможности не только воспринимать религиозные смыслы, но и взаимодействовать с ними. Критерий формулируется на основе идей Х. Кэмпбелл и К. Ландби. Интерактивный ресурс обладает смыслогенерирующим

[226] характером и демонстрирует характерные черты сетевой религии. В первую очередь, речь идет о возможности пользователей персонализировать свой религиозный опыт: выбирать религиозные смыслы, транслировать их и/или включать в состав личной религиозной практики. Чем выше интерактивность религиозных смыслов, тем более горизонтальной становится структура религиозного онлайн-общества. Не-интерактивные ресурсы, в свою очередь, являются статичными, вертикальными сообществами в нематериальном, цифровом обликии.

Все религиозные онлайн-ресурсы можно поделить на статичные и пользовательские. Однако два обозначенных критерия позволяют выделить разные аспекты этой дихотомии, что дает возможность точнее определить промежуточные разновидности.

На основании этих критериев выделим четыре типа религиозных онлайн-ресурсов:

1. *Статичные*. Представленные в реальности, содержательно не-интерактивные. К ним относятся официальные сайты реальных религиозных организаций, выстроенные по вертикальной структуре, СМИ, организованные официальными религиозными учреждениями, а также их страницы на вспомогательных платформах вроде YouTube или ВКонтакте. Статичные ресурсы, как правило, существуют исключительно в качестве дополнения к деятельности материнской организации. Пример статичного ресурса: официальный сайт Московского Патриархата РПЦ<sup>1</sup>.

2. *Пользовательские*. Не-представленные в реальности, содержательно интерактивные. Эта группа онлайн-ресурсов включает форумы, блогосферы и социальные сети. Их характерные черты: горизонтальная организация, пониженная роль авторитета культурной личности, условия для персонализации религиозной жизни и свободный формат общения. Пользовательские ресурсы иногда могут частично сохранять черты традиционной организации религиозного сообщества, при этом все еще обладая высокой степенью интерактивности религиозных смыслов. Примеры пользовательских ресурсов: англоязычный форум на религиозную тематику Religious Forums<sup>2</sup> и православный портал (включающий форум и блогосферу) «Азбука Веры»<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Русская Православная Церковь. Официальный сайт Московского Патриархата. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.patriarchia.ru/index.html>, свободный. (дата обращения: 15.05.2022).

<sup>2</sup> Welcome to Religious Forums / Religious Forums. – Available at: <https://www.religiousforums.com/> (accessed 15 May 2022).

<sup>3</sup> Азбука Веры [Электронный ресурс]. URL: <https://azbyka.ru/> (дата обращения: 15.05.2022).

3. *Цифровые*. Не-представленные в реальности и содержательно не интерактивные. К ним относятся сайты и сообщества неязыческих и синкретических культов, существующие только в сети. Сюда же относятся многочисленные пользовательские каналы в Telegram, TikTok и YouTube, публикующие не всегда оригинальный контент, а также религиозные Интернет-СМИ. Примеры цифрового ресурса: «Первая церковь киберпространства» [godweb.com](http://godweb.com)<sup>1</sup> и сайт [IslamDag.ru](http://IslamDag.ru)<sup>2</sup>.

4. *Активные*. Представленные в реальности и содержательно интерактивные. Сюда входят сайты религиозных благотворительных организаций, активные миссионерские онлайн-сообщества и прочие онлайн-ресурсы, которые подразумевают деятельность в реальном и в виртуальном мирах. Интерактивность заключается в активном привлечении пользователей к искомой деятельности. Пример активного ресурса: система сайтов евангелистского миссионерского онлайн-проекта Christian Vision<sup>3</sup>.

### Выводы

Четыре вида религиозных онлайн-ресурсов, выделенные в рамках представленной классификации, отражают отношения разных религиозных сообществ и объединений с Интернетом. Так, крупные конфессиональные организации мало заинтересованы в комплиментации своей деятельности цифровыми технологиями и предпочитают пассивное распространение официальной информации. В свою очередь, верующие пользователи склонны к побегу от традиционной религиозной иерархичности в сторону горизонтальной, «сетевой» персонализируемости религиозной жизни. Некоторые из них пользуются возможностью самостоятельно стать транслятором религиозных смыслов: от рециркуляции уже существующего онлайн-контента, до создания собственного учения.

Немаловажно и то, как трансформируется активная религиозная деятельность. Например, цифровое миссионерство лишается привязки к месту и времени и получает возможность не только бесконтактно вовлекать людей в свою религиозную общину, но и включать их в распространение религиозных смыслов в реальном и виртуальном мире.

<sup>1</sup> GodWeb Online. – Available at: <https://www.godweb.org/> (accessed 05 May 2022).

<sup>2</sup> IslamDag.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://islamdag.ru/> (дата обращения: 05.05.2022).

<sup>3</sup> What we do: Introduce people to Jesus / Christian Vision Global. – Available at: <https://www.cvglobal.co/about/what-we-do/introduce-people-to-jesus/>. (accessed 05 May 2022).

### Список литературы

1. Campbell H. A. Moving towards a digital ecclesiology: key themes and considerations // *Digital ecclesiology: a global conversation* / e-book ed. by Heidi A. Campbell. – Texas: Digital Religion Publications, 2020 – P. 65–70.
2. Campbell H. A. Surveying theoretical approaches within digital religion studies // *New Media and Society*. – 2017. – Vol. 19. – No. 1. – P. 1–10.
3. Campbell H. A. Understanding the Relationship between religion online and offline in a networked society // *Journal of the American academy of religion*. – 2012. – Vol. 80. – No. 1. – P. 64–93.
4. Cloete A. The Church is moving on(line) // *Digital ecclesiology: a global conversation* / e-book ed. by Heidi A. Campbell. – Texas: Digital Religion Publications, 2020 – P. 27–32.
5. *Digital religion: understanding religious practice in new media worlds* / ed. by Heidi A. Campbell. – London: Routledge, 2013. – 288 p.
6. Einstein M. *Marketing religion in a commercial age*. – London: Routledge, 2008 – 256 p.
7. Helland C. *Digital Religion* // *Handbook of religion and society* / ed. by D. Yamane. – Cham, 2016. – P. 177–196.
8. Lundby K. Theoretical frameworks for approaching religion and new media // *Digital religion: understanding religious practice in new media worlds* / ed. by H. A. Campbell. – London: Routledge, 2013. – P. 225–237.
9. O'Leary, S. Cyberspace as Sacred space: communicating religion on computer networks // *Journal of the American academy of religion*. – 1994. – Vol. 64. – No. 4. – P. 781–808.
10. Смирнов М. Ю. Цифровизация как «обнуление» религий // *Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина*. – 2019. – № 3. – С. 137–145.

### References

1. Campbell, H. A. (2020). Moving towards a digital ecclesiology: key themes and considerations. *Digital ecclesiology: a global conversation* / e-book ed. by Heidi A. Campbell. Texas: Digital Religion Publications, pp. 65–70.
2. Campbell, H. A. (2017). Surveying theoretical approaches within digital religion studies. *New Media and Society*. Vol. 19. No.1. pp. 1–10.
3. Campbell, H. A. (2012). Understanding the relationship between religion online and offline in a networked society. *Journal of the American academy of religion*. Vol. 80. No. 1. pp. 64–93.
4. Cloete, A. (2020). The Church is moving on(line). *Digital ecclesiology: a global conversation* / e-book ed. by Heidi A. Campbell. Texas: Digital Religion Publications, pp. 27–32.
5. *Digital religion: understanding religious practice in new media worlds (2013)* / ed. by Heidi A. Campbell. London: Routledge, 288 p.
6. Einstein, M. (2008). *Marketing religion in a commercial age*. London: Routledge, 256 p.
7. Helland, C. (2016). *Digital religion. Handbook of religion and society* / ed. by D. Yamane. Cham: Springer, pp. 177–196.
8. Lundby, K. (2013). Theoretical frameworks for approaching religion and new media. *Digital religion: understanding religious practice in new media worlds* / ed. by Heidi A. Campbell. – London: Routledge, pp. 225–237.
9. O'Leary, S. (1994). Cyberspace as sacred space: communicating religion on computer networks. *Journal of the American academy of religion*. Vol. 64. No. 4. pp. 781–808.
10. Smirnov, M. Yu. (2019). Tsifrovizatsiya kak "obnulenie" religij [Digitalization as the "zeroing out" of religions] *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta imeni A. S. Pushkina* [Pushkin Leningrad State University Journal]. No. 3. pp. 137–145. (In Russian).

### Об авторе

**Нимяев Эдуард Арсланович**, магистр педагогики, Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина, Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID ID: 0000-0002-6978-630X, e-mail: smith109@mail.ru

### About the author

**Eduard A. Ninyaev**, Master (Pedagogy), Pushkin Leningrad State University, Sankt-Peterburg, Russian Federation, ORCID ID: 0000-0002-6978-630X, e-mail: smith109@mail.ru

Поступила в редакцию: 15.07.2022

Received: 15 July 2022

Принята к публикации: 22.08.2022

Accepted: 22 Aug. 2022

Опубликована: 30.09.2022

Published: 30 Sept. 2022