

Научная статья

УДК 004.774.2:2 + 316.74:2 + 316.77 + 004.738.5 + 37.013.2 + 070.1:2

DOI 10.15826/izv1.2022.28.3.055

## КОНСТРУИРОВАНИЕ СЕТЕВЫХ ПРАКТИК (на примере религиозных сообществ)

**Роман Юрьевич Порозов**

*Уральский государственный педагогический университет,  
Екатеринбург, Россия,  
r.porozov@yandex.ru,  
<https://orcid.org/0000-0003-1932-1624>*

**А н н о т а ц и я.** Исследования социальных сетей и интернет-практик российских религиозных сообществ носит многолетний характер — с момента появления и представления первых сетевых сообществ. Религиозные сетевые сообщества получили новый инструмент для трансляции собственного этоса и теологических смыслов. В статье рассматривается стратегия просветительства в практике организации религиозных сообществ в сети Интернет (на примере социального медиа «ВКонтакте»). Целью данной статьи является попытка определить специфику основных практик и стратегий просветительства, публично репрезентируемых религиозными сетевыми сообществами во внешнюю среду. Под просветительской практикой автор понимает такую систему действий, в которой результаты — вне зависимости от формы их представленности — мотивированы и обусловлены установкой максимально репрезентировать, сознательно выносить и объяснять в публичном пространстве свой специфический религиозный этос, религиозную картину мира; это действие и результат, которые направлены на внешнего зрителя. Эмпирической базой исследования послужили сообщества религиозной и теологической направленности в сети «ВКонтакте» в количестве более 430; период исследования — апрель—ноябрь 2021 г. Автор выделяет четыре основных типа стратегии просветительства, публично репрезентируемых религиозными сетевыми сообществами во внешнюю среду: классический, повседневный, индивидуализированный, сакрализирующий; отмечает, что тенденции, закономерности и специфика культуротворческой активности религиозного человека в виртуальном пространстве аналогичны его поведению в реальном пространстве. Результаты исследования могут быть использованы в качестве основы для анализа мотивационных стратегий религиозного поведения человека в сети, а также при разработке учебно-методических материалов в курсе «Основы религиозных культур и светской этики» и других.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** интернет; сетевое сообщество; религия; сетевые практики; конструирование в сети; социальные медиа; теология; социокультурный подход; образовательные практики

Б л а г о д а р н о с т и. Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 21-011-44091\21 «Теологическое образование в условиях цифровой культуры».

## **DESIGNING NETWORK PRACTICES (Using the Example of Religious Communities)**

**Roman Yu. Porozov**

*Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia,  
r.porozov@yandex.ru,  
<https://orcid.org/0000-0003-1932-1624>*

**A b s t r a c t.** The study of social networks and Internet practices of Russian religious communities has been of a longterm nature – since the appearance and presentation of the first online communities. Religious online communities have received a new tool for broadcasting their own ethos and theological meanings. The article discusses the strategy of enlightenment in the practice of organizing religious communities on the Internet (on the example of the social media VKontakte). The purpose of this article is an attempt to determine the specifics of the main practices and strategies of enlightenment, publicly represented by religious network communities in the external environment. By educational practice, the author understands such a system of actions in which the results – regardless of the form of their presentation – are motivated and conditioned by the installation to represent as much as possible, consciously endure and explain in the public space one’s specific religious ethos, a religious picture of the world; it is an action and a result that is directed to an external viewer. The empirical base of the study was more than 430 religious and theological communities on VKontakte; the study period is April – November 2021. The author identifies four main types of enlightenment strategy, publicly represented by religious network communities in the external environment: classical, everyday (routine\regular), individualized, sacralizing. We note that the tendencies, regularities, and specifics of the cultural activity of a religious person in the virtual space are similar to the behavior in the real space. The results of the study can be used as a basis for analyzing the motivational strategies of a person’s religious behavior in the network, as well as in the development of educational materials in the course “Fundamentals of Religious Cultures and Secular Ethics” and others.

**К е y w o r d s:** Internet; network community; religion; network practices; network construction; social media; theology; sociocultural approach; educational practices

**A c k n o w l e d g e m e n t s.** The article was prepared with the financial support of the RFBR in the framework of the scientific project No. 21-011-44091\21 “Theological education in digital culture».

Интернет сегодня стал пространством, которое аккумулирует и транслирует смыслы человеческой культуры, задает образцы и стандарты поведенческих практик, репрезентируя культуротворческую активность индивида. Конвергенция

информационных и коммуникационных ресурсов создала ситуацию новой тотальности существования человека: с одной стороны, практически стерлась граница онлайн- и офлайн-режимов (по мнению Е. Г. Ефимова, «именно социальные сети являются одним из тех ресурсов интернета, где различие между виртуальным и реальным как никогда стирается... прежде всего на уровне трансформации основ человеческой жизни» [Ефимов, с. 7]), с другой — отсутствие в виртуальном пространстве человека или социальной группы чревато его «исключением из реальности» (то, о чем предупреждал З. Бауман, говоря, что «киберпространство, надежно захваченное интернетовскими сайтами, становится современным эквивалентом средневековой латыни, и обитатели этого пространства, представители нынешней образованной элиты, мало о чем могут поговорить с теми, кто безнадежно погряз в чересчур реальном, земном мире» [Бауман, с. 240]).

В этом отношении Российская Федерация соответствует всем общемировым трендам развития киберпространства. Так, в аналитическом докладе Digital Russia 2021, в котором ежегодно публикуется статистика о развитии цифровых технологий в мире и в отдельных странах, приводятся следующие данные. В общемировом масштабе количество интернет-пользователей в 2021 г. составляло 59,5 % (при населении 7,83 млрд чел.). В России этот показатель равен 85 %, или 124 млн чел. (при населении страны 145,9 млн чел.) [Digital]. Также отмечается, что с 2020 по 2021 г. количество интернет-пользователей в Российской Федерации увеличилось на 6,0 млн (+5,1 %). При этом далеко не все жители России являются пользователями социальных медиа, их численность составляет 99 млн чел. Другими словами, 8 из 10 интернет-пользователей в той или иной степени имеют аккаунты и посещают социальные медиаресурсы; в мировом масштабе — только каждый пятый пользователь активно «проживает» в социальных медиа. Годовой прирост аудитории социальных медиа в РФ составил 4,8 млн чел. (+5,1 %), в мире — 13,2 %. В 2021 г. среднее для россиян в возрасте от 16 до 64 лет время, проводимое в интернете, составило около 8 часов в сутки (среднее в мире — около 7 часов), из которых на социальных медиа приходится 2 часа 28 минут (в мире этот показатель составил 2 часа 25 минут). Таким образом, можно сделать вывод, что современные россияне активно осваивают виртуальное пространство сети Интернет, а в отдельных случаях и по отдельным показателям идут впереди общемировых тенденций развития практик проживания в сети.

Приведенные данные обуславливают пристальный интерес исследователей к функционированию Рунета. Можно отметить несколько магистральных направлений в исследовании русскоязычного сегмента мировой сети: лингвокультурный аспект функционирования Рунета [Кронгауз; Тер-Минасова], практики освоения виртуального пространства социокультурными группами [Социокультурное освоение...], статус образования в новой цифровой эпохе [Федоров, Кириллова, Мурзина]. Актуальной видится необходимость анализа российского сегмента социальных сетей на предмет создания и трансляции информационно-коммуникационных ресурсов, связанных с универсалиями культуры (традициями, ценностями, социальным опытом).

Как известно, особое значение для развития культуры имеет религия: их генетическая связь на этапе становления культуры и сходство — отталкивание в секулярном мире в контексте изучения киберпространства становятся особенно важными. Популяризация религиозных конфессий, ведение деятельности по представлению своих идей и ценностей представителями различных церквей в сети Интернет сегодня достаточно распространено. Множащиеся сайты, форумы, группы в социальных сетях не только свидетельствуют о новых формах миссионерской и просветительской работы, но и отражают интерес массовой аудитории, которой в условиях кризиса ценностей важно обрести устойчивые жизненные ориентиры. В ряде работ рассматриваются различные аспекты функционирования церковных институций и религиозных паттернов в цифровой среде: просветительская активность Русской православной церкви [Семенова], вопросы медиатизации православия [Островская], трансляции мусульманской идентичности [Городилова; Смолина], буддистского этоса [Актамов, Бадмацзыренов, Цыремпилов] в виртуальном пространстве.

Наше внимание привлекли те русскоязычные сетевые сообщества, основой которых является деятельность по трансляции религиозных и теологических смыслов и которые публично ассоциируют себя с конкретным религиозным этосом. Исследования социальных сетей и интернет-практик российских религиозных сообществ продолжаются уже полтора десятилетия. В частности, можно выделить работы К. В. Лученко, в которых рассматривается религиозный сегмент Рунета [Лученко]. Также опубликованы исследования профессиональных репрезентаций религиозного сознания в сети Интернет, посвященные буддизму [Актамов], православному христианству [Писаревский], исламу [Гимадеева], иудаизму [Островская] и др. Однако данные работы рассматривают преимущественно внутреннюю динамику существования религиозных сетевых сообществ.

*Целью данной статьи* является попытка определить специфику основных практик и стратегий просветительства, публично репрезентируемых религиозными сетевыми сообществами во внешнюю среду. Исследование обусловлено необходимостью экспликации стратегий репрезентации сетевых сообществ религиозного типа и типологизации их просветительских практик в публичное пространство.

Ведущим методом исследования выступил контент-анализ социальных сетей. *Эмпирической базой исследования* послужили сообщества религиозной и теологической направленности в сети «ВКонтакте» в количестве более 430; период исследования — апрель — ноябрь 2021 г. Мы также анализировали социальные медиа Facebook (продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена в России) и Telegram, однако результаты были относительно скромные по сравнению с сетью «ВКонтакте». Более того, данная сеть показала больший спектр религиозных и теологических практик разнообразными профессиональными группами. Критерием отбора сетевых сообществ стало количество входящих в них участников, их массовость.

Просветительскую деятельность мы интерпретируем в категориях теории П. Бурдьё, который утверждал, что собственно результаты деятельности должны

быть сконструированы («а не просто пассивным образом зарегистрированы»), «принципом такого построения является система структурированных и структурирующих диспозиций». По мнению социолога, практический мир включает габитус («система когнитивных и мотивирующих структур»), достигнутые цели, способы применения, или рынки («которым нужно следовать»), объектов, средств или институтов [Бурдьё, с. 44]. Исходя из вышесказанного, здесь под *просветительской практикой* мы понимаем такую систему действий, в которой результаты — вне зависимости от формы их представленности — мотивированы и обусловлены установкой максимально репрезентировать, сознательно выносить и объяснять в публичном пространстве свой специфический религиозный этос, религиозную картину мира; это действие и результат, которые направлены на внешнего зрителя. Также необходимо учитывать, что для религиозных практик, в том числе просветительских, характерен так называемый феномен прозелитизма.

Используя риторику социолога религии Ричарда К. Фенна, можно сказать, что интернет позволил выработать у *homo religiosus* «повышенную духовную изобретательность, рассеивать и распространять священное за пределы основных институтов, таких как церковь или государство, открыл широкий спектр возможностей для взаимности и взаимодействия» (*increased spiritual inventiveness, along with the dispersion and diffusion of the sacred outside of major institutions like the church or the state, has opened up a wide range of possibilities for mutuality and interaction*) [Fenn, p. 3].

Популярность сетевой формы, как мы полагаем, обусловлена попыткой современного человека нивелировать чувство дезорганизации, о которой упоминал авторитетный социолог Э. Гидденс. «Дезориентация, которая выражается в чувстве невозможности систематического познания социальной организации, возникает... из ощущения, которое многие из нас испытывают, находясь в гуще не вполне понятных и по большей части не контролируемых нами событий» [Гидденс, с. 113]. Кроме того, для носителей религиозного сознания на протяжении всей истории человечества была свойственна высокая степень самоорганизации. Новые информационные технологии в определенной степени облегчили данный процесс.

Первичный анализ позволил выявить следующие типы сетевых сообществ в сети «ВКонтакте», для каждого из которых характерна специфическая стратегия просветительства:

1. Сетевые сообщества, имеющие официальную аффилиацию с религиозной структурой;
2. Сетевые сообщества, не имеющие институализированной составляющей, но связанные с определенной религиозной традицией. Подобные сообщества являются, как правило, репрезентациями так называемой «народной» веры;
3. Блогеры-верующие / религиозные блогеры, которые инициировали дискуссии по актуальным современным вопросам;
4. Страницы, посвященные отдельным событиям и локасам, связанным с религиозной тематикой.

Первый тип сетевых сообществ представлен группами, которые были инициированы официальными религиозными структурами. В данном случае группы являются так называемым «виртуальным представительством» конкретного религиозного объединения: региональной епархии, например, нижегородской [[https://vk.com/nn\\_eparhia](https://vk.com/nn_eparhia)], или отдела Русской православной церкви — Синодального отдела по церковной благотворительности и социальному служению [<https://vk.com/diaconia>]; Духовного управления мусульман Республики Татарстан [<https://vk.com/dumrt>]; Римско-католической архиепархии Божией Матери в Москве [<https://vk.com/cathmos>] и др. Просветительские практики, инициируемые данными сетевыми сообществами, повторяют аналогичные, манифестируемые в реальном пространстве. Сеть «ВКонтакте» используется преимущественно в трех аспектах, которые обусловлены и объединены коммуникативным эффектом данного социального медиа — это наиболее доступная и известная платформа в российском и русскоязычном интернете. Во-первых, «ВКонтакте» используется как информационный и новостной ресурс, на котором публикуются предстоящие или прошедшие события, представлены официальные комментарии ключевых религиозных деятелей и стейкхолдеров. В частности, ВК-группа Римско-католической архиепархии Божией Матери в Москве информирует о назначениях и отставках в структуре своей организации, распространяет обращения Папы Римского, доводит до сведения прихожан и гостей расписания богослужений. Во-вторых, сеть «ВКонтакте» является средством напоминания о значимых священных датах. Так, ВК-группа Буддийской традиционной сангхи России [<https://vk.com/public92531215>] — одна из крупнейших буддийских общин страны — сообщает об «освещении изображений 16 святых Архатов Будды Шакьямуни», «днях, когда Будда явил чудо» и пр. В-третьих, ВК-группа может использоваться в качестве способа трансляции религиозной доктрины. Например, в ВК-группе Большой хоральной синагоги Санкт-Петербурга [<https://vk.com/sinagogaspb>] представлен раздел «Афиша», в котором говорится о специальных днях и собраниях, где посетителям будет представлена трактовка феноменологии (повседневной и метафизической) в рамках иудейской традиции. Мы считаем, что стратегия просветительства, используемая официальными сетевыми сообществами, может быть обозначена как «классическая». Подобную номинацию мы выбираем, поскольку стратегии трансляции просветительских смыслов той или иной конфессии в публичном реальном пространстве соответствуют аналогичным в интернет-пространстве.

Второй тип сетевых сообществ представлен группами, не имеющими институализированной составляющей, но связанными с определенной религиозной традицией. В данном случае можно отметить, что сетевые сообщества являются репрезентацией народной религиозности, которая зачастую может вступать в противоречие с каноническими представлениями. Лучшей аналогией для подтверждения данной точки зрения, на наш взгляд, является работа Г. П. Федотова, посвященная русским духовным стихам как выражению народного религиозного сознания: «...в народной религии есть несколько слоев... в зависимости от большей

или меньшей степени церковной культуры... В народной сказке больше реминисценций язычества, больше вольности в отношении к религиозным темам» [Федотов, с. 123]. В сравнении с так называемыми «классическими» стратегиями трансляции просветительских смыслов те, что инициированы «неинституализированными» группами, имеют ряд особенностей:

- большая специализация (жанровая, тематическая и социальная);
- повышенное внимание к бытовым проблемам и ситуациям.

Рассмотрим представленные особенности. Жанровая специализация просветительских практик обусловлена, по всей видимости, новыми социальными вызовами, которые открываются перед религиозной системой. Так, например, использование современных медиажанров и медиаформатов, средствами которых возможна трансляция религиозных смыслов, приводит к появлению новых тематических групп. Это такие группы, как «Еврейское кино» [<https://vk.com/evrokino>, 2812 участников], «Православная музыка» [<https://vk.com/pravoslavmusic>, 55 557], «Доброе кино — католические фильмы» [<https://vk.com/dobroekino>, 4740], «Телеканал “Хузур ТВ”» [<https://vk.com/huzurtvchannel>, 94 887], «Вечерняя католическая газета» [<https://vk.com/giornaledellaseira>, 7851], «АудиоКниги Буддизм» [[https://vk.com/budha\\_audio](https://vk.com/budha_audio), 1002 участника]. С точки зрения тематической специализации также отмечается существенная дискретность религиозных просветительских практик. В качестве основы для «темы» выступают вопросы, требующие утилитарного решения (еда, одежда, покупки и пр.). Примерами могут служить: «Матушки©Православный магазин одежды» [[https://vk.com/marka\\_ptica](https://vk.com/marka_ptica), 18 743 участника], «Восточная кухня. Мусульманские рецепты» [<https://vk.com/muslimrecepti>, 325 066 участников], «Христианский магазин одежды» [[https://vk.com/christian\\_shop](https://vk.com/christian_shop), 10 367 участников] и др. Социальная стратификация религиозных сообществ приводит к специализации просветительских практик, когда трансляторами либо адресатами являются конкретные социальные группы, например молодежь: «Христианские детские научные клубы» [<https://vk.com/creascioclubs>, 3541 участник], «Союз мусульманской молодежи России» [[https://vk.com/islam\\_allah1](https://vk.com/islam_allah1), 3413], «Гилель Москва (Hillel Moscow)» (Гилель — еврейская студенческая организация) [<https://vk.com/hillelmoscow> 9 250], «Всемирные Дни молодежи — ВДМ, WYD, JMJ» [<https://vk.com/worldyouthdayrussian> 3657 участников]. Попытка урегулировать бытовые проблемы и ситуации, производные от типовых аспектов жизни (культурных универсалий), также стимулирует диверсификацию просветительских практик в сфере религии. Американский социальный антрополог Д. Мёрдок, в частности, говорил, что «системы родства представляют собой одну из универсалий человеческой культуры... не известно ни одного общества, каким бы первобытным или разложившимся оно ни было, не признающего культурно структурированных отношений между родственниками» [Мердок, с. 122]. Наиболее частотными просветительскими практиками, встречающимися в большинстве религиозных сетевых ВК-сообществ, являются те, которые репрезентируют семейно-брачные, детско-родительские и родственные отношения, например: «Католическое венчание» [<https://vk.com/>

svadba\_katolicheskyyi\_hram, 1 372 участника], «Православная мама» [[https://vk.com/prav\\_mama](https://vk.com/prav_mama), 41 378], «Никах» (араб. حاکنلأ – бракосочетание) [[https://vk.com/nikah\\_islam](https://vk.com/nikah_islam), 29 831], «Служба еврейской семье» [<https://vk.com/myjfs>, 3045 участников] и др. Также одной из форм подобных сообществ являются группы, созданные для целей знакомств между представителями своей конфессии или религиозной традиции. Как правило, на страницах данных сетевых сообществ оговариваются условия и этикетные нормы отношений между участниками. Указанные типы сетевых сообществ транслируют такой тип стратегий просветительства, который мы можем обозначить номинацией «повседневная». Так называемые «повседневные стратегии просветительства» имеют тенденцию к отступлению от ортодоксальных религиозных канонов и являются ответом на многообразие социокультурных вызовов современности. Именно они отражают весь спектр человеческих отношений, их сложную и неоднозначную природу.

Третий тип сетевых сообществ организован блогерами-верующими/религиозными блогерами, которые инициировали дискуссии по актуальным современным вопросам. Для просветительских практик данного типа характерны, с одной стороны, большая степень открытости для публики, желание установить доверительные отношения. Автор зачастую обозначает свою виртуальную площадку как «трибуну» («Трибуна православного христианина» [[https://vk.com/tribuna\\_prav\\_hrist](https://vk.com/tribuna_prav_hrist), 18 298 участников]), «записную книжку» («Записная книжка христианина» [[https://vk.com/orthodox\\_way](https://vk.com/orthodox_way), 13 271]), «блог» («Блог странствующего христианина» [<https://vk.com/pavlovblog>, 2341]), «Блог русского мусульманина» [[https://vk.com/russian\\_muslim](https://vk.com/russian_muslim), 3289]), «дневник» («Дневник буддистов» [[https://vk.com/dnevnik\\_buddistov](https://vk.com/dnevnik_buddistov), 17 953 участника]), «послание» и пр. Наименование сообщества может обозначаться как «Я – ...», «Просто...», с указанием своей религиозной позиции (например, «Просто католик» [<https://vk.com/prostokatolik>, 2562 участника]). Можно отметить, что сетевая группа способна трансформироваться в «индивидуализированное виртуальное пространство». С другой стороны, просветительские практики могут провоцировать межконфессиональные дискуссии, в ходе которых инициаторы сетевого сообщества могут общаться «на повышенных тонах». В речи участников активно используются так называемые конфессиолекты и религиолекты. По мнению В. М. Викторина, «это разновидности социальных (а нередко – вместе с тем еще и региональных, локальных) диалектов, связанные с отражением в языке и речи тех религий, вероучений, принятых среди носителей внутри конкретной общности и / или при общении с иными, по традициям, соседями» [Викторин]. Указанный тип просветительских стратегий может быть обозначен как «индивидуализированный». Индивидуализированные просветительские стратегии – это наиболее гибкий (в риторическом, коммуникативном отношении) тип стратегий, позволяющий оперативно откликаться и реагировать на широкий круг социальных, политических, культурных запросов.

Четвертый тип сетевых групп формируется на страницах, посвященных отдельным локусам, связанным с религиозной тематикой. Чаще всего таким священным локусом становится конкретная религиозная постройка (храм, дацан,



мечеть, синагога, приход, костел). Отношение верующего человека к данной виртуальной странице можно сравнивать с тем, как описывает сакральное пространство М. Элиаде: «...открытие священного пространства ценно для существования религиозного человека: ничто не может быть начато, предпринято без предварительной ориентации, а всякая ориентация предполагает наличие какой-то точки отсчета. Именно поэтому религиозный человек стремится расположиться в “Центре Мира”» [Элиаде, с. 23]. Вот эта страница и рассматривается в качестве точки отчета и Центра Мира для верующего человека. На данных страницах присутствуют две ключевые стратегии просветительства — донесение основ религиозной доктрины и вероучения, а также представление истории создания данной постройки как выражения и максимизации усилий всех верующих людей. Обобщенно данный тип стратегий просветительства можно обозначить как «сакрализирующая», подчеркивая этим, что виртуальное пространство наделяется чертами священного. Акторы стремятся совершать действия (ритуального характера), аналогичные тем, какие они совершают, находясь в реальной религиозной постройке.

В результате проведенного исследования нами выделены четыре основные стратегии просветительства, публично репрезентируемые религиозными сетевыми сообществами во внешнюю среду: классическая, повседневная, индивидуализированная, сакрализирующая. Предлагаемая типология не является завершенной и требует дополнительных дискуссий. Мы отмечаем, что тенденции, закономерности и специфика культуротворческой активности религиозного человека в виртуальном пространстве аналогичны его поведению в реальном пространстве. Результаты исследования могут быть использованы в качестве основы для анализа мотивационных стратегий религиозного поведения человека в сети. Перспективным направлением последующих исследований может стать анализ паттернов религиозного поведения в сетевой среде и сетевых практик, с опорой на принципы понимающей/интерпретативной гуманитаристики и использованием метода контент-анализа.

---

*Актамов И. Г.* Буддизм в интернете: методология изучения виртуальных религиозных сообществ // Вестн. Бурят. гос. ун-та. 2015. № 6. С. 86–91.

*Актамов И. Г., Бадамацзыренов Т. Б., Цыремпилов Н. В.* Российский буддизм в интернет-измерении // Власть. 2015. № 7. С. 125–130.

*Бауман З.* Индивидуализированное общество / пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М., 2005. 390 с.

*Бурдые П.* Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1, № 2. С. 44–59.

*Викторин В. М.* Новые термины гуманитарного знания — «религиолект», «конфессиолект» и их этнические варианты в России и Германии (ход дискуссий и переписка ученых) // Современные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков : материалы V Междунар. заоч. науч. конф., Астрахань, 27 апр. 2018 г. Астрахань, 2018. С. 38–49.

*Гидденс Э.* Последствия современности. М., 2011.

Гимадеева Д. Р. Религиозная традиция и современные идентичности в татарских интернет-сообществах // Вестн. экономики, права и социологии. 2012. № 4. С. 231–234.

Городилова Т. С. Исламская культура в цифровом измерении // Современный мусульманский мир. 2018. № 1. С. 2.

Ефимов Е. Г. Социальные интернет-сети: методология и практика исследования. Волгоград, 2015.

Кириллова Н. Б. Медиаобразование как фактор социализации личности // Многогранность человеческого капитала: культурные и социальные основания. М., 2019. С. 173–191.

Кронгауз М. А. «Лытдыбр» от блогера, или Как интернет-язык делает письменную речь формой существования разговорного языка // РусскийМир.ru. 2009. № 6. С. 40–43.

Лученко К. В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России : дис. ... канд. филол. наук. М., 2009.

Мердок Д. П. Социальная структура. М., 2003. 608 с.

Мурзина И. Я. «Цифровой поворот» в образовании: трудности входа // Полилингвальное образование в эпоху постграмотности / М. Ю. Гудова, В. А. Гудов, М. О. Гузикова [и др.]. Екатеринбург, 2021. С. 158–169.

Островская Е. Медиапрактики русскоязычных ортодоксальных евреев: женские группы и раввинские блоги в Facebook\* и Instagram\* // Государство, религия, Церковь в России и за рубежом. 2020. Т. 38, № 2. С. 263–292.

Островская Е. Медиагизация православия — это возможно? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 5(153). С. 300–319. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.14>.

Писаревский В. Г. Социальный портрет аудитории православных интернет-сообществ в социальной сети «ВКонтакте» // Вестн. Ин-та социологии. 2014. № 3(10). С. 130–148.

Семенова Д. М. Активность русской православной церкви в электронном пространстве (на примере сети Интернет) // Современные исследования социальных проблем : [электрон. науч. журн]. 2013. № 5. URL: <http://www.journal-s.org/index.php/sisp/article/view/5201339> (дата обращения: 04.05.2022).

Смолина Е. Г. «Умма» и «краудсорсинг»: связь понятий в рамках интернет-пространства // Исламоведение. 2015. Т. 6, № 4(26). С. 63–77.

Социокультурное освоение виртуального пространства: опыт социологического анализа / Н. В. Дулина, Е. Г. Ефимов, И. А. Небыков, В. В. Токарев. Волгоград, 2014. 162 с.

Тер-Минасова С. Г. Язык, личность, Интернет // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 46 : Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2000. № 4. С. 35–42.

Федоров А. В. Медиаобразование: история и теория. М., 2015. 450 с.

Федотов Г. П. Стихи духовные: (Русская народная вера по духовным стихам) / вступ. ст. Н. И. Толстого; послесл. С. Е. Никитиной; подгот. текста и коммент. А. Л. Топоркова. М., 1991.

Элиаде М. Священное и мирское. М., 1994. 144 с.

Digital 2021: The Russian Federation. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation> (дата обращения: 01.11.2021).

Fenn R. (Ed.). The Blackwell Companion to Sociology of Religion. Malden, USA, 2007. 512 p.

*Статья поступила в редакцию 14.04.2022 г.*

---

\* Продукт компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена в России.