

Литература

- Амельченков В.Л. (Серафим). Православная культура в информационном пространстве современной России // Вестник культуры и искусств. 2019. №3 (59). С. 39-46.
- Балабейкина О.А., Кузнецова Ю.А. Роль религий и религиозных организаций в реализации целей устойчивого развития регионов и стран // Региональная экономика и развитие территорий. Сборник научных статей; ФГБУН «Институт проблем региональной экономики РАН»; Национальный исследовательский университет — Высшая школа экономики — Санкт-Петербург. Санкт-Петербург, 2020. С. 4-6.
- Дюкин С.Г., Самойлова И.В. Православные виртуальные ресурсы в борьбе за веру (на материале города Перми) // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2016. №3. С. 172-179.
- Зимова Н.С. Аудитория «Православного Интернета» в России // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2011. №24. С. 171-174.
- Петрунин В.В. Церковь и средства массовой информации: проблема взаимоотношений // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2011. №6. С. 294-297.

ТЕМА «РПЦ И КОРОНАВИРУС» В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Зимова Н.С., Фомин Е.В.

Аннотация. В статье характеризуется медиаконтент по теме «РПЦ и коронавирус» в социальных медиа во время локдауна из-за коронавируса в период с 01.03.2020 по 30.04.2020. Выявлена динамика распространения сообщений по теме «РПЦ и коронавирус», основные информационные поводы, наиболее популярные авторы, активность авторов. Инструмент исследования — система многофакторного анализа «Крибрум». Используется исследовательская модель, включающая более ста понятий, связанных с РПЦ, и девять понятий, связанных с коронавирусом. Результаты исследования показывают, что рост числа репостов (перепечаток) публикаций происходил параллельно с увеличением числа оригинальных публикаций, что позволяет предположить отсутствие вбросов и фейков темы. Процент оригинальности сообщений по теме показал достаточно высокое значение для интернет-публикаций — 45 %. Пользователи массово вели дискуссии, споры в комментариях и на своих страницах, обсуждая и высказывая свое мнения на тему РПЦ и коронавируса. Среди наиболее обсуждаемых тем — выступления Патриарха Кирилла, поздравления с Пасхой Президента России В.В. Путина, циркулярные письма по соблюдению санитарных требований Московской Патриархии, высказывания схиигумена Сергия. Анализ показал, что основное медийное поле формируют не религиозные и государственные СМИ, а оппозиционные блогеры, обладающие высокими медийными рейтингами и влиянием на интернет-аудиторию.

Ключевые слова: РПЦ, коронавирус, контент, пользователи, публикации, репосты, «Крибрум».

TOPIC «ROC AND CORONAVIRUS» IN SOCIAL MEDIA

Zimova N.S., Fomin E.V.

Abstract. The article characterizes media content on the topic "ROC and coronavirus" in social media during the lockdown due to coronavirus in the period from 01.03.2020 to 30.04.2020. The dynamics of the distribution of messages on the topic "ROC and coronavirus", the main news stories, the most popular authors, the activity of the authors were revealed. Research tool — the system of multivariate analysis "Kribrum". A research model is used that includes more than one hundred concepts related to the ROC and nine concepts related to coronavirus. The results of the study show that the growth in the number of reposts of publications occurred in parallel with the increase in the number of original publications, that allows to suggest the absence of stuffing and fake topics. The percentage of originality of messages on the topic showed a fairly high value for Internet publications — 45 %. Users en masse led discussions, disputes in the comments and on their pages, discussing and expressing their opinions on the topic of the ROC and the coronavirus. Among the most discussed topics are the speeches of Patriarch Kirill, Easter greetings to the President of Russia V.V. Putin, circular letters on the observance of the sanitary requirements of the Moscow Patriarchate, statements by the hegumen Sergius. The analysis showed that the main media field is formed not by religious and state media, but by opposition bloggers with high media ratings and influence on the Internet audience.

Keywords: ROC, coronavirus, content, users, publications, reposts, «Kribrum».

Сегодня РПЦ один из основных социальных институтов российского государства, который активно участвует в общественной жизни и влияет на нее.

По последним оценкам социологических служб, в России от 63 % до 80 % граждан идентифицируют себя как православные¹. Уровень доверия к церкви — 69 %, что больше, чем доверие к Совету Федерации (39 %), Государственной Думе (35 %), политическим партиям (33 %), и сопоставимо с уровнем доверия к Президенту (64 %) и армии (86 %).

Являясь публичным социальным институтом, церковь распространяет свое влияние на всех граждан независимо от их религиозной принадлежности. Опрос, проведенный Фондом общественного мнения в апреле 2020 года, показал, что 53 % граждан отмечают влияние церкви на общественную жизнь в России².

¹ Отношения к религиям // Левада-Центр, 23 января 2018, URL: <https://www.levada.ru/2018/01/23/otnoshenie-k-religiyam/>; Государственные и общественные институты: оценки деятельности, 27 декабря 2018, URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9494>; Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента, поддержка политических партий // ВЦИОМ, 21 февраля 2020, URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10170> (дата посещения — 30.01.2021)

² О влиянии РПЦ на разные сферы жизни страны // ФОМ, 1 апреля 2020, URL: <https://fom.ru/TSennosti/14371> (дата посещения — 11.02.2021)

В пространстве общественной жизни деятельность церкви и ее иерархов присутствует сегодня через публикации СМИ (социальные медиа мы понимаем как новый вид СМИ). Ее медийный образ является важным источником представлений о деятельности церкви, ее мнении по политическим, социальным, духовно-культурным вопросам для граждан страны.

Медийный образ РПЦ в СМИ исследователи интерпретируют по-разному. Одна группа авторов, рассматривая образ РПЦ в СМИ, использует тезис, что РПЦ — государствообразующая религия и играет значительную роль в формировании национальной идентичности. Однако даже при широком народном одобрении РПЦ недостаточно поддерживается и пропагандируется государством, а СМИ часто намеренно искажают информацию о ее деятельности, пытаясь сделать материал в первую очередь сенсационным, но не правдивым. Авторы утверждают, что РПЦ уделяют недостаточно эфирного времени по телевидению и радио, публикаций в печатных изданиях. Это работы Ю.Ю. Синелиной, А.М. Доброхотовой, Н.В. Сальниковой [Синелина 2001; Доброхотова 2012; Сальникова 2015]. Другая группа относится к расширяющемуся влиянию Церкви на общество и СМИ более скептически или негативно. Авторы утверждают, что в нашей стране в СМИ сложилось «государственное православие» и что к РПЦ все относятся положительно — государство, общество и СМИ, что отражается на ее образе. Это работы С.Б. Филатова, Р.Н. Лункина, П.А. Баева [Лункин, Филатов 2006; Лункин 2012; Баев 2011].

Набирает популярность методология цифровой социологии. Это совершенно новая форма существования писателя (автора) и читателя (пользователя). Основателями методологии изучения социальных проблем в социальных медиа можно назвать М. Маклюэна и М. Кастельса. Маклюэн показал, что существуют три вида «информационных галактик» и соответствующих им обществ. В племенном обществе доминирует слуховая культура, в век грамотности (галактика Гуттенберга) — печатное слово, в электронной галактике — электронная коммуникация. Он утверждал, что в электронную эпоху люди начинают воспринимать лучше визуальные образы, чем большие тексты эпохи печатного станка. Именно поэтому он называет современную эпоху временем «нового племенного человека», все члены которой становятся соединенными в одну единую сеть — «глобальную деревню» [Маклюэн 2005].

Отдельно стоит рассматривать образ РПЦ в социальных медиа. В.М. Хруль показывает важность использования классических социологических методов и методов качественно-количественного анализа в сети Интернет для полного понимания «существенных характеристик религиозного сегмента сознания аудитории СМИ» [Хруль 2013]. В.М. Хруль методологически разработал и показал, как на интернет-сайтах пользователи представляют Бога, как выбирают лексику для описания его атрибутов, как часто упоминают его в своих публикациях, как соотносят Бога с РПЦ [Хруль

2012]. Он отмечает, что сегодня в светских СМИ сложилась следующая ситуация:

- 1) отсутствует экспертный анализ современной религиозной ситуации;
- 2) чрезмерно преувеличивается зависимость религии от политики;
- 3) светская пресса в большинстве случаев искажает картину религиозной жизни страны.

Н.С. Зимова и Е.В. Фомин рассматривают, как религиозные верования и практики проникают в цифровую среду и взаимодействуют с ней. На основе теории Х. Кэмпбелл они анализируют новые способы исполнения верующими религиозных практик в социальных медиа. Авторы показывают, что переплетение онлайн и офлайн верований может породить новые эмерджентные цифровые религии [Зимова, Фомин 2020].

О.А. Штайн последовательно определяет манифестацию, интенцию и образ, предлагая социологам методологические подходы для исследования образа христианства в сети интернет. Под образом она понимает «конструкт индивидуального и общественного сознания, манифестированный в медиaprостранство», который выражает общественные нормы, чаяния, желания, переживания. Штайн считает, что формирование позитивного образа православия имеет социальную значимость в системе воспитания, обучения, установления аксиологических норм [Штайн 2013].

В.Г. Писаревский проводит рецепцию методов цифровой социологии в российских реалиях. Он разрабатывает типологию православных сообществ в социальной сети «ВКонтакте» и показывает, как они вовлекают участников в модели «онлайн-офлайн-онлайн». Также В.Г. Писаревский проанализировал силу православных сообществ в социальных сетях и описал принцип их работы по привлечению подписчиков [Писаревский 2016].

Цель нашего исследования — выявить, описать и проанализировать медиаконтент по теме «РПЦ и коронавирус» в социальных медиа.

Под социальными медиа мы понимаем совокупность социальных сетей, микроблогов, мессенджеров, интернет-СМИ, информагентств.

В основу положена исследовательская модель, которая включает более ста понятий, связанных с РПЦ: Русская православная церковь, РПЦ, Христос, православие, христианство, батюшка, монастырь, храм, прихожанин, монахиня, московский патриархат, патриархия, Патриарх, Патриарх Кирилл, российский Патриарх, митрополит и т.д. — а также девять понятий, связанных с темой коронавируса: коронавирус, «коронавирус» (*из-за грамматической ошибки пользователей*), COVID, ковид, вирус, SARS-CoV-2, инфекция, пандемия, эпидемия. Результаты получены путем перекрещивания данных семантико-лексических понятий.

Период исследования 1 марта 2020 г. — 30 апреля 2020 г. Выбранный период обусловлен его информационной насыщенностью событиями.

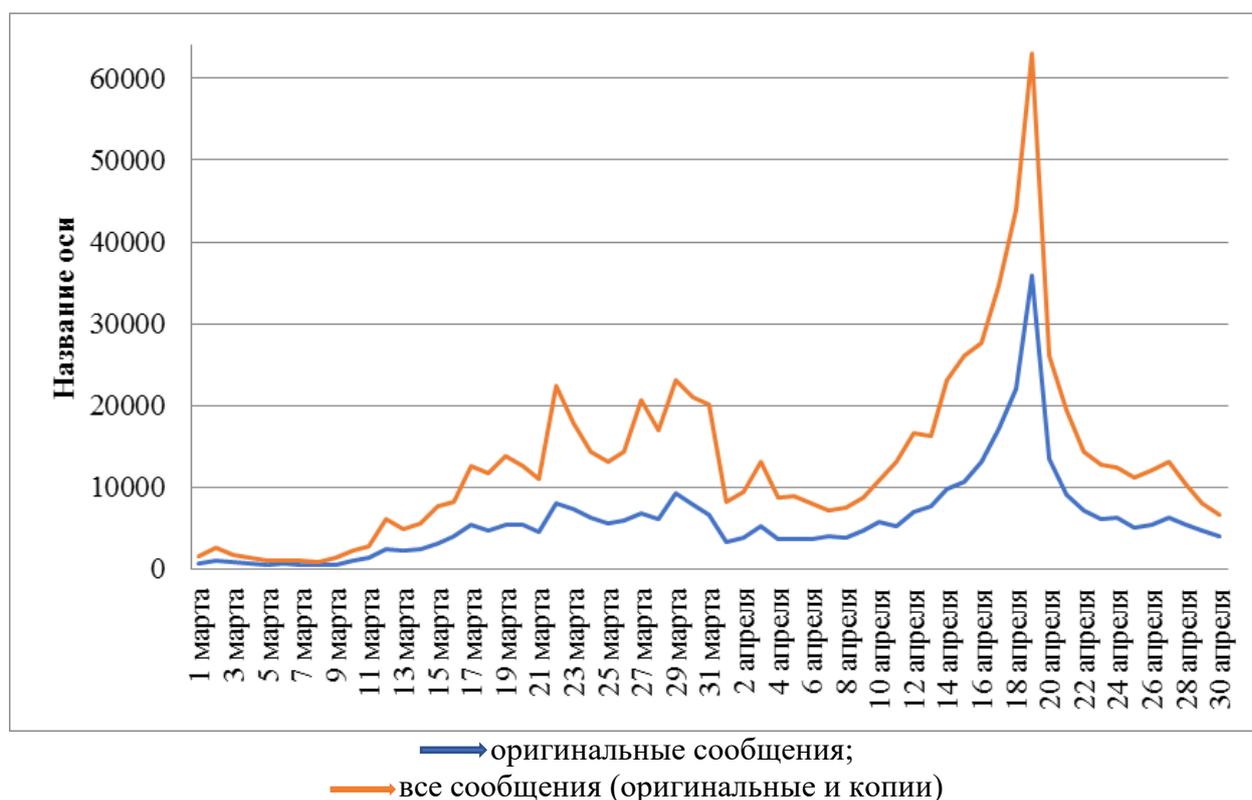


Рисунок 1. Динамика распространений темы «РПЦ и коронавирус» в социальных медиа за март—апрель 2020 года

Основные результаты исследования

Всего за анализируемый период (01.03.20—31.04.20) опубликовано 798559 сообщений, из них оригинальных — 362347 (процент оригинальности — 45 %). За март сделано 296387 сообщений, за апрель — 502172. Наибольшее количество было сделано 19.04.20 и составило 63090 публикаций. Можно выделить несколько пиков взрывного распространения сообщений: 12, 17, 19, 22, 27, 29 марта, в апреле это 3, 12, 17-19, 27 числа. Рассмотрим главные инфоповоды каждого месяца.

Март. До 11 марта можно фиксировать период «тишины» и относительную стабильность, у пользователей тема «РПЦ и коронавирус» интереса не вызывала.

Экспоненциально количество сообщений начинает расти с 12 марта — 6701 сообщений. Это связано с двумя инфоповодами: 11 марта Священный синод сделал заявление в связи с распространением коронавирусной инфекции, в котором призвал не поддаваться панике, сохранять трезвомыслие и молитвенное спокойствие, напомнил верующим о том, что необходимо следовать рекомендациям врачей и усиленно молиться о преодолении болезни¹. Вторым событием стала отмена крестного хода в Липецке, запланированного на 15 апреля.

17 марта было сделано уже в два раза больше сообщений — 12681. Московский патриархат выпустил «Инструкцию настоятелям приходов и

¹ <http://www.patriarchia.ru/db/text/5605165.html>

подворий, игуменам и игумениям монастырей Московской епархии в связи с угрозой распространения коронавирусной инфекции»¹. В инструкции указывались санитарные правила того, как должны проходить службы. Всплеск сообщений 19 марта связан с новостью о том, что в Высоко-Петровском монастыре будут проводиться крестные ходы.

После небольшого спада обсуждений новый пик интереса произошел 22 марта — 22411 сообщений. Во-первых, сообщения связаны с новостью, что Патриарх Кирилл «утвердил молитвенные прошения»², а во-вторых, с его вечерним выступлением на Первом канале, в котором он напомнил о хрупкости человеческой цивилизации и призвал оказывать в меру сил и возможностей помощь пожилым, одиноким и нуждающимся людям.

С 22 по 27 марта обсуждение темы постепенно снижалось. 27 числа повышение интереса вызвало обсуждение запрета с 28 марта по 5 апреля губернатора Санкт-Петербурга А. Беглова посещения физическими лицами религиозных организаций и последующий комментарий Правового управления Московской Патриархии, назвавшего данное постановление противоречащим Конституции и нарушающим права граждан на свободу вероисповедания.

29 марта количество сообщений увеличилось до 23075. Это связано с воскресной службой Патриарха Кирилла в Храме Христа Спасителя. В своей проповеди он призвал «строго исполнять все те предписания, которые сегодня предлагаются санитарными властями в России» и, следуя примеру Марии Египетской, молиться дома и не посещать церкви. Позже по телеканалам вышло его обращение, в котором он призвал не слушать проповеди «неразумных священников». Первое онлайн богослужение в Исакиевском соборе Санкт-Петербурга оказалось практически не замеченным.

Апрель. 3 апреля было опубликовано 13202 сообщения. Рост количества публикаций главным образом был вызван объездом вокруг Москвы Патриархом Кириллом с иконой Богоматери «Умиление» и молитвами об избавлении от «морowego поветрия». Прямую трансляцию вели телеканалы «Спас» и «Союз».

12 апреля пользователи опубликовали 16617 сообщений. Увеличение интереса к теме было вызвано проповедью Патриарха Кирилла в Храме Христа Спасителя по случаю Вербного воскресения о том, что пандемия коронавируса является Божественным промыслом, задача которого — разрушить идеалы потребительского общества и «грех стяжательства».

17-19 апреля пик, ожидаемо, связан с празднованием Православной Пасхи. Суммарно за 3 дня было опубликовано 141775 сообщений, которые так или иначе были посвящены пасхальной теме.

17 апреля Патриарх обратился к служителям церкви и верующим с Пасхальным посланием, в котором поздравил всех с праздником Светлой

¹ <http://www.patriarchia.ru/db/text/5608607.html>

² <http://www.patriarchia.ru/db/text/5610433.html>

Пасхи и призвал не поддаваться панике и усиленно молиться, «чтобы больные получили исцеление, а здоровые ограждены были от опасной инфекции»¹. Большой интерес у СМИ вызвала онлайн-конференция, на которой Председатель Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ В.Р. Легойда заявил, что тяжелое экономическое положение в стране сказывается на материальном положении Церкви. Оно ухудшилось из-за уменьшения потока верующих и снижения пожертвований: «ведь священники и их семьи живут на пожертвования прихожан».

18 апреля СМИ писали о начале Пасхального богослужения, которое впервые проводил Патриарх Кирилл без прихожан. Прямую трансляцию вели телеканалы «Первый», «Россия-1», НТВ и «Спас», официальный сайт РПЦ. Меньшую долю сообщений составили публикации о прибытии в Москву из Иерусалима Благодатного огня.

19 апреля было опубликовано видеопоздравление Президента России В.В. Путина, который поздравил верующих с Пасхой. СМИ так же обсуждали так называемую «тайную службу для избранных», в храме Софии Премудрости Божией в Средних Садовниках (расположен напротив Кремля) и на которую пускали по специальным пропускам. Широкое обсуждение в СМИ новость получила, потому что на службе был замечен актер и священник И. Охлобыстин.

С 20 по 25 апреля количество ежедневно публикуемых сообщений шло на спад. Если 20 числа было опубликовано 26162 сообщений, то уже 25 всего 11150. Небольшой всплеск активности наблюдался 26-27 апреля в связи с выступлением настоятеля Среднеуральского женского монастыря игумена Сергия. Он предложил: «всех, страдающих старческим маразмом, старческой пандемией, духовной проказой, предлагающих русскому народу самоизоляцию... выселить их на выбор в республику Биробиджан, либо на остров Мартиника, или на остров Спинелонга».

После 27 апреля количество сообщений пошло на спад, 30 числа оно составило 6678.

График динамики изменения количества авторов за весь период визуально повторяет график динамики количества сообщений. Рост числа публикуемых сообщений начинается с 12 марта (5288 авторов) и к 27 марта количество авторов достигло значения 16664. В апреле рост числа авторов связан с празднованием Православной Пасхи. С 15 по 20 апреля количество авторов ежедневно растет, 15 апреля 20758 авторов, 16 — 22042, 17 — 26763, 18 — 33768, 19 — 46568. После Пасхи с 20 апреля количество авторов постепенно снижается: с 18716 20 числа, до 5361 31 апреля. Небольшой всплеск количества авторов отмечается 27 апреля — 10487, что вызвано соответствующим инфоповодом.

¹ <http://www.patriarchia.ru/db/text/5621965.html>

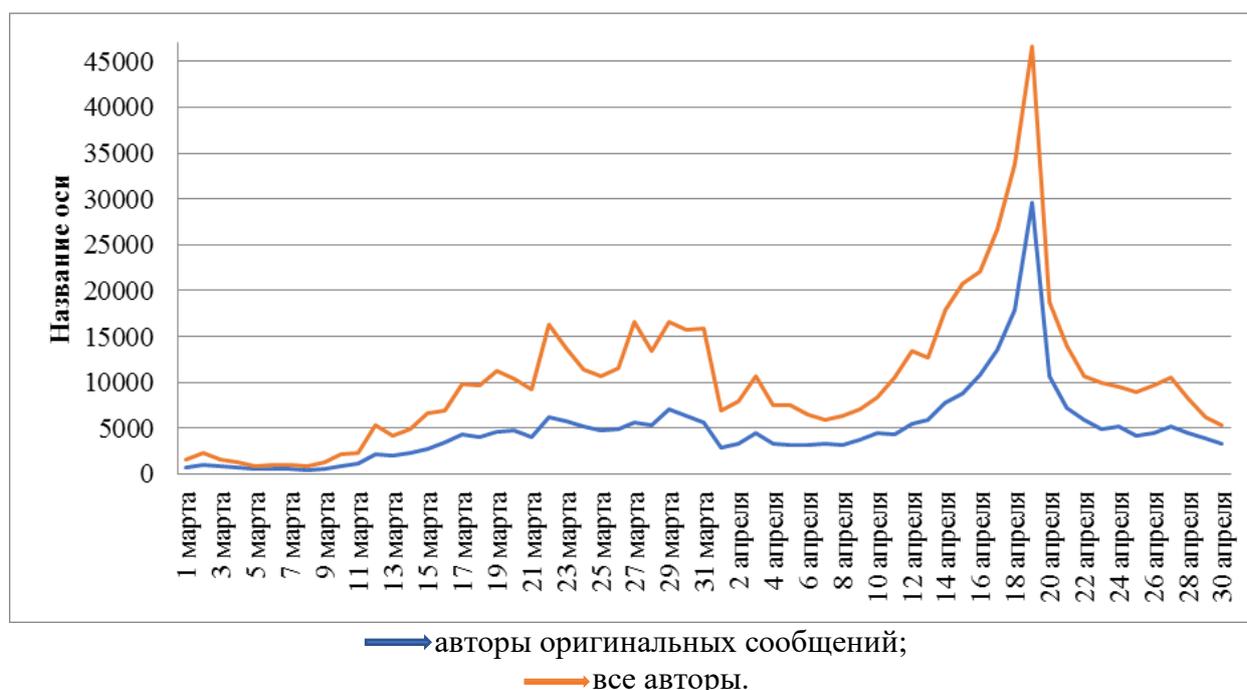


Рисунок 2. Динамика изменения количества авторов по теме «РПЦ и коронавирус» в социальных медиа за март—апрель 2020 года

Всего за анализируемый период в распространении публикаций поучаствовали 298320 авторов, 145334 из которых опубликовали оригинальные сообщения, что составило 49 %. Исходя из медийного рейтинга авторов, который учитывает статусность автора, количество его подписчиков и их статусность, всех авторов темы «РПЦ и коронавирус» можно расположить в следующей последовательности (см. табл. 1).

Таблица 1

**Наиболее популярные авторы (по рейтингу) за период коронавируса
01.03.2020-30.04.2020**

Автор	Ссылка	Рейтинг ¹	Кол-во публикаций
ВЕСТИ	https://twitter.com/vesti_news	3146764	7
РИА Новости	https://twitter.com/rianru	2777244	23
Алена Водонаева	https://www.instagram.com/alenavodonaeva/	2242267	2
РТ на русском	https://www.facebook.com/RTRussian/	2042678	5
Телеканал Дождь	https://twitter.com/tvrain	2025635	20
Газета.Ru	https://twitter.com/GazetaRu	1932055	39
ForbesRussia	https://twitter.com/ForbesRussia	1898313	2
НТВ	https://twitter.com/ntvru	1641992	11

¹ Рейтинг показывает статусность автора, т.е. количество подписчиков, их статусность и активность.

Анекдоты из России	https://twitter.com/anekdotru	1415517	5
Настоящее время	https://www.facebook.com/currenttimetv/	1263004	6
Медуза	https://twitter.com/meduzaproject	1248444	17
Эхо Москвы	https://twitter.com/EchoMskRu	1211391	17
Лента.ру	https://twitter.com/lentaruofficial	1196841	15

Показатель активности пользователей по теме (соотношение числа всех сообщений к числу всех авторов) — 2,7 сообщения в среднем опубликовал каждый автор.

Анализ полученных в ходе исследования результатов позволяет сделать ряд выводов. РПЦ как важный и влиятельный общественный институт в медиапространстве чаще всего оказывается в топах новостей. Тема «РПЦ и коронавирус» активно обсуждалась в социальных медиа.

Рост числа перепечаток по теме «РПЦ и коронавирус» происходил параллельно с увеличением числа оригинальных публикаций, что позволяет предположить отсутствие вбросов и фейков при распространении темы. Процент оригинальности показал достаточно высокое значение для интернет-публикаций — 45 %. В среднем сенсационные материалы набирают всего несколько % оригинальности. Для публикаций в соцмедиа в целом характерны использование и перепечатка уже готового контента (видео, фото, текста). Здесь же мы видим, что, хотя пользователи и делали репосты и перепечатки уже написанных сообщений (55 %), в то же время значительное их число вели дискуссии, споры в комментариях и на своих страницах, обсуждая и высказывая свое мнение на тему «РПЦ и коронавирус». Это подтверждает и высокую активность пользователей (соотношение числа всех сообщений к числу всех авторов) — 2,7 сообщения в среднем на каждого автора. Такой показатель активности пользователей также подтверждает отсутствие вбросов по тематике. При намеренном раздувании темы общий показатель может достигать десятков и сотен сообщений на одного автора.

Исходя из анализа, можно выделить наиболее обсуждаемые информационные поводы: выступления Патриарха Кирилла, поздравления с Пасхой Президента России, циркулярные письма Московской Патриархии, высказывания схиигумена Сергия. Также необходимо отметить, что в апреле было опубликовано 59 % всех сообщений за исследуемый период, что объясняется активным обсуждением праздника Пасхи.

Анализ авторов сообщений позволяет составить рейтинг наиболее популярных. Среди них восемь авторов выражают в СМИ негативное и скептическое отношение к традиционным институтам: государству, религии и Православной Церкви, армии — а также критикуют решения их руководства. Это каналы блогера Алены Водонаевой, телеканала Дождь, медиа-изданий ForbesRussia, Настоящее время, Медуза, Эхо Москвы, Лента.ру, анекдоты из России.

Всего пять авторов — государственные СМИ: Russia today, Риа-Новости, Вести, Газета.Ru. В рейтинге нет ни одного православного или околоправославного блогера или ЛОМ, отсутствуют православные паблики в социальных сетях, которых сегодня только в русскоязычном ВКонтакте десятки. Отсутствуют в рейтинге и телеканалы, такие как Спас, Союз, телеканал консервативной и православной тематики Царьград. Наш рейтинг выстроен с учетом медиарейтинга автора, что означает, что даже если сами вышеперечисленные консервативно-православные ресурсы имеют широкую аудиторию подписчиков, но рейтинг этих подписчиков невысок, то данный автор будет иметь невысокий медиарейтинг. Все это свидетельствует о необходимости для РПЦ иметь своих статусных ЛОМ в разных сферах, увеличивать свое влияние в медиапространстве.

Отдельно отметим возросшую важность использования социологами методов цифровой социологии, возможностей цифровых технических систем, таких как система многофакторного анализа «Крибрум», которые позволяют работать с большими данными, визуализировать их. Все это дает социологам инструменты для мониторинга и анализа реакции пользователей социальных медиа на различные информационные поводы.

Литература

- Баев П.А. Церковь и служитель культа в медийном дискурсе отечественного социума // Социологические исследования. 2011. №. 2.
- Доброхотова М.А. Роль СМИ в позиционировании Русской Православной Церкви в российском обществе 2000-х гг. // Вестник Пермского университета. Серия: История. 2012.
- Зимова Н.С., Фомин Е.В. Особенности трансформации религиозных практик в сети Интернет // Социология религии в обществе позднего модерна. 2020. Т. 9. С. 160-164.
- Лункин Р.Н. Образ РПЦ в светских массмедиа: между мифом о государственной церкви и фольклорно-окультурным православием // Православная церковь при новом патриархе. 2012.
- Лункин Р. Н., Филатов С. Б. Образы Православия и Протестантизма в светских СМИ: благолепие и уродство // Russian Review. 2006. №. 8.
- Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: Академический проект. 2005.
- Писаревский В. Г. Влияние православных интернет-сообществ на социальные сети // Научный результат. Социология и управление. 2016. Т. 2. №. 3 (9).
- Сальникова Н.В. Тема православия в светской периодике России // Наука ЮУрГУ. Секции социально-гуманитарных наук: материалы 67-й науч. конф. / отв. за вып. С.Д. Ваулин; Юж.-Урал. гос. ун-т.-Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2015.
- Синелина Ю.Ю. Атака на РПЦ? // Социологические исследования. 2001. №. 11;
- Хруль В. М. Медиатизация религиозных ценностей как фактор формирования культуры диалога в российской журналистике // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2012. №. 4.
- Хруль В. М. Представления о Боге в сознании аудитории СМИ: опыт исследования текстов самовыражения массы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. №. 1.
- Штайн О. А. Образ христианства в медиапространстве: к постановке проблемы // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2013. Т. 14. №. 2.

«Хрущевский» удар по православию. Об антицерковной кампании 1958-1964 гг. // Православие.ru, 20 октября 2008, URL: <https://pravoslavie.ru/37055.html>
Отношения к религиям // Левада-Центр, 23 января 2018, URL: <https://www.levada.ru/2018/01/23/otnoshenie-k-religiyam/>
Государственные и общественные институты: оценки деятельности // ВЦИОМ, 27 декабря 2018, URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9494>
Рейтинги доверия политикам, оценки работы президента, поддержка политических партий // ВЦИОМ, 21 февраля 2020, URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10170>
О влиянии РПЦ на разные сферы жизни страны // ФОМ, 1 апреля 2020, URL: <https://fom.ru/TSennosti/14371>

РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОЗЕЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОПЫТ НЕОПРОТЕСТАНТСКИХ ДВИЖЕНИЙ В РОССИИ

Романова А.П., Черничкин Д.А.

Аннотация. Статья посвящена исследованию религиозной интернет-рекламы неопротестантских онлайн-сообществ в России в целях привлечения новых последователей и выявлению отношения к данной форме прозелитической деятельности студенческой молодёжи юга России. Основными методами исследования стали: контент-анализ неопротестантских виртуальных религиозных объединений и онлайн-опрос, проведенный в период с ноября по декабрь 2020 года. В качестве объекта исследования выступали 1438 студентов высших учебных заведений регионов юга России.

Контент-анализ рекламных материалов, публикуемых Fellow в социальных сетях, позволяет говорить о том, что модераторы при создании подобной рекламы используют совершенно новую форму подачи религиозной информации (отличную от форм традиционных для нашей страны религиозных объединений), которая ориентирована исключительно на молодёжь. Анализ данных онлайн-опроса показал, что больше половины респондентов обозначили нейтральную позицию к религиозному рекламному контенту, а также индифферентно относятся и к людям, посещающим подобные ресурсы по ссылкам в интернет-рекламе.

Ключевые слова: интернет-реклама, социальные сети, религия, прозелитизм, неопротестанты, Юг России.

Исследование выполнено за счёт гранта РФ (проект № 18-78-10064) «Трансформация механизмов формирования постратегической модели религиозной идентичности в современном информационном пространстве».