

13. Simavorjan A., Ovjan V. Religious Tolerance in Modern Society. *21 st CENTURY*. No 1(26) (2013). Pp. 83-90.
14. Steckevich M.S. *Religious tolerance and intolerance in the history of European culture*. SPb.: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta, 2013. 430 p.
15. Ufimceva E.I. Churching of Orthodox Youth in Modern Russian Society. *Izvestia of Saratov University. New Series. Series: Sociology. Politology*. Vol.12. No 3 (2012): Pp. 39-47.
16. Sheregi F.Je. Ethnic and Religious Tolerance of Youth. *The Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal*. No 2 (2010): Pp. 21-38.

ПИСАРЕВСКИЙ В.Г. МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ ПРАВОСЛАВНЫХ СООБЩЕСТВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ НА СВОИХ УЧАСТНИКОВ

Аннотация. В современном российском обществе с каждым годом интенсифицируется информационный обмен во всех сферах жизни социума – политической, экономической, общественной, культурной. Этот обмен осуществляется через Интернет, где он, в наибольшей степени, проявляется в социальных сетях. Общая аудитория социальных сетей исчисляется сотнями миллионов человек, и, в первую очередь, это относится к самой популярной российской социальной сети ВКонтакте.

Сегодня особую роль играют православные сообщества ВКонтакте: растет как их количество, так и число пользователей данных сообществ. В статье рассматриваются три механизма влияния православных сообществ ВКонтакте на своих участников. Это: влияние администратора сообщества; вовлеченность пользователей в распространение контента сообщества; механизм социального взаимодействия «онлайн-офлайн-онлайн».

Актуальность представленной темы обусловлена тем, что православные сообщества ВКонтакте распространяют традиционные духовно-нравственные ценности и, тем самым, консолидируют российское общество.

Ключевые слова: православные сообщества ВКонтакте; интернет-исследования сообществ в социальных сетях; механизм влияния «онлайн-офлайн-онлайн»; цифровая социология; информационное общество; социальные связи в сообществах ВКонтакте; Мануэль Кастельс; администраторы сообществ ВКонтакте; вовлеченность пользователей сообщества.

PISAREVSKY V.G. MECHANISMS OF ORTHODOX COMMUNITIES INFLUENCE ON THEIR PARTICIPANTS IN SOCIAL NETWORK VKONTAKTE

Abstract. Information exchange is intensified in modern Russian society by annual basis - in all spheres of society – political, economic, social, cultural. This exchange is carried out through the Internet, where it is most evident in social networks. The total audience of social networks is hundreds of millions of people and, first of all, it refers to the most popular Russian social network VKontakte.

Today, the Orthodox communities of VKontakte play a special role: both the number of communities and the number of users of these communities are growing. The article considers four mechanisms of influence of the Orthodox communities of VKontakte on their members. These are: the influence of the community administrator; the engagement of users in the distribution of community content; the mechanism of social interaction "online-offline-online".

The relevance of the topic is due to the fact that the Orthodox community VKontakte spread traditional spiritual and moral values and thus consolidate Russian society.

Keywords: Orthodox communities of VKontakte social network; Internet researches of communities in social networks; mechanism of influence "online-offline-online"; digital sociology; information society; Manuel Castells; administrators of communities of VKontakte; engagement of community users.

Сегодня мы живем в реалиях информационного общества, что оказывает влияние на социальные процессы во всех сферах – экономической, политической, социальной, культурной. Первые исследователи информационного общества обратили внимание на то, что усиление информационного обмена – это не «вещь в себе», а фактор, влияющий на формирование социальных изменений в обществе – как на макро-, так и на микроуровне. Информация носит глобальный характер и распространяется «поверх» государственных границ; распространение информационных технологий влияет на процессы децентрализации управления; формируются новые формы занятости, появляется новая социальная группа «информационных работников». Отметим, что сегодня с развитием Интернета влияние этих процессов значительно возросло.

Т. Стоуньер утверждал, что информацию, подобно капиталу, можно накапливать и хранить для будущего использования. В постиндустриальном обществе национальные информационные ресурсы – самый большой потенциальный источник богатства. В связи с этим необходимо развивать новую отрасль экономики – информационную экономику. Постиндустриальная экономика – это экономика, в которой промышленность по показателям занятости и своей доли в национальном продукте уступает место сфере услуг, а сфера услуг есть преимущественно обработка информации⁶¹.

Развитие информационного общества как социального феномена изучали многие исследователи. На раннем этапе апробации теорий информационного общества – это Д. Белл⁶², Й. Масуда⁶³, Т. Стоуньер⁶⁴.

В 90-х годах XX века проблематика информационного общества изучалась такими исследователями, как Э. Тоффлер⁶⁵, У. Мартин⁶⁶, Ф. Уэбстер⁶⁷, М. Кастельс⁶⁸.

Параллельно с развитием теории шло формирование Интернета как коммуникационного канала и позже – среды существования информационного общества. В 1989 году аналитик и исследователь Тим Бернерс-Ли предложил развитие идеи гипертекста как системы перекрестных ссылок, которыми удаленные компьютеры обмениваются между собой. Иначе говоря, данный исследователь стоял у истоков развития Интернета как всемирной информационной сети⁶⁹.

Бернерс-Ли предложил несколько основополагающих принципов работы Интернета, которые, на наш взгляд, оптимально соотносятся с теорией сетевого общества Кастельса.

1. Возможность редактировать информацию в Интернете не менее важна, чем возможность осуществлять навигацию. Примером реализации данного принципа может служить электронная энциклопедия «Википедия», где любой желающий может редактировать информацию.
2. Компьютеры и интернет-ресурсы могут быть использованы для «фоновых процессов», помогающих людям работать сообща. Примерами реализации этого принципа могут служить сервисы совместной работы в Интернете, в том числе

⁶¹ Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // В кн.: Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс. 1986. С. 394.

⁶² Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. – 788с.

⁶³ Масуда Й. Информационное общество. Вашингтон, 1981. – 33с.

⁶⁴ Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики // В кн.: Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс. 1986. С. 394.

⁶⁵ Тоффлер Э. Третья волна. М.: «АСТ», 2009. – 784с.

⁶⁶ Martin W.J. The Global Information Society. Alershot: Aslib Glower; Brookfield, Vt. USA: Gower, 1995. – 99 p.

⁶⁷ Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект-пресс, 2004, 400 с.

⁶⁸ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000, 458 с.

⁶⁹ Berners-Lee Weaving the Web: Origins and Future of the World Wide Web», Texere Publishing, 1999

известный сервис Google Docs (совместная работа над документами в системе Google)

3. Интернет должен работать как паутина, а не как иерархия. С самого начала функционирования Интернета Тим Бернерс-Ли ввел термин «всемирная паутина», который наилучшим образом отображает принципы работы сети. Всемирная паутина является распределенной системой, предоставляющей доступ миллиардам компьютеров и смартфонов по всему миру друг ко другу. По мнению Бернерса Ли, будущее Интернета связано с превращением всемирной паутины в семантическую паутину – самообучающуюся систему, предоставляющую пользователям все более релевантные сведения.

Особая роль в исследованиях информационного общества принадлежит Мануэлю Кастельсу. В отличие от других исследователей, Кастельс делает серьезный акцент на Интернете как особой коммуникационной среде информационного общества. В труде «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» Кастельс обосновывает свою главную мысль: Интернет – это одна из основ современного информационного общества и его организационная структура. Если информационную технологию уподобить электричеству в эпоху индустриализации, то интернет сегодня можно сравнить с электродвигателем, обеспечивающим энергией практически все сферы человеческой деятельности⁷⁰.

По утверждению Кастельса, Интернет возник на стыке военных исследований, «большой науки» и своеобразной культуры университетских кампусов, что наложило отпечаток свободы дискуссий и распространения информации на всю последующую историю развития сети. «Открытость» Интернета проявилась как с точки зрения технической архитектуры, так и с точки зрения социальной и институциональной организации.

Кастельс убежден, что на развитие Интернета как коммуникационной среды и организационной основы информационного общества повлияли культурные особенности представителей социальных групп, которые разрабатывали и развивали сеть⁷¹.

Во-первых, исследователь говорит о "техномеритократической" культуре академических и научных сообществ, где высшая ценность - техническое открытие и принята открытость всех результатов исследований.

Во-вторых, речь идет о культуре хакеров, отличающейся независимостью от властей и финансирования, где главная ценность - свобода, а цель деятельности – развитие и совершенствование Интернета.

В-третьих, американский социолог упоминает культуру виртуальных сообществ, которая, с одной стороны, разделяла ценности свободы самовыражения в сети, а, с другой, привнесла социальные цели использования Интернета, увеличив его охват по всему миру. Кастельс особо подчеркивает, что именно благодаря виртуальным сообществам (известным также как интернет-сообщества, онлайн-сообщества) Интернет стал источником влияния не только на программистов и вэб-разработчиков, но и на все слои общества, что нашло свое отражение в ряде политических, социальных, экономических, культурных процессов.

Сегодня активно проводятся различные социологические исследования, призванные определить степень влияния Интернета в той или иной стране. Наиболее известным из подобных исследований является проект «Digital» британской компании We are social. По данным исследования, количество интернет-пользователей во всем

⁷⁰ Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Пер. с англ. – Екатеринбург: «У-Фактория», 2004, 328 с.

⁷¹ Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А.Матвеева под ред. В. Харитонова. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 79.

мире составляет 4 миллиарда 21 миллион человек, при этом число пользователей социальных сетей составляет 3 миллиарда 196 миллионов человек.

В рамках исследования активно используются два основных коэффициента – степень проникновения Интернета (отношение количества пользователей Интернета в той или иной стране/регионе к общему населению данной страны/региона) и степень использования социальных сетей (отношение количества пользователей социальных сетей в той или иной стране/регионе к общему населению данной страны/региона).

Если говорить о России, то, по данным исследования, в 2018 году степень проникновения Интернета составила 76% , степень проникновения социальных сетей - 46%. Это очень высокие показатели, которые говорят о формировании зрелого информационного общества в нашей стране. Для сравнения, в США данные показатели составляют 88% и 71% соответственно, в Японии – 93% и 56%, в Китае – 53% и 65%.

Согласно исследованию «Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды», больше всего активных авторов (то есть тех, кто пишет как минимум одно сообщение в месяц, в том числе и в рамках интернет-сообществ) в социальной сети ВКонтакте. Только за май 2017 г. количество «пишущих» авторов во ВКонтакте составило 25,7 миллионов человек, в общей сложности они сгенерировали 310 миллионов сообщений⁷².

Напомним один из главных тезисов Мануэля Кастельса - социальные изменения происходят благодаря формированию и развитию Интернета. В качестве примера изменений Кастельс приводит тенденцию формирования и развития «виртуальных сообществ».

Ученый считает, что в сетевом обществе генерирование, обработка и передача информации становятся фундаментальными источниками влияния и власти⁷³.

Отметим, что данный тезис наиболее применим к интернет-сообществам в социальных сетях, которые, распространяя определенный контент, могут влиять на сотни тысяч и даже миллионы человек. К примеру, православное сообщество «Миллион подписей за запрет аборт» активно действует и в социальной сети ВКонтакте, и в офлайне – сбор подписей происходит в различных регионах России, проводятся различные акции с участием известных лиц и т.д. Взаимодействие руководства сообщества с представителями в регионах, как и описывал Кастельс, происходит по сетевой модели. Кастельс отмечает, что процессы социального взаимодействия в Интернете и в традиционной социальной реальности тесно взаимосвязаны. Этот тезис исследователь обосновывает на примере различных современных общественных движений, которые «организовывались исключительно при помощи Интернета»⁷⁴.

Интернет-сообщество Кастельс определяет следующим образом: «Это сеть межличностных связей, обеспечивающая социальное взаимодействие, поддержку, информацию, чувство принадлежности к группе, а также социальную идентичность»⁷⁵.

Социолог выделяет несколько характеристик, которые подчеркивают существенные различия между виртуальными и реальными сообществами.

Во-первых, интернет-сообщества не имеют географических и политических границ. Кастельс констатирует, что «сеть заменяет место в качестве основы социальности как в городах, так и в пригородах»⁷⁶.

⁷² Исследование Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды [Электронный ресурс]
Режим доступа: URL:

<http://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-leto-2017-tsifry-i-trendy/>

(Дата посещения 27.08.2018).

⁷³ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000, с. 42-43

⁷⁴ Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А.Матвеева под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 153

⁷⁵ Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А.Матвеева под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 153

В то же время исследователь убежден, что в пространстве виртуальных сообществ не существует какой-либо одной структуры социального взаимодействия. Напротив, существует большое разнообразие структур социального взаимодействия.

Этот тезис является справедливым и для православных добровольческих сообществ в социальной сети ВКонтакте: несмотря на единую тематику, каждое из них выстраивает свои приоритеты в формировании контента и в социальном взаимодействии с пользователями.

Во-вторых, если в сообществах реальных коммуникация строится между знакомыми друг с другом индивидами, то в виртуальных сообществах могут активно общаться люди, которые никогда друг друга не видели, но при этом у них существует единая общность интересов.

Таким образом, онлайн сообщества могут быть как проекцией реальных сообществ (например, в сообществе «Православные добровольцы Смоленщины» состоят, в основном, люди, которые знают друг друга по общим добровольческим делам в «офлайне»), так и представлять собой объединения, где многие участники не знакомы друг с другом, но они объединяются вокруг общего интереса (например, сообщество движения «Сорок сороков»).

Во втором случае приоритетной становится именно онлайн коммуникация, которая направлена на распространение контента сообщества «вирусным» способом посредством лайков, републикаций, комментариев.

Социолог подчеркивает, что большинство пользователей сети одновременно состоят в нескольких сообществах и, таким образом, каждый конкретный индивидум формирует своеобразное «портфолио социальных связей». Это явление исследователь характеризует как «сетевой индивидуализм», отмечая, с одной стороны, «необычайную гибкость выражения социальности», а, с другой стороны, констатируя, что это приведет к росту влияния интернет-сообществ.

Рассмотрим основные типы православных сообществ ВКонтакте. Первую группу обозначим как *группу общеправославного контента*.

Это сообщества в несколько десятков тысяч человек, обсуждающие различные православные темы. Из нашей выборки к ним относятся сообщества ПРАВОСЛАВИЕ.RU, Православие и мир, Православие Экклесия, православный журнал «Фома», православный телеканал «Союз».

Общие темы практически у всех сообществ общеправославного контента – это поздравления с церковными праздниками и разъяснение их значения. Эти темы являются одинаково значимыми не только в группе сообществ общеправославного контента, но и во всех других группах. Также важной темой для сообществ общеправославного контента являются новости церковной жизни.

Ко второй группе относятся *сообщества краткого контента*. В качестве основного наполнения они используют цитаты святых отцов и современных церковных деятелей, притчи, краткие поучительные истории. Ярким примером здесь является сообщество Верую, которое насчитывает более миллиона подписчиков. Это же сообщество показало самые быстрые темпы роста среди всех православных групп ВКонтакте численностью более 100 тысяч участников: еще в 2016 году оно насчитывало «всего» около полумиллиона пользователей.

Третья группа – это *нишевые сообщества, или тематические сообщества*. В качестве примеров таких сообществ можно привести: Батюшка онлайн (здесь можно задавать вопросы священнослужителям, многие из которых имеют опыт работы с нишевыми аудиториями, например, музыкантами, спортсменами и т. д.), ПРАВОСЛАВИЕ ВЕРА И ДЕЛО (крупнейшее сообщество православной молодежи, в котором

⁷⁶ Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А.Матвеева под ред. В. Харитоновой. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 159

координируется православно ориентированная деятельность молодых людей по всему миру), Трибуна православного христианина (поднимаются актуальные общественные и политические проблемы) и многие другие. Следует отметить, что в рамках данной группы существует значительное число групп, освещающих различные аспекты проблематики православной семьи (от поиска супруги до рождения детей и их воспитания). К примеру, существует сообщество Православная невеста и жена, в котором ежедневно публикуются тексты о том, какой должна быть православная жена, как строить отношения с мужем и многое другое.

Наконец, к четвертой группе относятся *сообщества территориального контента*. Эти сообщества, хотя и включают аудиторию из разных российских регионов и даже стран, ориентированы, прежде всего, на определенную территорию. В основном это сообщества отдельных епархий, благочиний, территориальных объединений православной молодежи, приходов.

Рассмотрим основные механизмы влияния православных сообществ ВКонтакте на свою аудиторию. Это: влияние администратора сообщества; вовлеченность пользователей в распространение контента сообщества; механизм социального взаимодействия «онлайн-офлайн-онлайн».

Первый механизм можно охарактеризовать как *роль администратора православного сообщества*. Администратор формируют контент, взаимодействует с пользователями, модерирует обсуждения (аналог форума), наконец, он может обратиться к пользователям напрямую со «стены» сообщества, что дает максимальный охват аудитории. Отметим, что этот механизм влияния функционирует во всех типах православных сообществ ВКонтакте, в том числе в сообществах краткого контента. Одна из распространенных форм взаимодействия пользователей с администратором – просьбы о взаимной молитве.

Примечательно, что Мануэль Кастельс особо подчеркивает роль руководителей интернет-сообществ (то есть их администраторов). По мнению ученого, в XXI веке активно формируются новые социальные движения, которые функционируют как «гибрид» виртуальной и физической реальности⁷⁷.

Успешное развитие данных общественных движений было бы немыслимо без социальной активности соответствующих интернет-сообществ в сети. В свою очередь, социальные действия и взаимоотношения участников интернет-сообщества определяются администраторами сообществ. Как подчеркивает американский социолог, администраторы сообществ не являются лидерами в традиционном, иерархическом понимании. Однако они являются неформальными лидерами – в силу авторитета и доверия участников сообщества по отношению к его основным идеям. У администраторов интернет-сообществ приоритетная роль не только в формировании контента сообществ, но и во влиянии на его участников с помощью интеграции социального действия в онлайн и офлайн.

Кастельс убежден в том, что идентификация сообщества его администраторами (в том числе и религиозная идентификация) оказывает ключевое воздействие на привлечение участников сообщества и их последующую организацию. «В мире, который превращается в глобальную сеть, люди еще больше, чем раньше, привязываются к своей идентичности, в том числе религиозной», - подчеркивает Кастельс⁷⁸.

В социальной сети ВКонтакте существуют три типа руководителей сообществ: модератор, редактор и администратор. Модератор – это руководитель с минимальными полномочиями, который может удалять добавленные пользователями материалы, а также

⁷⁷ Кастельс: Наша жизнь - гибриды виртуального и физического пространства // Интервью РИА «НОВОСТИ» [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://ria.ru/interview/20120622/679289114.html> (Дата посещения 18.08.2018).

⁷⁸ Там же.

добавлять пользователей в «черный список», либо разблокировать их. Основная функция модератора – следить за порядком в обсуждениях сообщества.

Редактор управляет контентом сообщества и одновременно имеет все права модератора. Редактор может создавать wiki-страниц в сообществе, редактировать аудио-, видео- и фотоконтент, а также имеет доступ к детализированной статистике сообщества. Статистика представляет собой, с одной стороны, социально-демографические характеристики участников сообщества, а, с другой стороны, – их поведенческие характеристики, включая общее количество лайков, републикаций, комментариев и анализ наиболее популярных материалов сообщества.

Наконец, администратор обладает всеми правами редактора и модератора и имеет максимальный коммуникационный функционал по отношению к участникам сообщества. Администратор может вести прямые видеотрансляции в сообществе, назначать и удалять его руководителей, добавлять приложения в сообщество. Кроме того, администратор имеет доступ к максимально детализированной статистике сообщества, в том числе в части упоминаний сообщества в других группах социальной сети ВКонтакте.

Администратор также может интегрировать сообщество с другими социальными сетями, например, с Twitter, а также интегрировать сообщество с мессенджером Telegram, что позволяет получить еще больший охват целевой аудитории и нарастить влияние сообщества на пользователей.

Интернет-сообщества развиваются сегодня настолько быстрыми темпами, что многие теоретические положения через определенное время пересматриваются⁷⁹.

Речь идет как о гибкости коммуникационных моделей внутри виртуальных сообществ (к примеру, пользователи сообществ в сети ВКонтакте теперь могут обмениваться не только текстовыми, но и голосовыми сообщениями), так и о характере влияния указанных сообществ на общество в целом.

Второй механизм влияния православных сообществ можно обозначить как ***вовлеченность пользователей в распространение контента сообщества***.

Степень влияния православных сообществ можно оценить по коэффициенту вовлеченности в жизнь сообщества его участников. Этот коэффициент показывает, какой процент участников сообщества проявляет активность (лайки, репосты, комментарии) в день, исходя из численности участников сообщества и всего времени его существования. Он рассчитывается как отношение суммы лайков, репостов, комментариев за все время существования сообщества к произведению количества дней его существования на число участников. Преимущество данного коэффициента состоит в том, что, во-первых, он учитывает все виды активностей пользователей сообщества, а во-вторых, учитывает численность сообщества. Это дает нам универсальный критерий для сравнения степени вовлеченности в сообществах, где численность участников сильно различается.

Проанализируем три православных сообщества ВКонтакте из группы общеправославного контента по степени вовлеченности в день (для этого мы используем сервис POPSTERS.RU), при этом временной горизонт, за который мы анализируем публикации, равен всему времени существования сообщества⁸⁰.

⁷⁹ Бобова Л.А. Мануэль Кастельс: влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций. Журнал «Вестник МГИМО» [Электронный ресурс] Режим доступа: URL:

http://www.vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/28sociologiya_bobova.pdf

(Дата посещения 19.08.2018).

⁸⁰ Сервис аналитики контента в социальных сетях POPSTERS.RU

[Электронный ресурс] Режим доступа: URL: posters.ru

(Дата посещения 20.08.2018).

Таблица 1 Коэффициент вовлеченности (в день) в православных сообществах группы общеправославного контента

Название сообщества	Численность аудитории	Общее число лайков, репостов, комментариев	Количество проанализированных публикаций	Коэффициент вовлеченности (в день)
ПРАВОСЛАВИЕ.RU https://vk.com/pravoslavie_ru	161 681	3 778 226 701 659 22 979	25 667	0,97%
Православие и мир https://vk.com/pravmir	150 719	5 948 479 1 187 691 661 770	68 907	1,81%
Православие Экклесия https://vk.com/ortodoxia	88 267	3 085 827 398 649 379 332	41 521	1,49%

Из представленной таблицы видно, что православные сообщества даже в рамках одной и той же группы по-разному добиваются высоких показателей вовлеченности. Если в сообществе ПРАВОСЛАВИЕ.RU ключевое значение имеют лайки и републикации, то в других рассматриваемых сообществах большое внимание уделяется и комментированию материалов пользователями, а, значит, и работе администраторов с ними.

Показатель вовлеченности в проанализированных сообществах колеблется от 0,97% до 1,81%. Возникает вопрос: это много или мало? Чтобы корректно ответить на поставленный вопрос, необходимо сравнить полученные результаты с показателями светских сообществ, действующих в схожем сегменте, в данном случае - новостном. Дневной показатель светского лидера в этой нише – информационного агентства РИА НОВОСТИ составляет 1,58%, при том, что количество его подписчиков – 2 369 878 человек. Это позволяет сделать вывод о том, что православные сообщества добиваются большей вовлеченности пользователей при меньшем их количестве именно в силу рассматриваемой религиозной проблематики.

Третий механизм влияния на свою аудиторию представляет собой **модель социального взаимодействия «онлайн-офлайн-онлайн»**. Нишевые и территориальные сообщества довольно часто публикуют анонсы мероприятий, которые пройдут в «офлайне», то есть привычной социальной реальности. Ярким примером является сообщество «Сорок сороков», которое ежегодно проводит фестиваль «Православие и спорт» в Коломенском.

До проведения праздника администраторы сообщества ведут активную работу с другими группами и читателями с целью максимального распространения информации о предстоящем событии, при этом сами читатели активно участвуют в распространении данной информации через лайки, републикации, комментарии.

Затем проводится само мероприятие с привлечением СМИ; наконец, на третьем этапе выкладываются отчеты (фото, видео, аудио контент) о прошедшем событии, что, в свою очередь, способствует поддержанию интереса аудитории к нему.

Методологической особенностью данного механизма влияния является соединение онлайн-реальности с привычной социальной реальностью и, как следствие, синергетический эффект в распространении информации на всех этапах проведения мероприятия, что, в свою очередь, привлекает в сообщество новых участников.

В ряде православных сообществ, например, сообществе «Миллион подписей за запрет аборт» данный механизм влияния работает еще более эффективно: за счет координации с региональными группами по запрету абортов проводятся согласованные мероприятия одновременно в нескольких регионах, что увеличивает отклик на первом и третьем этапах модели социального взаимодействия «онлайн-офлайн-онлайн» и, в конечном итоге, число читателей как в региональных группах, так и в основном сообществе.

Представим основные выводы.

Во-первых, в рамках развития современного информационного общества Интернет оказывает решающее воздействие не только на пользователей в онлайн, но и на социальные процессы в офлайне, то есть привычной нам социальной реальности. В этой связи американский социолог Мануэль Кастельс, автор теории «сетевого общества», говорит о феномене «реальной виртуальности», когда социальное действие в онлайн и офлайне образуют единое целое.

Во-вторых, в Интернете ключевую роль играют онлайн-сообщества. На сегодняшний день наиболее известные онлайн-сообщества находятся в крупнейшей в русскоязычном сегменте Интернета социальной сети ВКонтакте.

В-третьих, были выявлены специфические механизмы влияния православных сообществ ВКонтакте на свою аудиторию: роль администратора сообществ; вовлеченность пользователей в распространение контента сообщества; модель социального взаимодействия «онлайн-офлайн-онлайн». Было показано на примере механизма вовлеченности пользователей, что православные сообщества, уступая в десятки раз по численности сообществам светским, действующим в аналогичных информационных нишах, имеют большую вовлеченность пользователей в деятельность сообщества именно благодаря религиозной проблематике.

Что касается модели социального взаимодействия «онлайн-офлайн-онлайн», то она используется не только в территориальных и нишевых православных сообществах ВКонтакте, но и при проведении межрегиональных мероприятий, что в итоге дает синергетический эффект для всех участвующих в таких акциях сообществах.

Безусловно, в данной статье рассмотрены далеко не все механизмы влияния православных сообществ ВКонтакте. Выявление и описание новых механизмов влияния православных сообществ требует проведения новых масштабных исследований в этой сфере.

Литература

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999, 788 с.
2. Бехманн Г. Современное общество. Общество риска, информационное общество, общество знаний. М.: Логос, 2010, 248 с.
3. Бобова Л.А. Мануэль Кастельс: влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций. Журнал «Вестник МГИМО» [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: http://www.vestnik.mgimo.ru/sites/default/files/pdf/28sociologiya_bobova.pdf (Дата посещения 19.08.2018).
4. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002, с.224.
5. Исследование «Активные авторы в социальных медиа: исследование по

возрастным группам». [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://habrahabr.ru/company/palitrumlabs/blog/198772/> (Дата посещения 01.09.2015).

6. Исследование «ВКонтакте с сообществом» [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://vk.com/popsters> (Дата посещения 21.04.2015).

7. Исследование Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://blog.br-analytics.ru/sotsialnye-seti-v-rossii-let-2017-tsifry-i-trendy/> (Дата посещения 27.08.2018).

8. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А.Матвеева под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 153, 159, 328

9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000, . 42-43, 458.

10. Кастельс: Наша жизнь - гибрид виртуального и физического пространства // Интервью РИА «НОВОСТИ» [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://ria.ru/interview/20120622/679289114.html> (Дата посещения 18.08.2018).

11. Коршунов А., Белобородов И., Бузун Н. Анализ социальных сетей: методы и приложения. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.ispras.ru/proceedings/docs/2014/26/1/isp_26_2014_1_439.pdf (Дата посещения 22.09.2015).

12. Лактионов А. Информационное общество. М.: «Издательство АСТ», 2004, 507 с.

13. Масуда Й. Информационное общество. Вашингтон, 1981. – 33с.

14. Рейнгольд Г. Умная толпа. Новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006, 416 с.

15. Соколов А.В. Информационное общество в виртуальной и социальной реальности. СПб.: Алетейя, 2012, 352 с.

16. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики //В кн.: Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс. 1986. С. 394.

17. Тоффлер Э. Третья волна. М.: «АСТ», 2004, с.781, 784.

18. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект- пресс, 2004, 400 с.

19. Bassett, C. (2014). Plenty as a response to austerity: Expanding big data expertise in cultures and communities. Paper presented at the International Communication Association Annual Conference, May 2014, Seattle, WA.

20. Bancroft, A., Karels, M., Murray, O. M., & Zimpfer, J. (2014). Not being there: Research at a distance with video, text and speech. In M. Hand & S. Hillyard (Eds.), Big data? Qualitative approaches to digital research (Vol. 13, pp. 137-153). Studies in Qualitative Methodology. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.

21. Байм, N. K. (2013). Data not seen: The uses and shortcomings of social media metrics. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4873/3752> (Дата посещения 24.02.2015).

22. Berners-Lee Weaving the Web: Origins and Future of the World Wide Web», Texere Publishing, 1999

23. Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data. Information, Communication and Society, 15(5), pp.662-679.

24. Castells, M. Communication power. Oxford: Oxford University Press, 2009, 592 p.

25. Martin W.J. The Global Information Society. Alershot: Aslib Glower; Brookfield, Vt. USA:Gower, 1995. – 99 p.