ISSN 1998-5320 (Print)
ISSN 12587-943X (Online)

УДК 316.74

DOI: 10.17238/issn1998-5320.2022.16.2.9

Научная статья

Ян Бо[1], Чжан Ливэй[1]✉

✉ zhangliweieyu@163.com

[1]Шанхайский университет иностранных языков, г. Шанхай, Китай

Буддизм в киберпространстве: состояние и проблемы

Аннотация: Статья посвящена проблеме распространения буддизма в киберпространстве в России, ее цель — осмыслить виртуальный контекст «религия и Интернет», отличающийся высоким уровнем репрезентативности, качеством визуальной и аудиальной информации, интерактивностью. Материалом исследования послужили тексты, размещенные на буддийских сайтах и в буддийских официальных аккаунтах в российских социальных сетях. В статье обосновывается нынешняя ситуация распространения буддизма в пространстве Интернета, замечаются несколько недостатков и ставится рад вопросов, особенно в связи с влиянием пандемии новой коронавирусной пневмонии. Выдвигаются предложения для здорового развития буддизма в киберпространстве, в частности касающиеся религиозного управления в киберпространстве. Обнаруживается противоречие между высокими требованиями к политике и технологиям управления интернет-религией и ограниченными возможностями простого административного надзора. Авторы приходят к выводам о необходимости использовать преимущества общественного надзора в полной мере, поощрять общение и координацию между интернет-индустрией, новыми СМИ, патриотическими религиозными группами и всеми сферами жизни общества, а также создать систему совместного управления для религиозного сетевого распространения.

Ключевые слова: буддизм, Россия, киберпространство, самосознание, виртуальные сообщества, язык самоидентификации, религиозное управление.

Дата поступления статьи: 6 февраля 2022 г.

Для цитирования: Ян Бо, Чжан Ливэй (2022). Буддизм в киберпространстве: состояние и проблемы. Наука о человеке: гуманитарные исследования, том 16, № 2, с. 83–96. DOI: 10.17238/issn1998-5320.2022.16.2.9.

Scientific article

Yang Bo[1], Zhang Liwei[1]✉

✉ zhangliweieyu@163.com

[1]Shanghai International Studies University, Shanghai, China

Buddhism in cyberspace: status and challenges

Abstract: This article is devoted to the problem of the spread of Buddhism in cyberspace in Russia, to comprehend the virtual context “religion and the Internet”, which is characterized by a high level of representativeness, quality of visual and auditory information, and interactivity. The main objectives of the research are to collect, organize and analyze official Buddhist websites and accounts. The material of the study was the texts used on Buddhist sites and in Buddhist official accounts on a social network in Russia. The current situation of the spread of Buddhism in the Internet space is substantiated, several shortcomings and questions are noted, especially under the influence of the new coronavirus-caused pneumonia. The presented review of the results of research on Internet religion in the field of studying Russian Internet Buddhism made it possible to come to conclusions and put forward reasonable proposals for the healthy development of Buddhism in cyberspace, which is of great importance for the promotion of religious governance in cyberspace, namely, strengthening sectoral self-discipline and creating a comprehensive Internet religion management systems. A contradiction is found between the high requirements for the policy and technology of managing Internet religion and the limited possibilities of simple administrative oversight. The authors come to the conclusion that it is necessary to take full advantage of the benefits of public oversight, encourage communication and coordination between the Internet industry, new media, patriotic religious groups and all sectors of society, and create a co-management system for religious network dissemination.

Keywords: Buddhism, Russia, cyberspace, identity, virtual communities, language of self-identification, governance of religion.

Paper submitted: February 6, 2022.

© Ян Бо, Чжан Ливэй, 2022

For citation: Yang Bo, Zhang Liwei (2022). Buddhism in cyberspace: status and challenges. Russian Journal of Social Sciences and Humanities, vol. 16, no. 2, pp. 83–96. DOI: 10.17238/issn1998-5320.2022.16.2.9.

Работа выполнена в рамках китайского национального гранта по социальным наукам «大国博弈视角下的中亚语言竞争与语言规划研究» Проект № 18BYY058 «Языковая конкуренция и языковое планирование в Центральной Азии в контексте «Игры ведущих держав».

Введение

Говард Рейнгольд (Rheingold Howard) подчеркивает, что виртуальные сообщества постепенно проникли в реальный мир и люди все больше начинают выражать свои религиозные чувства в Интернете (Rheingold, 2000).

Использование Интернета в религиозных целях появилось в 1980-х годах на платформе BBS в форме новой лексики языка Интернета, таких как net religion и talk religion. С 1990-х годов западные ученые рассматривали вхождение религиозной веры в свободное пространство Интернета, поднимали вопросы религиозной коммуникации в Интернете, миссионерской и квазирелигиозной деятельности.

В 1998 году Дж. Кобб пыталась предложить «теологию киберпространства» (Cobb, 1998), утверждая, что Интернет будет служить широкому распространению религиозного опыта людей в киберпространстве. С. Джейкобс и К. Хилл-Смит предложили «священное пространство», которое предоставляет возможность для практики религиозных онлайн-ритуалов (Hill-Smith, 2011; Jacobs, 2007). Ч. Хендерсон в одной из своих статей подчеркнул, что «Интернет — метафора Бога». Интернет, по его словам, будет продолжать «привлекать нас» и становиться «сетью, созданной самим Богом» (Henderson, 2000, p. 77).

Существуют трудности в определении того, что представляет собой религия в киберпространстве. Это «онлайн-религия» или «религия онлайн»?

В 2000 году К. Хелланд классифицировал практику официальных религиозных веб-сайтов в пространстве Интернета для обращения «один ко многим» и передачи информации. Однако этот тип практики не допускает существования понятия «религия онлайн». Практика, при которой люди взаимодействуют и общаются с системой религиозных убеждений, представленной в Интернете, классифицируется как «онлайн-религия» (Helland, 2000).

В 2002 году А. Карафлогка предложила четкое различие между «религией в киберпространстве» (religion on cyberspace) и «религией, созданной в киберпространстве» (religion in cyberspace): «Религия в киберпространстве» — это информация, загружаемая любой церковью или организацией, а «религия, созданная в киберпространстве» (religion in cyberspace), также известная как «киберрелигия» (Cyber religion), является своего рода религиозным и духовным или метафизическим выражением, которое может существовать и создаваться только в Интернете (Karaflogka, 2002, p. 290). Как предполагает С. Д. О'Лири, Интернет и компьютеры изменили религиозную практику, концепцию и определение религии в современном обществе и даже принесли новую религию — полноценную «цифровую религию» (O'Leary, 1996, p. 808).

Интернет как инструмент распространения, общения и взаимодействия в реальном времени обладает такими характеристиками, как скрытность, проницаемость, децентрализация и принцип «многие ко многим», который преодолевает временные и пространственные ограничения, устраняет некоторые традиционные факторы, такие, как этническая принадлежность (Clark, Hadden, Cowan, 2002, с. 540–541), а также обновляет модель взаимодействия между церковью и верующими. Усилилась зависимость отдельных верующих от религиозной деятельности в Интернете, и все больше и больше верующих становятся «распространителями» и «создателями» онлайн-религии.

Обращает на себя внимание такое явление, как самоидентификация. Дж. Барна обнаружил, что 8% взрослых и 12% подростков используют Интернет для отражения собственной эмоциональной сферы, в т.ч. религиозных или духовных переживаний (Barna Research Group, 2001). Результат опроса в 2001 г. американского населения по религиозным убеждениям, отраженным

в пространстве Интернета (Campbell, 2006, p. 24), показал, что люди позиционируют себя, как правило, в качестве представителей традиционных религий. Данный факт показывает, что «религия в Интернете встраивается в систему ценностей реальной культуры» (Campbell, 2012, p. 93).

Многие зарубежные ученые считают, что текущую ситуацию религиозной практики в Интернете следует анализировать с точки зрения «личной религии». При этом религиозный опыт реконструирует новые религиозные идентичности. В этом плане особенно заметно влияние виртуального пространства на формирование религиозной идентичности студенческой молодежи (Романова и др., 2019).

В традиционной религиозной жизни люди участвуют в религиозных церемониях и богослужениях в рамках относительно закрытой социальной системы, и там же имеет место их повседневное общение с собратьями по вере. Их религиозные идентичность и самоидентификация постоянно укрепляются. Однако религиозный опыт в сети изменяет религиозную идентичность, и реальные люди скрыты в Интернете. Как отмечает Х. Бергер, расширение религиозного социального пространства онлайн размывает границы традиционных религий, тем самым коренным образом изменяет личную религиозную духовную идентификацию (Campbell, 2012, p. 93). Человек в сети Интернет не чувствует себя одиноким — он осознает, что принадлежит к определенной религиозной группе, т.е. к некоему коллективу единомышленников, что он не один, а в коллективе (Turkle, 1997).

В практике интернет-религии изменились роль и положение личности: каждый в киберпространстве в некотором роде обладает силой «бога» и может создавать своих собственных богов.

Традиционный религиозный авторитет проистекает из подчинения верующих воле религиозных групп и из монополии религиозных знаний религиозных групп в закрытой системе. Открытость и легкий доступ к информации в Интернете сломили интеллектуальный авторитет религиозных групп. Внедрение онлайн-религиозных ритуалов нарушило традиционный символический ритуальный авторитет религиозных групп и снизило символическую силу традиционных религиозных ритуалов, сделав невозможным формирование у верующих чувства страха в подсознании.

Религиозные группы утратили сдерживающую и центростремительную силу. Расширение и размывание онлайн-пространства религиозной практики еще больше подрывает давнюю легитимность и авторитет религиозных групп. Интернет-религия стала «общей религией» мира. В то же время снижается религиозный авторитет, поскольку интернет-религия ослабляет реальную религиозную деятельность.

Дж. Кац и Р. Райс отмечают, что Интернет не является ни «утопией», ни «антиутопией». Дистанционный доступ изолирует людей в киберпространстве, может отрицательно сказываться на традиционной реальной жизни и снизить объем участия в деятельности офлайновых сообществ, в т.ч. религиозных (Campbell, 2006, p. 20). Эмпирическое исследование и анализ использования возможностей киберпространства Джорджа Барны показывают, что все больше и больше становится виртуальных приверженцев, готовых участвовать в религиозной деятельности только в Интернете. Это серьезно ослабляет участие в реальной религиозной деятельности и в определенной степени ограничивает развитие религиозных объектов.

Методы

При рассмотрении распространения буддизма в Интернете выделяется несколько аспектов.

Во-первых, анализ современного состояния виртуальных религиозных сообществ Рунета и особенности развития виртуальных буддийских сообществ русскоязычного сегмента в сети Интернет показал, что появилась новая форма социального взаимодействия, имеющая свои нормы, специфику, а также тенденции развития (Актамов, Бадмацыренов, Доржиева, 2015; Бандцмаренов, Скворцов, Хандаров, 2018; Бадцымаренов, Хандаров, Бадараев, 2020). С точки зрения принципов буддийских школ России (тибетской, дальневосточной, южной) изучено влияние их на развитие и распространение буддийского учения в интернет-пространстве (Дондуков, Дондукова, 2021). По материалам СМИ рассмотрены особенности существования религии в интернет-пространстве, доказывается, что интернет-пространство глубоко влияет на сознание верующих людей и на наи-

более значимые религиозные практики. В свою очередь, сама Сеть, ее отдельные компоненты подвергаются заметному воздействию со стороны религии и вследствие этого приобретают черты сакральности (Гаврилов, 2014).

Во-вторых, активизируются теоретические исследования о распространении буддизма в Интернете, разрабатываются подходы к изучению виртуальных религиозных сообществ, сложившиеся в современной социологии религии (Актамов, Бадмацыренов, Доржиева, 2015).

В-третьих, исследуются способы и формы представления российского буддизма в сети Интернет. На основе эмпирического материала описано проявление российского буддийского сообщества в Интернете, классификация сайтов, содержащих информацию о буддизме (Актамов, Бадмацыренов, Цыремпилов, 2015). При сравнении российских буддийских сайтов и подобных им в англоязычной части Сети выявлено сходство и различие между ними на основе кросс-культурного психологического анализа содержания и структуры сайтов (Куус, 2009). Анализируя имеющиеся сайты традиционных буддийских религиозных организаций, ученые приходят к выводу, что у традиционных буддистов отсутствует общая идеология и стратегия информационной политики в российском интернет-пространстве (Доржигушаева, Дондуков, 2017).

В-четвертых, осуществляется анализ буддийских сообществ в социальной сети «ВКонтакте». С помощью методов математического моделирования доказывается, что буддизм не является ключевым признаком формирования виртуального сообщества, буддийские сообщества слабо структурированы и находятся под действием многих дифференцирующих факторов (Бадмацыренов, Скворцов, Хандаров, 2018).

В-пятых, рассматривается влияние религиозной сетевой коммуникации на формирование идентичности.

Появившиеся еще в 1998 г. в сети Интернет первые публикации Ассоциации «Буддизм в Интернете» (Ассоциация «Буддизм в Интернете». Официальный веб-сайт. URL: http://buddhist.ru) призывают людей к совершенствованию себя и других, к заботе об окружающей среде, к просветлению, в целом отражающие Учения Его Святейшества Далай-ламы. Г. А. Буваева считает, что «цифровизация буддизма», расширение буддийского киберпространства делают необходимым наполнение российским контентом буддийского глобального виртуального пространства (Буваева, 2020). Мировая сеть позволяет всем желающим познакомиться с культурно-историческими традициями российских народов, исторически исповедующих буддийскую религию,— это калмыки, буряты, тувинцы, часть алтайцев,— воспользоваться виртуальной экскурсией, например по буддийскому храму — дацану.

Проанализировав степень разработанности исследований российских ученых о распространении буддизма в киберпространстве, мы обнаружили, что недостаточно изучен вопрос о распространении буддизма в киберпространстве с точки зрения степени «дружелюбия» буддийских веб-сайтов, создания официального аккаунта буддийских организаций в социальных сетях и буддийских мобильных приложений.

В наши дни, чтобы лучше реализовывать этническую политику и практиковать внешнюю политику, используя в качестве связующего звена общие убеждения, тесные отношения с другими странами и усиление «мягких» мир власти, центральные и местные органы власти России уделяют внимание буддизму, активно поддерживают его возрождение и развитие. Во-первых, приняты законы, защищающие свободу вероисповедания. 1 октября 1990 г. в Советском Союзе был принят Закон СССР «О свободе совести и религиозных организаций», 25 октября 1990 г. был принят Закон РСФСР «О свободе вероисповеданий», 26 сентября 1997 г. Федеральное правительство России обнародовало Федеральный закон «О свободе совести и о религиозных объединениях». Эти основные законы заложили прочную основу для возрождения российского буддизма. Во-вторых, федеральные лидеры ценят буддизм. Накануне праздника Белого Месяца (Новый год по лунному календарю), важнейшего праздника российского тибетского буддизма, президент и премьер-министр России посетили Иволгинский дацан в Бурятии и встретились с главой Буддийской традиционной Сангхи. Во время визита В. В. Путин подчеркнул роль буддизма, который имеет в истории и реальности России особую значимость (Никольский, 2013). В-третьих, Российская

Федерация и республики совместно организовывали буддийские мероприятия, чтобы расширить влияние буддизма. В последние годы российское буддийское сообщество начало организовывать различные академические семинары и религиозные выставки в стране и за рубежом, постоянно расширяя влияние буддизма. Поэтому все больше и больше этнических русских начали исповедовать буддизм. Тибетский буддизм широко распространен на территории Алтая, Калмыкии, Бурятии. Немало последователей тибетской школы в Москве, Санкт-Петербурге, южной части РФ (Ростов-на-Дону, Краснодарский край). Хотя его влияние в России ограничено, тибетский буддизм — одна из четырех основных традиционных религий в России, которые тесно связаны с внутренней и внешней политикой современной России.

В России количество населения, по данным Digital 2021, составило 145,9 млн человек, естественный прирост даже в демографически благополучный период 2013–2016 гг. составлял в среднем всего 20 тыс. (0,01%), а количество интернет-пользователей за год стабильно увеличивается на 5,1% (+ 6 млн) и в данный момент составляет 124 млн человек. Уровень проникновения Интернета в РФ в январе 2021 г. составил 85%. По состоянию на 2021 г. соцсетями пользовались 67,8% населения России, или 99 млн человек (+ 5,1% с начала 2020 г.).

Две трети мирового населения пользуется мобильными устройствами, в среднем люди «сидят в телефонах» по 4 ч в день, пользователи из РФ чуть менее зависимы от гаджетов — 3,5 ч. Почти половина этого времени уходит на социальные сети и мессенджеры, на втором месте по продолжительности — просмотр видео, использование всевозможных развлекательных приложений.

Что касается популярности платформ, то первое место в России по количеству пользователей вот уже пятый год занимает YouTube. По данным за январь 2021, его использовали 85,4% пользователей (на 7,4% больше, чем «ВКонтакте»). Далее — «ВКонтакте» (78%), WhatsApp (75,8%), Instagram (61,2%), «Одноклассники» (47,1%), Facebook (38,9%), Twitter (18,6%) и другие популярные социальные платформы. Данные о пересечении аудиторий показывают, что почти все пользователи соцсетей зарегистрированы как минимум на двух разных платформах. В среднем на одного человека приходится около 8 аккаунтов в соцсетях, в России — чуть больше 7. Таким образом, Интернет стал неотъемлемой частью жизни современных людей и оказал глубокое влияние на все сферы жизни общества.

В области вероисповедания различные религиозные группы активно применяют интернет-технологии в своей повседневной жизни, пропаганде и других видах деятельности, а также способствуют появлению и развитию новых методов религиозной коммуникации.

Материалом исследования послужили буддийские официальные аккаунты в социальной сети в России (по состоянию на 21 октября 2021 г.), языки, используемые на буддийских сайтах, форма выражения содержания буддийских веб-сайтов. Был использован описательный метод с элементами статистического анализа и представлением интерпретации эмпирического материала.

Результаты

С точки зрения религиозного распространения в виртуальных сообществах в России религиозную деятельность в онлайн в основном можно разделить на два этапа. Первый этап — 1990-е гг. Данный этап является ранним периодом распространения религии в Интернете. Основные религиозные группы создали веб-порталы в Интернете и начали использовать Интернет для распространения религиозной информации. На данном этапе виртуальное сообщество в основном основано на выпуске информации, а распространение религиозного содержания носит единичный характер и отсутствует необходимое взаимодействие. Второй этап — с конца 1990-х гг. по настоящее время. Религиозные сети на этом этапе быстро развивались, и количество виртуальных сообществ, распространяющих религиозную информацию, значительно увеличилось.

Помимо четырех традиционных религий, другие частные религиозные группы также начали создавать свои собственные виртуальные сообщества. С обобщением функции комментариев BBS, усилением двусторонней передачи информации и продвижением технологических платформ обмена мгновенными сообщениями распространение новых религий становится все быстрее

и быстрее. Есть два основных способа распространения религии в виртуальных сообществах: через веб-сайты и через социальные сети.

В целом первые буддийские сайты (Ассоциация «Буддизм в Интернете». Официальный веб-сайт. URL: http://buddhist.ru) отличались скудным наполнением и слабым веб-дизайном, поэтому говорить о значительном влиянии данных ресурсов на интернет-аудиторию не приходится, особенно учитывая то, что интернет-аудитория России в те времена была немногочисленной. В первое десятилетие XXI в., когда интернет-аудитория России составляла уже треть населения, можно отметить заметное оживление буддизма в Рунете. Это отражалось как на наполнении сайтов, так и в том, что появились сайты традиционных буддийских организаций Бурятии, Калмыкии и Тувы. В целом можно сказать, что с начала 2010-х гг. большинство буддийских организаций, действующих в России, в большей или меньшей степени обрели свое место в Интернете (Дондуков, 2019, с. 136–137).

Интернет-технологии и средства доступа к ним постоянно совершенствуются, прогресс в первую очередь призван упростить процесс создания и потребления информации. В связи с этим количество участников глобальной сети растет с каждым днем, в т.ч. разрастается и область приложения интернет-технологий (Дондуков, 2019, с. 135). Сегодняшние буддийские веб-сайты, с точки зрения как количества, так и качества, значительно улучшились по сравнению с тем, что было 10 лет назад.

По тематике буддийские веб-сайты можно условно разделить на четыре категории: комплексные буддийские веб-сайты, веб-сайты буддийских ассоциаций, веб-сайты буддийских священных писаний и веб-сайты буддийского культурного туризма.

Комплексный буддийский веб-сайт имеет более разнообразное информационное содержание, за исключением общих информационных разделов, таких как буддийские новости, периодические издания, сообщения буддийских блогов, политики и правил и т.д. Также освещаются различные аспекты буддийской культуры, истории и искусства. Пользователи могут легко искать и понимать информацию о буддийской культуре, искусстве, политике.

Веб-сайты буддийских ассоциаций в основном сосредоточены на буддийских новостях, деятельности ассоциации, в частности благотворительности, онлайн-услугах и объявлениях о событиях. Веб-сайты буддийских священных писаний в основном основаны на буддийских словарях, изучении языков и ресурсах буддийских священных писаний. Содержание веб-сайтов буддийского культурного туризма в основном включает сообщения в блогах, туристические услуги, краткую характеристику храмов, буддийских персонажей, буддийские видеоролики и т.д.

Чтобы продемонстрировать пользовательский опыт российских буддийских веб-сайтов, авторы отобрали для анализа еще десять известных буддийских веб-сайтов. В настоящее время российские буддийские веб-сайты доступны в основном на русском и английском языках. Из них только три имеют версии на других языках: «Dharma Sun — Тибетский буддизм онлайн», «Управление Камбы-Ламы Республики Тыва», «Его Святейшество Далай-лама XIV» (см. табл. 1). Многие сайты используют только русский язык (см. табл. 1).

Главная особенность социальных медиа — создание и размещение контента самими пользователями, которые могут обмениваться своими мнениями, опытом и знаниями, делиться новостями, информацией, видео, фото и музыкой, взаимодействовать друг с другом, создавать контакты, причем используя преимущественно бесплатный доступ к услуге. Более того, возможность комментирования породила даже целый жанр «сетевого троллинга», как намеренного провоцирования виртуального собеседника или аудитории на негативную эмоциональную реакцию (Актамов, Бадмацыренов, Доржиева, 2015, с. 89). Социальные сети размыли и трансформировали границы между сакральным и профанным, открыв широкие возможности «симуляции» священного. В них возникает особое пространство, в котором происходят взаимодействия между онлайн-группами и виртуальными личностями пользователей, участниками которых могут быть и объекты религиозного поклонения. Пользователи в социальных сетях могут «напрямую» получать и передавать информацию религиозным объектам вне традиционных институтов и практик. Социальная сеть в данном случае выполняет функцию сакрального пространства религиозного смысла и дей-

ствия, где трансцендентные объекты становятся более реальными, а реальные объекты, в т.ч. и люди, превращаются в виртуальные (Бадмацыренов, Скворцов, Хандаров, 2018, с. 311–312). В целом в буддийских онлайн-сообществах происходят процессы формирования новых форм социального взаимодействия, обладающих существенными отличиями от традиционных институтов монастырской организации, монастырского образования, монашества. В социальных сетях традиционное буддийское духовенство оказалось в условиях конкуренции со стороны буддистов-мирян, что представляет собой вызов его прежнему статусу. С другой стороны, различия между офлайн-общинами транслируются в онлайн-пространство и приобретают форму лишь частично пересекающихся сообществ, в которых по-разному воспроизводятся буддийские идеи и практики (Бадмацыренов, Хандаров, Бадараев, 2020, с. 132).

По содержанию распространения буддизма разделы в виртуальном сообществе социальных сетей примерно разделены на шесть категорий.

Первый — распространение религиозных знаний, включая знакомство с историей и культурой религии, подбором классических произведений, чтением с гидом, объяснением основных понятий и т.д.

Таблица 1 – Языки, используемые на буддийских сайтах

Table 1 – Languages Used on Buddhist Sites

Название сайта	Адрес сайта	Русский	Английский	Другие языки
Централизованная религиозная организация Калмыцкий центральный буддийский монастырь	https://www.khurul.ru	Да	Нет	Нет
Иволгинский дацан «Хамбын Хурээ»	https://ivolgdatsan.ru	Да	Да	Нет
Dharma Sun —Тибетский буддизм онлайн	https://dharmasun.org/ru/	Да	Да	Да (немецкий, испанский, португальский, французский, китайский, непальский, вьетнамский, украинский)
Буддийская традиционная Сангха России	https://sangharussia.ru	Да	Нет	Нет
Дацан Гунзэчойнэй г. Санкт-Петербург	https://dazanspb.ru	Да	Нет	Нет
Управление Камбы-Ламы Республики Тыва	http://tuvalobdon.com	Да	Да	Да (немецкий, французский, хинди, монгольский)
Ретритный центр «Кунпэнлинг»	http://www.kunphenling.ru	Да	Да	Нет
Дзогчен Джигме Чолинг-Московский буддийский центр	http://www.patrulrinpoche.ru	Да	Да	Нет
Его Святейшество Далай-лама XIV	https://ru.dalailama.com	Да	Да	Да (китайский, тибетский, хинди, японский, итальянский, немецкий, монгольский, французский, вьетнамский, испанский)
Московский буддийский центр ФПМТ «Ганден Тендар Линг»	https://fpmt.ru	Да	Нет	Нет

Второй — это новости и информационные объявления, включая набор персонала, выступления центральных лидеров, связанные с религиозным содержанием, объявления о религиозной деятельности и т.д.

Третий — религиозные ритуалы, включая групповые онлайн-практики, онлайн-богослужения, религиозные церемонии в Интернете и другие мероприятия.

Четвертый — толкование Священного Писания, включая распространение в Интернете классических доктрин, онлайн-проповедей и онлайн-вопросы и ответы.

В-пятых — пожертвования в поддержку печати буддийских книг, включая сбор средств на издание классических книг, и иная благотворительность.

В-шестых — комментарии и взгляды известных монахов по актуальным вопросам в области буддизма.

По данным Digital 2021, самыми популярными социальными платформами в России являются YouTube — ее использовали 85,4% пользователей, «ВКонтакте» (78%), Instagram (61,2%), «Одноклассники» (47,1%), Facebook (38,9%), Twitter (18,6%).

Авторы данной статьи рассмотрели десять влиятельных буддийских официальных аккаунтов с целью проанализировать количество подписки (см. табл. 2).

Анализ показал, что:

— десять влиятельных буддийских групп имеют свои официальные аккаунты в Facebook;

— только Dharma Sun не имеет своего аккаунта в социальной сети «ВКонтакте»;

— только «Сохраним Тибет» не создал группу в Instagram;

— группы «Буддийская традиционная Сангха России», «Иволгинский дацан “Хамбын Хурээ”», «Центральный Хурул Калмыкии», «Дхарма Центра “Дзогчен Шри Сингха”» не имеют аккаунта на YouTube;

Таблица 2 – Влиятельные буддийские официальные аккаунты в социальной сети в России (по состоянию на 21 октября 2021 г.)

Table 2 – Influential Buddhist official social network accounts in Russia (as of October 21, 2021)

Социальная группа	Количество подписчиков					
	YouTube	«Вконтакте»	Instagram	«Одноклассники»	Facebook	Twitter
Буддийская традиционная Сангха России	–	10 тыс. +	23 тыс. +	14 тыс. +	6,9 тыс. +	–
Дацан Гунзэчойнэй г. Санкт-Петербург	6,4 тыс. +	38 тыс. +	6 тыс. +	–	3,1тыс. +	–
Иволгинский дацан «Хамбын Хурээ»	–	5,3 тыс. +	5,3 тыс. +	–	7,5 тыс. +	–
Центральный Хурул Калмыкии		10 тыс. +	19 тыс. +	–	2 тыс. +	–
Далай-лама	124 тыс. +	27 тыс. +	2000 тыс. +	–	67 тысяч +	5,8 тыс. +(англоязычная версия – 19216 тыс. +)
Сохраним Тибет	28,2 тыс. +	7,1 тыс. +	–	–	28,1 тыс. +	0,2 тыс. +
ФПМТ – Фонд поддержания махаянской традиции	2,6 тыс. +	2,6 тыс. +	1тыс. +	–	5,5 тыс. +	–
Центр Рипа	1 тыс. +	1,4 тыс. +	4,1 тыс. +	–	5,2 тыс. +	–
Dharma Sun	1,2 тыс. +	–	–	–	59 тыс. +	–
Дхарма Центр «Дзогчен Шри Сингха»	–	0,5 тыс. +	0,2 тыс. +	–	3,4 тыс. +	0,04 тыс. +

— только «Далай-лама», «Сохраним Тибет», «Дхарма Центр “Дзогчен Шри Сингха”» имеют свои официальные аккаунты в Twitter, но аккаунт «Далай-лама» характеризуется большим количеством фолловеров и активнее, чем «Сохраним Тибет» и «Дхарма Центр “Дзогчен Шри Сингха”».

У многих фанатов аккаунт недействителен, поскольку давно не обновлялся. На платформе «Одноклассники» только «Буддийская традиционная Сангха России» открыла официальный аккаунт, а остальные 9 буддийских организаций до сих пор еще не открыли.

Самый влиятельный буддийский аккаунт на YouTube — «Далай-лама»: количество его подписчиков перевалило за 124 тыс.; самый влиятельный в социальной сети «ВКонтакте» — «Дацан Гунзэчойнэй г. Санкт-Петербург»: количество его подписчиков более 38 тыс. Самым влиятельным буддийским сообществом в Instagram, Facebook и Twitter также является «Далай-лама». Количество подписчиков соответственно: 2 000 тыс. +, 67 тыс. +, 5,8 тыс. +. Стоит отметить, что в англоязычной версии аккаунта «Далай-лама» количество фолловеров в Twitter превысило 19 216 тыс.

Следовательно, YouTube является самой популярной платформой в России, «Одноклассники» и Twitter также занимают важное место, но еще есть много буддийских организаций, которые не открыли аккаунты на этих платформах. Поэтому буддийские организации должны активно использовать социальные платформы для привлечения целевой аудитории.

Религия просачивается и в мобильные приложения. С постоянным увеличением числа владельцев смартфонов «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Twitter и другие социальные сети, которые изначально предоставляли услуги в основном через Интернет, также запустили мобильные приложения. Они позволяют посредством мобильных устройств получать доступ в т.ч. и к информации и услугам, предоставляемым буддийскими сообществами. В то же время одно за другим выходят различные игровые приложения и видеоприложения.

Многие компании разработали свои собственные официальные приложения для расширения потока клиентов и управления клиентами. В этом контексте также появилось большое количество различных приложений, связанных с религией, и количество установок некоторых приложений огромно. Проведенное авторами проекта исследование одного из ведущих сервисов по продаже и распространению приложений для мобильных устройств на базе Google Play показало, что всего представлено 249 буддийских приложений, в том числе 48 русскоязычных, тематика и назначение буддийских приложений весьма разнообразна.

По содержанию приложения нами выделены следующие тематические рубрики:

- тексты Священного Писания (в текстовых и аудиоформатах);
- словари (энциклопедические, толковые, расшифровывающие различные термины и понятия, связанные с той или иной системой вероисповедания);
- приложения-помощники (религиозный календарь, расписание молитв, время постов, описание обрядов и т.п.);
- развлекательно-образовательные (обои для рабочего стола и мобильных устройств, стримканалы, радио, журналы, викторины);
- новостные;
- детский контент (игры, раскраски, религиозная литература);
- карты расположения культовых мест и сооружений (Романова, 2019, с. 109).

Наибольшее количество загрузок приложений на русском языке, связанных с буддизмом,— более 100 тыс.— выпало на рубрики «Мудрость Будды — цитаты, притчи про буддизм», «Урок медитации», «Тибетские мантры» и «Медитация для начинающих 7» (см. подробную информацию в табл. 3). Количество загрузок приложений «Понятие буддизм», «ДзенОто: Медитация со звуками ZEN», «Мудры» составляет более 50 тыс., «Буддийская музыка», «Живые обои и заставка Будда 3D» — более 10 тыс., «Лучшие книги о буддизме» — в более 5 тыс. (см. табл. 3).

Анализируя разработчиков и продавцов буддийских мобильных приложений, мы обнаружили, что эти буддийские мобильные приложения были разработаны разными компаниями-разработчиками программного обеспечения. Заметим, что буддийские организации или группы в России не имеют своих собственных официальных приложений.

Таблица 3 – Топ-10 буддийских приложений в Google App Store по количеству установок (по состоянию на 21 октября 2021 г.)

Table 3 – Top 10 Buddhist Apps in the Google App Store by Installations (as of October 21, 2021)

Название мобильных приложений	Обновлено	Кол-во установок	Продавец
Мудрость Будды – цитаты, притчи про буддизм	7 сентября 2021 г.	100 тыс. +	RFND
Урок медитации	1 сентября 2021г.	100 тыс. +	Meditationsteps
Тибетские мантры	8 декабря 2020г.	100 тыс. +	Digital Buddha Apps
Медитация для начинающих 7	26 мая 2020г.	100 тыс. +	Уроки йоги и медитации – Yogashkola
Понятие буддизма	29 апреля 2021 г.	50 тыс. +	Kirill Sidorov
ДзенОто: Медитация со звуками ZEN	1 сентября 2021 г.	50 тыс. +	ZEN APP
Мудры	8 ноября 2020 г.	50 тыс. +	SoViGroup
Буддийская музыка	11 октября 2020 г.	10 тыс. +	Creativembapp
Живые обои и заставка Будда 3D	27 июня 2021г.	10тыс. +	Oleksandr Popov
Лучшие книги о буддизме	9 августа 2019 г.	5 тыс. +	DuoSoft

Рассматривая достоинства и недостатки распространения буддизма в пространстве Интернета, следует обратить внимание на форму выражения содержания буддийских веб-сайтов. Большинство веб-страниц буддийских сайтов в основном представлены в текстовой форме. Однако с текущим развитием мультимедийных технологий буддийские веб-сайты должны увеличивать объем мультимедийного контента, такого как изображения, аудио, видео и т.д. Данные, содержащиеся на некоторых веб-сайтах, не стандартизированы, новостное сообщение может быть устаревшим, что приводит к низкому качеству информации на веб-сайтах. Тема информационного содержания веб-сайта четко не определена, что приводит к большому количеству избыточной информации и отсутствию соответствующей информации для активного продвижения буддийской культуры и содействия участию общественности в культурных мероприятиях. Отсутствие стандартов классификации не позволяет пользователям эффективно просматривать или находить нужную информацию.

У буддийских веб-сайтов есть серьезные проблемы с многоязычной обработкой. Многоязычие означает сосуществование русского, английского, монгольского, хинди, французского, немецкого и других основных языков на буддийских веб-сайтах. Между тем невозможно удовлетворить разнообразные потребности пользователей в буддийской информации носителей других языков. В настоящее время российские буддийские сайты имеют в основном версии на двух языках: английском и русском. Сайтов, имеющих версии на других языках, мало, что затрудняет продвижение главных российских буддийских организаций или обществ на виртуальных социальных платформах. Некоторые буддийские организации еще не открыли аккаунты в социальных сетях поскольку полагаются на YouTube и веб-сайты. Кроме того, что касается буддийских приложений для мобильных телефонов, почти все буддийские организации и общества не разработали свои собственные официальные приложения. Эти факторы препятствуют распространению буддизма в Интернете.

Кроме того, каждый в Интернете может свободно публиковать информацию и выражать свое мнение, что может создавать условия для появления фейков. Подлинность онлайн-информации не всегда можно проверить. Подобного рода явления свидетельствуют о нарушении норм морали и закона (Шаров, 2019, с. 96). Некоторые секты и полубандитские группы искажают буддийские идеи и злоупотребляют ими, чтобы дискредитировать буддизм (Мяо Сон, 2013, с. 19). Интернет-инструменты открыли удобную дверь для провокации терроризма религиозными экстремистскими организациями в киберпространстве. Через Интернет распространяется возбуждение вражды по отношению к лицам (группам лиц), выделяемым по религиозному признаку.

Из-за пандемии новой коронавирусной пневмонии большинство стран приняли жесткие меры по нераспространению этого вируса, в т.ч. закрыв границы, посадив население на карантин или самоизоляцию. Общественность и социальная наука заговорили о новой норме (new normal) в повседневной жизни. Элементами new normal стали дистанцирование, минимизация контактов и перемещений людей. В этих условиях особую актуальность приобрело перемещение паломничества (как и других видов социальной активности) в киберпространство, уже знакомое, но настолько широко не использовавшееся. Его Святейшество Далай-лама XIV стал давать учения из своего офиса в режиме онлайн-трансляций (Ламажаа, Бичелдей, Монгуш, 2020, с. 150). Для здоровья, своего и других, необходимо поддерживать социальную дистанцию, поэтому происходит резкий всплеск использования Интернета (Дондуков, Дондукова, 2021, с. 153). В этой новой ситуации актуальным является решение проблемы распространения буддизма в Интернете. Только при увеличении количества веб-сайтов буддизма, совершенствовании функций буддийских веб-сайтов, постоянном построении религиозной сетевой системы коммуникации, расширении каналов распространения можно активизировать продвижение буддизма в виртуальном пространстве.

Выводы

1. Необходимо усилить управление сетевой информацией и улучшить качественную проверку информации. Объем религиозной информации в Интернете огромен, с первого ознакомления оценить степень ее достоверности трудно. В частности, оскорбительные высказывания и злонамеренные слухи, касающиеся религиозных вопросов, являются более заметными, что создает угрозу для поддержания стабильной и гармоничной религиозной экологии. Поэтому органы управления информацией должны усилить надзор за религиозной информацией в Интернете, очистить киберпространство и защитить безопасность жизни граждан и спокойный религиозный порядок. Люди должны уметь различать информацию, отвергать квазирелигию и в то же время формировать правильные ценности и религиозные взгляды, уметь противостоять подстрекательству к религиозному экстремизму и не следовать слепо всем пропагандируемым убеждениям.

2. Следует обратить внимание на укрепление отраслевой самодисциплины и создание всеобъемлющей системы управления интернет-религией. Религиозное управление в Интернете многогранно, оно предъявляет высокие требования к политике, технологиям и времени. А простой административный надзор больше не может соответствовать потребностям реальности. Необходимо в полной мере использовать преимущества общественного надзора, поощрять общение и координацию между интернет-индустрией, новыми СМИ, патриотическими религиозными группами и всеми секторами общества, а также создать систему совместного управления для религиозного сетевого распространения. В рамках ответственности, предусмотренной законом, необходимо уточнить разделение обязанностей между различными ведомствами и совместно построить активные здоровые религиозные отношения в киберпространстве. В то же время необходимо создать механизм анализа общественного мнения о распространении религии в Интернете.

3. Нужно придать важность идеологическому воспитанию молодежных групп и повысить иммунитет к неэтичной псевдо- или околорелигиозной агитации. Молодые люди более подвержены онлайн-манипулированию и с большей вероятностью становятся мишенью псевдорелигиозной организации. С одной стороны, непорядочные религиозные организации активно перетягивают молодых на свою сторону, с другой стороны, многим молодым людям не хватает здоровой и позитивной жизненной философии, они погружены в сомнения или увлечены всем сверхъестественным. Иными словами, молодые люди, как основная сила пользователей сети, с большей вероятностью имеют доступ к различной вредоносной религиозной информации. Следовательно, общество должно придавать большое значение идеологическому построению молодежных групп и направлять их в сторону истинных ценностей, тем самым повышая их иммунитет к неверной религиозной информации.

Таким образом, есть все основания говорить о том, что для поддержания здорового и гармоничного развития религии и безопасности личной жизни мы должны усилить сетевой надзор за информацией, улучшить возможности проверки информации и уделить больше внимания

идеологическому воспитанию молодежных групп, укрепляя их невосприимчивость к квазирелигиозным движениям.

По сравнению с Россией, ситуация с распространением религии в киберпространстве в Китае также очень сложна, и объем информации огромен.

Необходимы контроль и управление на государственном уровне, просвещение и пропаганда, личная бдительность и профилактика. В то же время в процессе формирования общественного мнения в Сети следует обратить внимание на вклад религиозных организаций в патриотическое воспитание граждан и формирование гармоничной и позитивной сетевой религиозной среды.

Источники

Актамов И. Г., Бадмацыренов Т. Б., Доржиева И. Ц. (2015) Буддизм в Интернете: методология изучения виртуальных религиозных сообществ. Вестник Бурятского государственного университета, № 6, с. 86–91.
Актамов И. Г., Бадмацыренов Т. Б., Цыремпилов Н. В. (2015) Российский буддизм в интернет-измерении. Власть, № 7, с. 125–130.
Бадмацыренов Т. Б., Скворцов М. В., Хандаров Ф. В. (2018) Буддийские цифровые практики трансцендентности: VK-сообщество «Хамбо Лама Даши-Доржо Итигэлов». Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, № 2 (144), с. 30–332.
Бадмацыренов Т. Б., Хандаров Ф. В., Бадараев Д. Д. (2020) Российский буддизм и социальные медиа: тувинские буддийские онлайн-сообщества ВКонтакте. Новые исследования Тувы, № 4, с. 120–134.
Буваева Г. А. (2020) Интернет-пространство религии и "цифровизация буддизма". Вестник Калмыцкого университета, № 2(46), с. 86–91.
Гаврилов Е. О. (2014) Оцифрованное сакральное: особенности существования религии в интернет-пространстве (по материалам СМИ). Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств, № 28, с. 177–183.
Дондуков Б. Ц. (2019) Особенности формирования буддийского интернет-ландшафта в Рунете. Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия, № 4 (50), с. 134–138.
Дондуков Б. Ц., Дондукова Г. П. (2021) Буддизм в Интернете: возможности и препятствия. Новые исследования Тувы, № 2, с. 145–155.
Доржигушаева, О. В., Дондуков Б. (2017) Обзор сайтов традиционных буддийских сообществ России в интернете. Медиафилософия, № 13, с. 204–211.
Куус Я. В. (2009) Тибетский буддизм в русскоязычном разделе сети интернет. Буддизм Ваджраяны в России: история и современность. Сборник докладов Международной научно-практической конференции. СПб., с. 502–510.
Ламажаа Ч. К., Бичелдей У. П., Монгуш А. В. (2020) Тувинское буддийское паломничество: от традиции к вере. Новые исследования Тувы. № 4. с. 135–155.
Никольский А .(2013) Путин пообещал поддержку российским буддистам [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20130411/932036852.html (дата обращения: 01.10.2021).
Романова А. П., Топчиев М. С., Черничкин Д. А., Дрягалов В. С., Рогов А. В. (2019) Влияние виртуального пространства на формирование религиозной идентичности студенческой молодежи (на примере Юга России). Южно-российский журнал социальных наук, № 2, с. 99–120.
Шаров К. С. (2019) Содержательно-стилистические особенности неканонической православной интернет-проповеди в современной России. Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, № 3, с. 83–96.
Barna Research Group (2001). More Americans are seeking net based faith experience [Электронный ресурс]. URL: https://www.barna.com/research/more-americans-are-seeking-net-based-faith-experiences/ (дата обращения: 01.10.2021)
Campbell H. A. (2006) Religion and the Internet. Communication Research Trends, no. 1, pp. 3–24.
Campbell H. A. (2012) Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. Journal of the American Academy of Religion, no. 1, pp. 64–93.
Clark L. S., Hadden J. K., Cowan D. E. (2002) Religion on the Internet: Research Prospects and Promises. Sociology of Religion, no. 4, pp. 540–541.
Cobb J. J. (1998) Cybergrace: The Search for God in the digital world. New York, Crown Publ., 258 p.
Henderson C. (2000) The Internet as a metaphor for God? Cross Currents, no. 1, pp. 77–77.
Helland C. (2000) Religion on the Internet: research prospects and promises. New York, JAL Press / Elsevier Science, 355 p.
Hill-Smith C. (2011) Cyber pilgrimage: The (virtual) reality of online pilgrimage experience. Religion Compass, no.5, pp. 236–246.
Jacobs S. (2007) Virtually Sacred: The Performance of Asynchronous Cyber-Rituals in Online Spaces. Journal of Computer-Mediated Communication, no. 3, pp. 1103–1121.
Karaflogka A. (2002) Religious discourse and cyberspace. Religion, no. 4, pp. 27–291.
O'Leary S. D. (1996) Cyberspace as sacred space: communicating religion on computer networks. Journal of the American Academy of Religion, no. 4, pp. 781–808.
Rheingold H. (2000) The virtual community. Cambridge, MIT Press, 447 p.
Turkle S. (1997) Life on the screen: identity in the age of the Internet. New York, Simon and Schuster Publ., 352 p.
苗嵩 [Мяо Сон] (2013) 俄罗斯藏传佛教的历史与现状 [История и современное положение тибетского буддизма в России]. 国际研究参考 — Справочник международных исследований, № 11, с. 15–19.

References

Aktamov I. G., Badmatsyrenov T. B., Dorzhieva I. Ts. (2015) Buddizm v Internete: metodologiya izucheniya virtual'nykh religioznykh soobshchestv [Buddhism on the Internet: the methodology for virtual religious communities study]. Buryat State University bulletin. Philosophy, no. 6, pp. 86–91 (In Russian).
Aktamov I. G., Badmatsyrenov T. B., Tsyrempilov N. V. (2015) Rossiyskiy buddizm v internet-izmerenii [Russian Buddhism in the Internet Dimension]. Vlast' – Power, no. 7, pp. 125–130 (In Russian).
Badmatsyrenov T. B., Skvortsov M. V., Khandarov F. V. (2018) Buddiyskiye tsifrovyye praktiki transtsendentnosti: VK-soobshchestvo "Khambo Lama Dashi-Dorzho Itigelov" [Buddhist digital practices of transcendence: VK-community "Hambo Lama Dashi-Dorzho Itigelov"]. Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal (Public Opinion Monitoring), no. 2(144), pp. 309–332 (In Russian).
Badmatsyrenov T. B., Khandarov F. V., Badaraev D. D. (2020) Rossiyskiy buddizm i sotsial'nyye media: tuvinskiye buddiyskiye onlayn-soobshchestva VKontakte [Russian Buddhism and social media: Tuvan Buddhist online-communities on VKontakte]. The New Research of Tuva, no. 4, pp. 120–134 (In Russian).
Buvaeva G. A. (2020) Internet-prostranstvo religii i "tsifrovizatsiya buddizma" [Attempts to revive religion in virtual space and "digitalization of Buddhism"]. Vestnik of Kalmyk University, no. 2(46), pp. 86–91 (In Russian).
Gavrilov E. O. (2014) Otsifrovannoye sakral'noye: osobennosti sushchestvovaniya religii v internet-prostranstve (po materialam SMI) [The digitized sacred: features of the existence on the internet (on media sources)]. Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts, no. 28, pp. 177–183 (In Russian).
Dondukov B. Ts. (2019) Osobennosti formirovaniya buddiyskogo internet-landshafta v Runete. [Features of the formation of the Buddhist Internet landscape in Runet]. Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya – Vestnik of the Tver State University. Ser. Philosophy. no. 4 (50), pp. 134–138 (In Russian).
Dondukov B. Ts., Dondukova G. P. (2021) Buddizm v Internete: vozmozhnosti i prepyatstviya [Buddhism on the Internet: Opportunities and Obstacles]. The New Research of Tuva, no. 2, pp. 145–155 (In Russian).
Dorzhigushaeva, O. V., Dondukov B. (2017) Obzor saytov traditsionnykh buddiyskikh soobshchestv Rossii v internete [Overview of sites of traditional Buddhist communities in Russia on the Internet]. Mediafilosofiya – Mediaphilosophy, no. 13, pp. 204–211 (In Russian).
Kuus Ya. V. (2009) Tibetskiy buddizm v russkoyazychnom razdele seti internet [Tibetan Buddhism in the Russian section of the Internet] Buddizm Vadzhrayany v Rossii: istoriya i sovremennost'. Sbornik dokladov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Vajrayana Buddhism in Russia: past and present. Proceedings of the international scientific and practical conference], St. Petersburg, pp. 502–510 (In Russian).
Lamazhaa Ch. K., Bicheldey U. P., Mongush A. V. (2020) Tuvinskoye buddiyskoye palomnichestvo: ot traditsii k vere [Tuvan Buddhist pilgrimage: from tradition to the faith]. The New Research of Tuva, no. 4, pp. 135–155 (In Russian).
Nikolsky A. (2013) Putin poobeshchal podderzhku rossiyskim buddistam [Putin promised support to Russian Buddhists]. Available at: https://ria.ru/20130411/932036852.html (In Russian).
Romanova A. P., Topchiyev M. S., Chernichkin D. A., Dryagalov V. S., Rogov A. V. (2019) Vliyaniye virtual'nogo prostranstva na formirovaniye religioznoy identichnosti studencheskoy molodezhi (na primere Yuga Rossii) [Virtual space influence on the formation of young students' religious identity (the case of South of Russia)]. South-Russian Journal of Social Sciences, no. 2, pp. 99–120 (In Russian).
Sharov K. S. (2019) Soderzhatel'no-stilisticheskiye osobennosti nekanonicheskoy pravoslavnoy internet-propovedi v sovremennoy Rossii [Content and stylistic peculiarities of non-canonical orthodox Internet sermon in modern Russia]. Novosibirsk State University Vestnik. Series: Linguistics and Intercultural Communication. no. 3, pp. 83–96 (In Russian).
Barna Research Group (2001) More Americans Are Seeking Net Based Faith Experience. Available at: https://www.barna.com/research/more-americans-are-seeking-net-based-faith-experiences/ (In English).
Campbell H. A. (2006) Religion and the Internet. Communication research trends, no. 1, pp. 3–24 (In English).
Campbell H. A. (2012) Understanding the relationship between religion online and offline in a networked society. Journal of the American Academy of Religion, no. 1, pp. 64–93 (In English).
Clark L. S., Hadden J. K., Cowan D. E. (2002) Religion on the Internet: research prospects and promises. Sociology of religion, no. 4, pp. 540–541 (In English).
Cobb J. J. (1998) Cybergrace: the search for God in the digital world. New York, Crown Publ., 258 p. (In English).
Henderson C. (2000) The Internet as a metaphor for God? Cross Currents, no. 1, p. 77 (In English).
Helland C. (2000) Religion on the Internet: research prospects and promises. New York, JAL Press / Elsevier Science, 355 p. (In English).
Hill-Smith C. (2011) Cyber pilgrimage: the (virtual) reality of online pilgrimage experience. Religion Compass, no. 5, pp. 236–246 (In English).
Stephen J. (2007) Virtually sacred: the performance of asynchronous cyber-rituals in online spaces. Journal of Computer-Mediated Communication, no. 3, pp. 1103–1121 (In English).
Karaflogka A. (2002) Religious discourse and cyberspace. Religion, no. 4, pp. 279–291 (In English).
O'Leary S. D. (1996) Cyberspace as sacred space: communicating religion on computer networks. Journal of the American Academy of Religion, no. 4, pp. 781–808 (In English).
Rheingold H. (2000) The virtual community. Cambridge, MIT Press, 447 p. (In English).
Turkle S. (1997) Life on the screen: identity in the age of the internet. New York, Simon and Schuster Publ., 352 p. (In English).
Miáo Sōng（2013）È luó sī zàng chuán fó jiào de lì shǐ yǔ xiàn zhuàng. Guó jì yán jiū cān kǎo [History and current situation of Tibetan Buddhism in Russia]. International Data Information, no. 11, pp. 15–19 (In Chinese).

Информация об авторах

Ян Бо
Доктор философии, профессор, заместитель директора Центра изучения России ШУИЯ. Шанхайский университет иностранных языков (201620, Китайская Народная Республика, г. Шанхай, ул. Вэньсян, 1550). ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-4472-4740. E-mail: 2043@shisu.edu.cn

Чжан Ливэй
Аспирант. Шанхайский университет иностранных языков (201620, Китайская Народная Республика, г. Шанхай, ул. Вэньсян, 1550). ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-4739-8007. E-mail: zhangliweieyu@163.com

Author`s information

Yang Bo
Ph.D., Professor, Deputy Director of Center for Russian Studies of SISU. Shanghai International Studies University (1550 Wenxiang St., Shanghai, 201620, China). ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-4739-8007. E-mail: 2043@shisu.edu.cn

Zhang Liwei
PhD student. Shanghai International Studies University (1550 Wenxiang St., Shanghai, 201620, China). ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-4739-8007. E-mail: zhangliweieyu@163.com