

¹Соловейкина И.Б.
asgard@gepicentr.ru

²Яшин В.Б., канд. истор. наук
yashin.vb@mail.ru

¹Центр гуманитарных, социально-экономических
и политических исследований – 2,
Россия, Омск

²Омский государственный педагогический университет
Россия, Омск

DOI: 10.24153/2079-5912-2019-10-1-42-46

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАНАЛОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕЛИГИОЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ СРЕДИ ЖИТЕЛЕЙ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: Цель статьи – определить степень эффективности различных каналов распространения религиозной информации среди населения Омской области. На основании опроса общественного мнения, проведенного осенью 2018 г., делается вывод о том, что, несмотря на динамичное развитие инноваций в сфере информационно-коммуникационных технологий, региональное сообщество в целом занимает консервативные позиции при выборе приоритетных каналов религиозной информации. Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ и субъекта Российской Федерации (Омская область) в рамках научного проекта № 18-411-550010 «Выбор веры в эпоху социокультурных трансформаций: религиозная самоидентификация жителей современной Западной Сибири на примере Омской области».

Ключевые слова: религия, информационные каналы, социология религии, Омская область.

Последние четверть века российской истории ознаменованы нарастанием объемов религиозного контента в информационном и медийном пространстве. Среди основных причин, обусловивших данную тенденцию – отказ государства от политики официального атеизма, десятилетиями проводимой в советский период; реализация конституционных прав граждан Российской Федерации на свободу слова и свободу вероисповедания; усиление роли религии и религиозных институтов в общественно-политической и социокультурной сферах российского социума; ревитализация исторически сложившихся этноконфессиональных традиций; напористая миссионерская активность новых религиозных движений; вступление России в информационную эпоху. При этом информационная политика религиозных организаций становится все более гибкой и динамичной. В частности, прослеживается неуклонная диверсификация конфессиональных информационных ресурсов, прежде всего, в связи с беспрецедентным ускорением развития технологий. Конфессии (даже такие консервативные, как Русская Православная Церковь) наращивают свое присутствие в сети Интернет, достаточно оперативно пополняют свой арсенал средств воздействия на массовую аудиторию новыми форматами и инструментами, основанными на инновациях в области информационно-коммуникационных технологий [2-6]. Соответственно, едва ли не перманентно происходят перемены в соотношении различных видов информационных ресурсов, используемых теми или иными конфессиями. Так, приверженцы запрещенной в РФ религиозной организации Свидетели Иеговы в последнее время в своей миссионерской практике все больше переходят от распространения религиозной литературы на бумажных носителях к устной проповеди и использованию цифровых устройств [1].

В этих условиях закономерно встает вопрос о степени эффективности различных каналов распространения религиозной информации. В контексте социологии религии исследования в данной предметной области получают дополнительную значимость и актуальность в связи с тем, что они способствуют более полному и детальному выявлению факторов и механизмов формирования религиозной идентичности российских граждан. С учетом исторически сложившегося многообразия этнической, культурной, социально-экономической специфики регионов Российской Федерации приоритетными представляются соответствующие исследования на региональном уровне.

Цель данной статьи – определить степень эффективности различных каналов распространения религиозной информации среди жителей Омской области. Источниковую базу составили результаты социологического опроса общественного мнения, проведенного осенью 2018 г. при финансовой поддержке РФФИ и субъекта Российской Федерации (Омская область) в рамках научного проекта № 18-411-550010 «Выбор веры в эпоху социокультурных трансформаций: религиозная самоидентификация жителей современной Западной Сибири на примере Омской области». Организационное содействие в проведении данного исследования оказал Центр гуманитарных, социально-экономических и политических исследований-2 (ГЭПИЦентр-2, г. Омск).

В рамках проекта были опрошены 1000 респондентов, репрезентирующих население Омской области 14 лет и старше. В перечень территорий для полевого этапа были включены 20 муниципальных образований Омской области из 33 (областной центр и 19 муниципальных районов). В выборку не вошли муниципальные образования с численностью постоянного населения менее 1,0% от общего числа жителей региона 14 лет и старше. При опросе применялась комбинированная методика: метод интервьюирования в домохозяйствах (респонденты в возрасте 22 лет и старше) и метод анкетирования в образовательных учреждениях (респонденты 14-21 года).

Согласно полученным данным, большинство респондентов – 84,3% - позиционируют себя как верующих. Основными конфессиями Омской области являются православие (с этим вероисповеданием себя идентифицируют 70,1% участников опроса) и ислам (4,1%). Явное преобладание среди населения региона тех, кто декларирует свои конфессиональные интенции (даже если их религиозная самоидентификация поверхностна и формальна), можно расценивать как косвенное свидетельство наличия в региональном сообществе определенного социального запроса на религиозную информацию. Особо следует отметить значительную долю – 22,7% - респондентов, при-

нявших свою религию в результате личных духовных поисков. Для лиц, совершивших акт религиозной конверсии вследствие самостоятельного выбора (особенно на стадии неофитства), как правило, характерны повышенный модус религиозности и стремление максимально освоить выбранную вероисповедную доктрину и связанные с ней религиозные практики, а, значит, их потребности в конфессиональной информации особенно велики.

В ходе исследования его участникам был задан вопрос «Если Вам понадобится совет или дополнительная информация, связанная с Вашей религиозной верой, то что Вы будете использовать в первую очередь?» (допускалось несколько вариантов ответа). Почти половина респондентов (48,5%) указали, что в этом случае обратились бы к священнослужителям. В «ТОП-3» наиболее востребованных источников религиозной информации также вошли верующие из числа родственников респондентов (этот вариант ответа отметили 27,4% опрошенных представителей населения Омской области) и священные тексты (22,1%). Кроме того, относительно высока значимость таких каналов, как религиозная литература (17,4%), верующие из числа знакомых участников опроса (13,9%), Интернет-ресурсы (сайты) религиозных организаций (12,9%). В наименьшей степени за религиозной информацией респонденты склонны обращаться к СМИ (8,4%) и религиозным сообществам в социальных сетях (0,5%).

Следует отметить, что только 15% респондентов не стали отвечать на вопрос о приоритетных для них каналах конфессиональной информации, сославшись на свои атеистические убеждения. Это дополнительно подтверждает тезис о востребованности информации на религиозные темы. Кроме того, обращает на себя внимание относительно небольшая доля затруднившихся с ответом на указанный вопрос – 6,2%. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что в региональном сообществе в целом сложились практики поиска актуальной религиозной информации.

Исследование зафиксировало существенный разброс приоритетов среди каналов информации на религиозные темы в зависимости от социально-демографических характеристик респондентов. Так, по сравнению с другими категориями участников опроса к священнослужителям за советом и дополнительной информацией, связанной со своей верой, готовы обратиться, прежде всего, респонденты в возрасте 30 лет и старше; женщины; граждане с уровнем образования среднее/ начальное профессиональное, общее основное и ниже. К своим верующим родственникам с указанной целью предпочитают обращаться в основном респонденты в возрасте 14-21 год; женщины; граждане с уровнем

образования общее среднее и ниже. Священные тексты приоритетны преимущественно для респондентов в возрасте 50-59 лет; женщин; граждан с уровнем образования общее основное и ниже. Религиозную литературу как основной канал получения религиозной информации расценивают, главным образом, респонденты в возрасте 40-59 лет; женщины; граждане с высшим или неполным высшим образования. К верующим из круга своих знакомых за религиозной информацией в основном обращаются респонденты в возрасте 30-39 лет; граждане с уровнем образования общее основное и ниже. Интернет-ресурсы религиозных организаций для получения информации по вопросам своей религии используют, главным образом, респонденты в возрасте 22-39 лет; граждане с высшим, неполным высшим, средним/ начальным профессиональным образованием. СМИ служат приоритетным источником религиозной информации, прежде всего, для респондентов в возрасте 30-39 лет; мужчин; граждан с высшим, неполным высшим образованием. Религиозные сообщества в социальных сетях в качестве канала получения религиозной информации приоритетны, в первую очередь, для респондентов в возрасте 22-29 лет; женщин; граждан со средним/ начальным профессиональным образованием.

Кроме того, отмечена зависимость предпочтений среди каналов трансляции религиозной информации от конфессиональной самоидентификации участников опроса. Так, по сравнению с православными, респонденты, продекларировавшие свою исламскую идентичность, в большей степени склонны обращаться за ответами на религиозные вопросы к священным текстам, верующим из числа своих родственников и знакомых. В свою очередь, православные респонденты в отличие от правоверных чаще указывали в качестве приоритетных для них каналов распространения религиозной информации религиозную литературу, СМИ, Интернет-ресурсы религиозных организаций, а также религиозные сообщества в социальных сетях.

Ответы на вопрос «Кто/ что для Вас служит наибольшим авторитетом в вопросах, связанных с Вашей религией?» распределились следующим образом. Соответствующий рейтинг возглавили священнослужители (41,4%) и священные тексты (25,3%). Вторую группу по степени авторитетности составили верующие из числа родственников респондентов (18,1%), религиозная литература (17,9%), церковные иерархи, главы религиозных организаций (17,4%), верующие из числа знакомых участников опроса (10,1%). Наименьшим авторитетом в религиозных вопросах среди опрошенных жителей Омской области пользуются СМИ (3,3%), Интернет-ресурсы (сайты) религи-

озных организаций (2,9%), религиозные сообщества в социальных сетях (0,7%; примечательно, что доли респондентов, признающих авторитет СМИ и Интернета в вопросах веры, оказались существенно меньше числа участников исследования, готовых обратиться с этим источником за советом и информацией по религиозной проблематике). Еще 11,6% респондентов выбрали вариант ответа «Во всем, что касается моей веры, важно только мое мнение и мой собственный духовный опыт».

Резюме.

В целом результаты исследования дают основание сделать вывод о том, что в настоящее время среди жителей Омской области существует определенный социальный запрос на религиозную информацию. Ее основными потребителями являются женщины разных возрастов и уровней образования. Несмотря на динамичное развитие инноваций в сфере информационно-коммуникационных технологий, региональное сообщество в целом занимает консервативные позиции при выборе приоритетных каналов религиозной информации. Наиболее предпочтительным способом получения ответов на конфессиональные вопросы для жителей Омской области служит «живое общение», непосредственная коммуникация с носителями религиозных традиций. Соответствующую референтную группу образуют священнослужители и верующие родственники. Кроме того, в число приоритетных каналов религиозной информации входят священные тексты. Сайты религиозных организаций и религиозные сообщества в социальных сетях в этом отношении играют лишь вспомогательную роль, причем их авторитет как источников информации на конфессиональные темы весьма невысок.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Горюнов Д.В. Новые миссионерские практики религиозного объединения «Свидетели Иеговы» // Интегративная перспектива в гуманитарных науках. 2017. № 1. С. 116-119.
2. Добродум О.В. Интернет в религиозном образовании и просвещении (обзор информационных ресурсов на примере православия) // Диагностика современности : глобальные вызовы - индивидуальные ответы Сборник материалов Всероссийской научной конференции с международным участием. Отв. ред. Ю.А. Разинов. 2018. С. 240-247.
3. Лученко К.В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009. 22 с.
4. Лученко К.В. Интернет и религиозные коммуникации в России // Медиаскоп. 2008. № 1. [Электронный ресурс]. <http://www.mediascope.ru/интернет-и-религиозные-коммуникации-в-россии>. (Дата обращения 25.01.2019 г.).
5. Иером. Тихон (Васильев). Особенности православной миссии в информационном пространстве // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2017. Т. 18. Вып. 4. С. 241-249.
6. Конева А.В. Трансформация религиозных практик в информационную эпоху // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. № 4. С. 65-72.

Soloveykina I.B.

Centre of Humanitarian, Social-Economic and Political Research – 2
Russia, Omsk
asgard@gepicentr.ru

Yashin V.B.

Cand. hist. Sci.
Omsk state pedagogical University
Russia, Omsk
yashin.vb@mail.ru

THE EFFECTIVENESS OF DISTRIBUTION CHANNELS OF RELIGIOUS INFORMATION AMONG THE INHABITANTS OF THE OMSK REGION

The purpose of the article is to determine the degree of effectiveness of various channels of religious information dissemination among the population of Omsk region. Based on a public opinion poll conducted in the autumn of 2018, it is concluded that, despite the dynamic development of innovations in the field of information and communication technologies, the regional community as a whole takes a conservative position in the selection of priority channels of religious information. The article was prepared with the financial support of RFBR and the subject of the Russian Federation (Omsk region) in the framework of the scientific project № 18-411-550010 «The choice of faith in the era of socio-cultural transformations: religious self-identification of the inhabitants of modern Western Siberia on the example of Omsk region».

Keywords: religion, information channels, sociology of religion, Omsk region.

Resume:

In General, the results of the study give grounds to conclude that currently there is a certain social demand for religious information among the residents of the Omsk region. Its main consumers are women of different ages and levels of education. Despite the dynamic development of innovations in the field of information and communication technologies, the regional community as a whole takes a conservative position in the selection of priority channels of religious information. The most preferred way to get answers to religious questions for residents of Omsk region is «live communication», direct communication with the bearers of religious traditions. The appropriate reference group is formed by the clergy and the faithful family. In addition, sacred texts are among the priority channels of religious information. Sites of religious organizations and religious communities in social networks play only an auxiliary role in this regard, and their authority as sources of information on religious topics is very low.

Literature:

1. Goryunov D.V. Novy`e missiionerskie praktiki religioznogo ob`edineniya «Svideteli legovy`» // Integrativnaya perspektiva v gumanitarny`x naukax. 2017. № 1. S. 116-119.
2. Dobrodum O.V. Internet v religioznom obrazovanii i prosveshhenii (obzor informacionny`x resursov na primere pravoslaviya) // Diagnostika sovremennosti : global`ny`e vyzovy` - individual`ny`e otvety` Sbornik materialov Vserossijskoj nauchnoj konferencii s mezhdunarodny`m uchastiem. Otv. red. Yu.A. Razinov. 2018. S. 240-247.
3. Luchenko K.V. Internet v informacionno-kommunikacionnoj deyatel`nosti religiozny`x organizacij Rossii. Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. M., 2009. 22 s.
4. Luchenko K.V. Internet i religiozny`e kommunikacii v Rossii // Mediaskop. 2008. № 1. [E`lektronny`] resurs]. <http://www.mediascope.ru/internet-i-religiozny`e-kommunikacii-v-rossii>. (Data obrashheniya 25.01.2019 g.).
5. Ierom. Tixon (Vasil`ev). Osobennosti pravoslavnoj missii v informacionnom prostranstve // Vestnik Russkoj xristianskoj gumanitarnoj akademii. 2017. T. 18. Vy`p. 4. S. 241-249.
6. Koneva A.V. Transformaciya religiozny`x praktik v informacionnuyu e`poxu // Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul`tury`. 2018. № 4. S. 65-72.