

**Keywords:** *Buddhist confession, Mongolian peoples, tendencies of evolution, Sangha, confessional and cultural identification, Buddhist sects, tendencies of evolution*

### УДК 316.74

**АКТАМОВ Иннокентий Галималаевич** – к.пед.н., директор Центра азиатских исследований Бурятского государственного университета (670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а; [kenti81@mail.ru](mailto:kenti81@mail.ru))

**БАДМАЦЫРЕНОВ Тимур Баторович** – к.соц.н., доцент кафедры политологии и социологии Бурятского государственного университета, директор Центра социально-политических исследований «Альтернатива» Бурятского государственного университета (670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а; [batorovitch@mail.ru](mailto:batorovitch@mail.ru))

**ЦЫРЕМПИЛОВ Николай Владимирович** – к.и.н., заведующий кафедрой истории Бурятии Бурятского государственного университета (670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а; [tsyrempilov@gmail.com](mailto:tsyrempilov@gmail.com))

## РОССИЙСКИЙ БУДДИЗМ В ИНТЕРНЕТ-ИЗМЕРЕНИИ

**Аннотация.** В статье исследуются способы и формы представления российского буддизма в сети Интернет. Авторы рассматривают теоретико-методологические проблемы изучения религии в интернет-пространстве. На основе эмпирического материала описаны проявления российского буддийского сообщества в Интернете, классифицированы сайты, содержащие информацию о буддизме.

**Ключевые слова:** буддизм, Интернет, киберсангха, виртуальные религиозные сообщества

Все большее число людей сегодня активно используют Интернет для поиска и передачи религиозной информации. В этой социально-информационной среде развиваются новые формы религиозной деятельности, а религиозные образы становятся все более значимыми участниками процесса конструирования социальной виртуальной идентичности [Родионов 2014]. Интернет позволяет создать внепространственную организацию религиозного взаимодействия, построить информационный обмен, управлять религиозной деятельностью в глобальном охвате при существенной экономии сил и средств. Через него происходит трансляция религиозных идей, создание позитивного/негативного образа религиозных групп и организаций, вовлекаются новые верующие. Исследование религиозной ситуации требует пристального внимания к виртуальной религиозной деятельности [Бадмацыренов 2015: 104].

Буддизм занимает прочные позиции в сети Интернет, перешагнув собственно религиозные границы и приобретя черты массовой культуры. Буддийские идеи и символы проникли в пространство массмедиа, фильмов и популярной литературы, зачастую лишившись при этом значительной доли своего изначального содержания. Миллионы людей получают и передают информацию буддийского содержания, многие из них являются членами религиозных сообществ и принимают участие в буддийских мероприятиях как в Интернете, так и офлайн.

Данная статья направлена на изучение способов и форм представленности буддизма и буддийских сообществ в русскоязычном сегменте сети Интернет.

Растущая популярность Интернета способствовала формированию особого научного направления, разрабатывающего новые методы изучения религии в интернет-пространстве. К. Хэлланд предложил разделение на религию онлайн (*religion online*) и онлайн-религию (*online religion*) [Helland 2005: 1]. Религия онлайн предполагает информирование пользователей о религии в целом, отдельных мероприятиях и в основном ориентирована на реальную «офлайновую» деятельность религиозных сообществ. Онлайн-религия ориентирована на виртуальные религиозные действия

в сети. Интересно, что первоначально гипотеза К. Хэлланда состояла в том, что традиционные официальные религиозные группы коррелировали с религией онлайн, а неофициальные религиозные веб-сайты – с онлайн-религией. Но эта точка зрения была подвергнута критике, т.к. даже на относительно простых информационных сайтах официальных религиозных сообществ есть возможность интерактива в виде «онлайн-формы для заказа молитвы» [Young 2004]. В 2006 г. Х. Кэмпбелл определила четыре различающиеся в Интернете формы религии: онлайн-сбор религиозной информации, онлайн-ритуалы и богослужения, онлайн-рекрутирование и миссионерская деятельность и религиозное онлайн-сообщество [Campbell 2006]. В последнее десятилетие появился новый термин – «цифровая религия» (*digital religion*) как описание технологического и культурного смешения пространства религиозных сфер онлайн и офлайн. Религия в Интернете несет отпечаток как онлайн-культуры с ее интерактивностью и контентом, наполняемым пользователями, так и традиционной религии с верованиями и ритуалами, связанными с исторически возникшими сообществами [Campbell 2012: 4].

В зарубежных исследованиях сформировалось научное направление, изучающее виртуальный буддизм [Greider 2002; Hayes 1999; Buddhism, the Internet... 2014]. Изучение буддизма в Интернете и разработка новых теоретических рамок являются отражением растущей связи религии и Интернета [Connelly 2015: 3870]. Введены такие термины, как «киберсангха» (*cybersangha*) или «блогисаттва» (*blogisattva*), которые отражают растущее виртуальное присутствие буддизма в глобальной сети. Русскоязычные исследования буддизма в Интернете только начинаются, хотя некоторые аспекты этой проблематики и затрагивались отдельными исследователями [Полевая 2013; Добродум 2013].

Ч. Пребиш в 2004 г. описал 3 основных типа буддийских интернет-сообществ, ориентированных на религиозную практику. 1-й включал веб-страницы, созданные традиционными американскими буддийскими группами для удобства коммуникации. 2-й тип представлял собой «виртуальные храмы», созданные традиционными сангхами для дополнения своих организаций. 3-й был представлен чистыми «онлайн-сообществами», не имеющими представительства офлайн [Prebish 2004]. В настоящее время исследователи отмечают, что провести точные границы между этими типами сообществ затруднительно, поскольку многие традиционные сообщества расширяют свое виртуальное присутствие, а прежде исключительно виртуальные – порождают реальные социальные группы и общины.

В целом, изучение представленности религии в Интернете в свете все более возрастающего его влияния на жизнь людей представляет собой одно из наиболее перспективных направлений социологического изучения религиозной жизни. Аналитический центр Юрия Левады на основе репрезентативной выборки из 1 600 чел. от 18 лет и старше из 130 городских и сельских населенных пунктов 45 регионов страны ежемесячно проводит омнибусный опрос, позволяющий получить данные в краткие сроки. Исследования также проводятся крупными интернет-компаниями Яндекс и *Mail Group*. Кроме того, существует развитая сеть исследовательских центров, таких как *TNS*, *comScore*, *Brand Analytics*, занимающихся интернет-исследованиями разной направленности. Квантитативные методики построены на измерении количественных характеристик Интернета и интернет-взаимодействия и обладают большими возможностями в изучении виртуальной религии.

В ходе исследования авторами была произведена серия запросов в поисковой системе *Google* по ключевым словам, представленным в табл. 1. Из данных таблицы видна существенная разница между англоязычным и русскоязычным сегментами Интернета по количеству результатов, что является отражением существующих различий по наиболее важным параметрам сети – числу пользователей и сайтов. Можно отметить также превалирование результатов, отражающих территориально-географическую, а не этническую привязку. Так, результаты таких запросов, как «буддизм» «Бурятия», «Тува (Тыва)», «Калмыкия» почти в три раза превышают результаты по запросам «бурятский», «тувинский», «калмыцкий». Вместе с тем для запросов по другим странам это различие несущественно, например «тибетский буддизм» и «буддизм Тибета».

Таблица 1

**Результаты запросов в поисковой системе Google (10–14.12.2014)**

Наименование поискового запроса	Результатов, примерно
Buddhism	5 330 000
Буддизм	750 000
Российский буддизм	403 000
Буддизм в России	853 000
Русский буддизм	495 000
Буддизм Бурятии	89 400
Бурятский буддизм	34 000
Буддизм Тува	63 400
Буддизм Тыва	75 200
Тувинский буддизм	16 600
Буддизм Калмыкии	68 700
Калмыцкий буддизм	23 000
Тибетский буддизм	191 000
Буддизм Тибета	173 000
Тибето-монгольский буддизм	23 000
Китайский буддизм	350 000
Буддизм Китая	394 000
Японский буддизм	228 000
Буддизм Японии	345 000

Показательно, что запрос «русский буддизм» сопряжен с запросами «русский буддизм как это возможно», «русский Будда», «стихийный русский буддизм», а запрос «буддизм в России» – с «буддизм в России презентация», «буддизм в России реферат», «буддизм в России кратко», «буддизм в России журнал». Можно предположить, что интерес российских пользователей во многом обусловлен учебными целями, поскольку впервые большинство российских учащихся знакомятся с буддизмом в рамках школьного курса ОРКСЭ (Основы религиозных культур и светской этики) и продолжают его изучение, причем по большей части весьма поверхностное, в учебных заведениях среднего и высшего профессионального образования в нормативных курсах философии, культурологии, социологии и истории религии. Довольно трудно подсчитать долю учебной онлайн-информации в виде рефератов или курсовых работ, но можно констатировать ее довольно большой объем. Так, по запросу «буддизм в России презентация» поисковая система выдает 99 600 результатов.

При помощи сервиса *Google Trends*<sup>1</sup> существует возможность подсчета доли исследуемого запроса в общем числе поисковых запросов в *Google* за определенное время. Средняя доля поискового запроса «буддизм» за период с февраля 2004 по апрель

<sup>1</sup> Google Trends. Доступ: <https://www.google.com/trends/> (проверено 12.04.2015).

2015 г. составляет 10% с трендом на увеличение, на основании чего в системе ему присвоен статус сверхпопулярного запроса.

Информация о российском буддизме представлена преимущественно на русскоязычных и англоязычных сайтах. Можно выделить сайты, на которых размещена исключительно или преимущественно информация по буддийской тематике; сайты, для которых буддийская тематика является второстепенной; сайты, имеющие буддийский контент лишь частично. Кроме того, веб-страницы по своей направленности могут быть дифференцированы как религиозные и нерелигиозные. Хотя следует отметить, что границу между этими группами материалов зачастую провести довольно трудно как в силу высокого научно-образовательного философского уровня многих религиозных деятелей, так и в силу некоторого идейного и деятельностного смешения научного буддологического и религиозного буддийского знаний. Сайты буддийских религиозных организаций, буддийских СМИ, буддийские форумы, сообщества в социальных сетях и буддийские блоги характеризуются преимущественно религиозным характером и направленностью на распространение идей буддизма. Сайты буддологических организаций, научно-исследовательских центров и вузов, СМИ содержат информацию о буддизме. Эта группа характеризуется институциональной отстраненностью от религиозных организаций и религиозной практики.

К группе социальных медиа относятся буддийские форумы, блоги, буддийские виртуальные сообщества в социальных сетях, интернет-сервисы видеохостинга. Если информационные сайты предполагают преимущественно получение пользователями информации с ограниченными возможностями интеракции, то социальные медиа предоставляют им возможность размещать собственные материалы. Такие действия можно условно разделить на «активные», «активно-пассивные» и «пассивные». Активные пользователи побуждают своими сетевыми действиями к тем или иным видам активности, пассивные – просматривают, читают или по-иному используют информацию, но ограничиваются индивидуальными действиями. Активно-пассивные преимущественно передают информацию активных пользователей. Такая схема сетевого взаимодействия в буддийском сетевом сообществе может быть описана через следующие этапы: размещение религиозной информации на интернет-сайте (видео, аудио, текст), репост (лайк, комментирование), просмотр (чтение, прослушивание). На основе близости интересов, социального положения, личного знакомства формируются виртуальные сообщества, в которых происходит общение, получение и передача информации, координация деятельности. В рамках сетевых сообществ их члены вступают в более интенсивное информационное взаимодействие – как прямое (через диалоги и сообщения), так и опосредованное (через комментирование и рекомендации). Также следует отметить, что технические средства социальных медиа позволяют генерировать рекомендации пользователю на основании данных о его профиле, истории поисковых запросов и контактов.

Интернет и социальные медиа позволяют также организовывать религиозные мероприятия и принимать в них участие, причем как в онлайн-овых (онлайн-трансляции, вебинары, сбор пожертвований), так и офлайн-овых (лекции религиозных деятелей, паломничества, ритуалы). Например, на сайте Буддийской традиционной сангхи России пользователь может заказать молебен, указав из предложенного списка цель или цели проведения молебна: за здоровье, выздоровление и долголетие, для обретения материальных благ, успеха в делах, для обретения счастья и спокойствия, за успешную учебу, сдачу экзамена, для отвлечения бед и несчастий, для дальнейшей дороги, для поправления особо сложной жизненной ситуации. Затем следует указать сумму пожертвования и произвести онлайн-платеж<sup>1</sup>.

Буддийские форумы входят в число веб-приложений для организации общения посетителей веб-сайта. Как правило, на странице форума зарегистрированными (реже – незарегистрированными, анонимными) пользователями создаются «темы», в которых другие пользователи могут оставлять сообщения. Поисковая система

<sup>1</sup> Официальный сайт Буддийской традиционной сангхи России. Доступ: <http://www.sangharussia.ru/datsans/huree/sponsorship/> (проверено 13.04.2015).

Google по запросу «буддийский форум» выдает 548 000 результатов. Существуют популярные специализированные русскоязычные буддийские форумы, причем многие буддийские сайты предоставляют возможность своим посетителям осуществлять онлайн-общение. К числу наиболее популярных относятся «Буддийский форум»<sup>1</sup> и «Дхарма Буддийское сообщество»<sup>2</sup>. Согласно статистике «Буддийского форума», старейшего в Рунете специализированного сайта для буддийского общения, на нем зарегистрированы 20 631 тем, 622 047 сообщений, 6 956 участников, из них активных на апрель 2015 г. — 1 029.

Также можно выделить группу сайтов буддийских интернет-магазинов, например <http://dharma.ru>, где можно приобрести книги, журналы, изображения, диски, одежду, ритуальные предметы и другие товары. Причем многие буддийские ресурсы располагают дополнительными возможностями онлайн-торговли.

Практически все буддийские сообщества в социальных медиа осуществляют новостную рассылку подписчикам. Весьма активно действуют также информационные рассылки «Новости буддизма» и «Буддизм сегодня», осуществляемые ассоциацией «Буддизм в Интернете»<sup>3</sup> через информационный канал [Subscribe.ru](http://Subscribe.ru)<sup>4</sup>. Авторы и составители рассылки «Буддизм сегодня» пишут, что они «постарались объединить в данной рассылке наиболее интересные и актуальные материалы о буддизме, его истории и современности: статьи и интервью с ламами и учителями, анонсы значимых событий и выдержки из готовящихся к публикации книг»<sup>5</sup>. Эта рассылка появилась в апреле 2009 г. и насчитывала тогда 88 подписчиков. В мае 2015 г. новости от нее получали 6 991 электронных адресов, и это число постоянно растет.

Таким образом, можно констатировать, что представленность буддизма в сети возрастает, буддийские религиозные сообщества используют новые формы коммуникации и успешно осваивают виртуальное пространство. Вместе с тем представляют интерес особенности формирования структуры буддийского виртуального сообщества, социальные практики включения в него новых членов и то, каким образом происходит взаимодействие «новых» и «традиционных» буддийских направлений и групп.

*Статья выполнена при финансовой поддержке РГНФ в рамках гранта международного конкурса РГНФ — МОН Монголии «Постсоветское общество и буддийская сангха: социорелигиозные процессы в России и Монголии» № 15-23-03002.*

### Список литературы

Бадмацыренов Т.Б. 2015. Религиозная ситуация и религиозные сообщества в Республике Бурятия. — *Власть*. № 4. С. 103-107.

Добродум О.В. 2013. Рецепция буддизма в глобальной паутине. — *Наукові записки КУТЕП*. Вип 5. Сер. «Філософські науки». С. 90-98.

Полевая Ю.С. 2013. Сангха 2.0. Формирование общины нового типа. — *Седьмая международная востоковедная конференция (Торчиновские чтения): Метаморфозы*. С.-Петербург, 22-25 июня 2011 г. Ч. 1 (сост. и ред. С.В. Пахомов). СПб: Изд-во СПбГУ. С. 261-269.

Родионов В.А. 2014. Политические образы России в дискурсивных практиках СМИ Монголии. — *Вестник Бурятского государственного университета*. Выпуск 8. Востоковедение. С. 152-155.

*Buddhism, the Internet, and Digital Media: The Pixel in the Lotus* (ed. by G.P. Grieve, D. Veidlinger). 2014. N.Y.: Routledge. 240 p.

<sup>1</sup> Буддийский форум. Доступ: <http://board.buddhist.ru/> (проверено 10.12.2014).

<sup>2</sup> Дхарма Буддийское сообщество. Доступ: <http://dharma.org.ru/> (проверено 10.12.2014).

<sup>3</sup> Ассоциация «Буддизм в Интернете». Доступ: <http://buddhist.ru/> (проверено 13.04.2015).

<sup>4</sup> Информационный канал [Subscribe.ru](http://Subscribe.ru). Доступ: <http://subscribe.ru/> (проверено 04.2015).

<sup>5</sup> Буддизм сегодня. Доступ: <http://subscribe.ru/catalog/religion.buddtoday> (проверено 03.05.2015).

Campbell H. 2006. Religion and the Internet. – *Issue of Communication Research Trends*. Vol. 25. Is. 1. P. 4-6.

Campbell H. 2012. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Routledge. 288 p.

Connely L. 2015. Virtual Buddhism: Online Communities, Sacred Place and Objects. – *The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics*. Springer Netherlands. P. 3869-3882.

Greider B. 2002. Academic Buddhology and the Cyber-Sangha: Researching and Teaching Buddhism on the Web. – *Teaching Buddhism in the West: From the Wheel to the Web* (ed. by V. Nori, R. Hayes, J. Shields). London; N.Y. P. 212-234.

Hayes R. 1999. The Internet as a Window onto American Buddhism. – *American Buddhism: Methods and Findings in Recent Scholarship* (ed. by D.R. Williams, Ch.S. Queen). Richmond, Surrey, UK: Curzon Press. P. 168-179.

Helland C. 2005. Online Religion as Lived Religion Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet. – *Online Heidelberg Journal of Religions on the Internet*. Vol. 01.1. Special issue on theory and methodology. P. 1-16. URL: <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/5823/1/Helland3a.pdf> (accessed 12/04/2015).

Prebish Ch.S. 2004. The Cybersangha: Buddhism on the Internet. – *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. London: Routledge. P. 135-151.

Young G. 2004. Reading and Praying Online: The Continuity of Religion Online and Online Religion in Internet Christianity. – *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. N.Y.: Routledge. P. 93-106.

AKTAMOV Innokentiy Galimalaevich, *Cand.Sci.(Ped.)*, Head of the Center for Asian Studies, Buryat State University (24a, Smolina St, Ulan-Ude, Republic of Buryatia, Russia, 670000; kenti81@mail.ru)

BADMATSYRENOV Timur Batorovitch, *Cand.Sci.(Soc.)*, Associate Professor of the Chair of Political Science and Sociology, Head of Center for Social and Political Studies, Buryat State University (24a, Smolina St, Ulan-Ude, Republic of Buryatia, Russia, 670000; batorovitsh@mail.ru)

TSYREMPILOV Nikolay Vladimirovich, *Cand.Sci.(Hist.)*, Head of the Chair of History of Buryatia, Buryat State University (24a, Smolina St, Ulan-Ude, Republic of Buryatia, Russia, 670000; tsyrempilov@gmail.com)

## BUDDHISM IN RUSSIA IN THE INTERNET DIMENSION

**Abstract.** This paper describes the peculiarities of the presentation of Buddhism in Russia on the Internet. Nowadays religious activities have infiltrated the virtual space through the different ways. The Internet becomes a field of religious constructing and deconstructing with wide prospects for virtual religious development.

Buddhism has a strong position in the Internet, surpassing the religious boundaries, and acquiring the features of mass culture. Buddhist ideas are presented in mass media, popular fiction and films, often with the loss of the original sacral content. Millions of people have received or transmitted Buddhist information on the Internet.

Contemporary religious Internet studies are growing. C. Helland has proposed theoretical distinction for online religion and religion online, H. Campbell has defined four different forms of religion in the Internet, and has outlined digital religion studies. Such terms as cybersangha, virtual Buddhism and blogisattva were invented for the description of the Buddhist activity on WWW.

The authors made a series of requests to the Google search engine for the keywords concerning Buddhism to find out some results of its representation. It was found out that results in English are more prevalent than in Russian. Also it seems that queries are connected to the territorial but not ethnic attributions of Buddhism. It should be noted that a lot of results are linked with educational queries.

Social media is a growing Internet phenomenon, which includes social networking websites, video hosting services, forums and blogs. Some of these social media websites contain Buddhist information.

**Keywords:** Buddhism in Russia, Internet, cybersangha, virtual religious communities