

УДК 316.74

БАДМАЦЫРЕНОВ Тимур Баторович – доктор социологических наук, доцент кафедры политологии и социологии, директор Центра социально-политических исследований «Альтернатива» Бурятского государственного университета им. Д. Банзарова (670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а; batorovitch@mail.ru)

АКТАМОВ Иннокентий Галималаевич – кандидат педагогических наук, заведующий лабораторией «Центр переводов с восточных языков» Института монголоведения, буддологии, тибетологии СО РАН (670047, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Сахьяновой, 6); доцент кафедры истории и регионоведения стран Азии Бурятского государственного университета им. Д. Банзарова (670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а; aktatov13@gmail.com)

САМБУЕВА Оюна Викторовна – старший преподаватель кафедры филологии стран Дальнего Востока Бурятского государственного университета им. Д. Банзарова (670000, Россия, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а; oyuin@mail.ru)

ВЕЧНАТ И ТРАНСФОРМАЦИЯ БУДДИЙСКИХ ПРАКТИК В СОВРЕМЕННОМ КИТАЕ

Аннотация. В рамках данной статьи авторы предприняли попытку выявить основные тенденции медиатизации буддийских практик в современном Китае. Религия в КНР является особым направлением внутренней политики, руководство страны уделяет серьезное внимание институционализации религиозных общностей. Религиозная сфера всегда занимала особое место в жизни Китая. Религиозный синкретизм позволил развиваться разным течениям, но все они были подчинены общественным целям. Китайский буддизм в настоящее время является одной из самых популярных религий Китая с точки зрения числа последователей. Изменения в социальной жизни современного общества затронули в т.ч. и религиозные практики. В результате исследования авторы выявили, что китайские буддисты под влиянием определенных факторов постепенно начали менять привычные практики. Одним из основных инструментов и одновременно формой цифрового буддизма стал китайский мессенджер WeChat (微信).

Ключевые слова: КНР, буддизм, цифровизация, мессенджер WeChat

Развитие буддизма в Китае насчитывает двухтысячелетнюю историю, и, хотя он не является исконно китайским культурным явлением и даже занимал в отдельные периоды маргинальное положение, буддийские школы и течения стали важной частью духовной, политической и экономической жизни Китая. Буддизм стал одним из компонентов *сань цзяо* – «трех учений», наряду с конфуцианством и даосизмом. С.А. Горбунова отмечает: «В Китае сангха имеет длительную историю. Ее зарождение и формирование происходило в процессе распространения буддизма, его ассимиляции и китаизации» [Горбунова 2008: 17].

В современной КНР насчитывается около 33 500 буддийских монастырей, из которых 28 000 относятся к ханьскому буддизму, более 3 800 – к тибетскому буддизму, более 1 700 – к южному буддизму, 38 буддийских академий, а общее число буддистов составляет около 100 млн чел.¹ Исследователи отмечают рост популярности буддизма, причем он охватывает и новые ареалы, включая население крупных городов. Существенную роль в этом процессе играет медиатизация и цифровизация буддийских сообществ, использование Интернета и новых медиа, в которых буддийские идеи и практики получили широкое распространение.

¹ Полный текст Белой книги «Политика и практика обеспечения свободы вероисповедания в Китае». Доступ: <http://russian.people.com.cn/n3/2018/0527/c31521-9464480.html> (проверено 13.01.2022).

Целью данной статьи является выявление особенностей использования социальной сети *WeChat* (Вичат) буддийскими сообществами в современной КНР.

В отечественной и зарубежной буддологии и социологии религии изучение буддизма в Интернете стало одним из наиболее перспективных направлений с весьма обширной тематикой. Многие монографии и сборники статей, посвященные изучению истории и современного состояния буддизма, включают разделы о буддизме в Интернете. В течение последних трех десятилетий не утихает спор между буддологами и социологами о методах и методологии подобного изучения.

Исследователи-буддологи сосредоточены преимущественно на изучении кибербуддизма, не имеющего никаких офлайн-аналогов. Они полагают, что пора прекратить дискуссию об аутентичности буддизма в Интернете и принять онлайн-буддизм в качестве самостоятельной формы его социокультурного закрепления [Veidlinger 2015: 2-3]. Существенный вклад в развитие исследований кибербуддизма внес Грегори Грива с его крупным исследованием процессов конструирования буддийских сообществ, практик и идентичностей «кибердзен» в виртуальном мире *Second Life*, а также совместными работами с Дэниэлем Ведлингером.

Репрезентируют кибербуддизм, как правило, буддийские виртуальные храмы и игры, проводимые в них онлайн-медитации и подношения виртуальным сакральным объектам. Основными методами при таком ракурсе рассмотрения предлагается сделать включенное/участвующее наблюдение, автоэтнографию и кейс-стади [Grieve 2016].

Новые буддийские медиатеchnологии включают веб-сайты, виртуальные миры, мобильные приложения и видеоигры [Connely 2015b: 3870]. По мнению Грегори Грива и Дэниэля Ведлингера, от прежних медиа, использовавшихся буддизмом, современные цифровые технологии отличают процедурные, партиципаторные, энциклопедические и пространственные аффордансы, признаки того, что с объектом можно производить какие-либо действия [Grieve, Veidlinger 2016: 470]. Иными словами, в цифровом пространстве создаются новые формы и паттерны действий верующих; оно позволяет им участвовать в коллективных действиях и сообществах, получать свободный доступ к огромному и постоянно растущему массиву информации и позиционироваться в пространстве и времени.

Исследователи-социологи, напротив, констатируют, что социокультурное содержание цифрового буддизма не вполне понятно. Во многих работах подчеркивается, что цифровой буддизм остро нуждается в рассмотрении сквозь призму социологических концепций для соотнесения его онлайн- и офлайн-корреляций. Так, социологические исследования среды американского интернет-буддизма показали, что большинство пользователей, причисляемых к киберсангхе, либо ищут через Интернет информацию об офлайн-общинах, либо интересуются буддизмом как вариантом «чтения на ночь» [Ostrowski 2015: 193]. Критикуя сложившееся положение дел, исследователи предлагают произвести ревизию концепций «киберсангхи» Пребиша и «онлайн-религии и религии онлайн» Хелланда путем сопоставления буддийской цифровой активности (сайтов, приложений, сообществ, блогов) с буддийской офлайн-вовлеченностью пользователей [Connely 2015a: 59].

Идея киберсангхи как новой наднациональной и глобальной буддийской общины, возникающей в Интернете, была разработана американским буддологом Чарльзом Пребишем в 2004 г. для описания трех типов буддийских виртуальных сообществ [Prebish 2004: 145]. Первый охватывал веб-страницы

традиционных буддийских групп для удобства коммуникации и передачи информации. Второй тип представлял «виртуальные храмы», созданные традиционными сангхами для дополнения своих существующих офлайн-программ и храмов. Третий репрезентировал «чистые онлайн-сообщества», не существующие офлайн. Мортен Шлуттер выделяет два типа «буддийских» ресурсов: первый включает веб-сайты, созданные традиционными («доцифрованными») буддийскими центрами, обладающими физическими местами для встреч, медитаций, обсуждений и т.п. Второй тип – это сайты, обслуживающие преимущественно интернет-сообщества киберсангхи, участники которых не встречаются лицом к лицу [Schlutter 2014: 507]. Луис Коннели отмечает, что различные типы онлайн-сообществ с трудом можно поместить в эти категории, и различает сообщества веб-сайтов, блогов, микроблогов, виртуальных миров и онлайн-форумов [Connely 2015b]. В разное время американские исследователи изучали буддийские блоги [Lee 2009: 99], онлайн-сообщества и идентичность [Kim 2005: 139].

В настоящее время исследователи отмечают, что весьма затруднительно провести точные границы между разными типами онлайн-сообществ, поскольку исследовательское поле подвержено существенным и скоротечным изменениям, многие традиционные сообщества расширяют свое онлайн-присутствие, а прежде исключительно виртуальные порождают реальные социальные группы и общины. Вместе с тем в российском случае, особенно в социальных медиа, можно выделить онлайн-группы, созданные буддийскими религиозными организациями, существующими офлайн, объединяющими людей, вступающих в непосредственное взаимодействие. Примечательно, что эти сообщества создают различные медиастратегии. Другую группу составили онлайн-сообщества, для которых нет офлайн-аналогов, они представляют собой форму онлайн-коммуникаций пользователей сетей [Ostrovskaya et al. 2021].

Исследования особенностей буддийских сообществ в китайских социальных медиа и мессенджерах, трансформации в них буддийских идей и практик, специфики религиозного поведения проводят исследователи из США, КНР и других стран. Международный коллектив авторов подготовил сборник «Религия и медиа в Китае: инсайты и кейс-стади из материкового Китая, Тайваня и Гонконга» [Religion and media in China... 2016]. Он охватывает различные вопросы взаимодействия буддизма и медиа, в т.ч. развитие буддизма онлайн в контексте посттоталитарного государства, процессы конструирования буддийскими сообществами Шанхая сакральных пространств в китайской социальной сети *WeChat* [Huang 2016: 113]. Сравнительный анализ буддизма и христианства в *Sina Weibo* предпринял Янхуан Чжан [Zhang 2017: 47]. К числу последних публикаций можно отнести статью Сю Шенжу и Хайди Кэмпбелл «Использование Интернета религиозными организациями в материковом Китае: анализ кейса буддийской ассоциации Китая» [Xu Shengju, Campbell 2021]. Франческа Тарокко исследовала перемещение китайского буддизма в цифровое пространство [Tagosso 2017: 157]. Ли Линьсун и Анатолий Алексеев-Апраксин исследовали феномен кибербуддизма в современном Китае. Они пришли к выводу, что «современные медиа- и буддийские технологии дополняют друг друга в реализации и развитии религиозного учения. Нет никаких сомнений в том, что цифровое присутствие буддизма будет расширяться еще больше, поскольку эти технологии проникают во все уголки человеческой жизни» [Ли, Алексеев-Апраксин 2021: 165].

Одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на современные религиозные практики, является медиатизация общества, связанная с пере-

ходом на информационные технологии в сфере управления, социального обеспечения, образования. Роль глобальной сети особенно актуализировалась в 2020 г. на фоне мировой пандемии, вызванной коронавирусной инфекцией нового типа *COVID-19*. Если когда-то Интернет был пространством ученых, которые отправляли друг другу по электронной почте информацию в виде различных программ, графиков, чертежей, таблиц, графических изображений, то в середине 1990-х Интернет стал носить более массовый характер [Актамов, Самбуева 2021: 168].

Принципиально важным моментом, на наш взгляд, стало распространение мессенджеров. Применительно к Китаю невозможно переоценить появление продукта китайской телекоммуникационной компании *Tencent* (腾讯), который получил название *WeChat* (微信). Данное приложение изначально выполняло функции мессенджера, но по мере своего развития обрастало дополнительными возможностями, и на сегодняшний день оно не имеет конкурентов в КНР. Кроме переписки, голосовых сообщений, видео- и аудиоразговоров, с помощью *WeChat* пользователь имеет возможность оплатить практически все покупки и услуги, может расплатиться как с мелкими торговцами на улице, так и в крупных магазинах, а также онлайн. Данной системой пользуются китайцы всех возрастов и социального положения: дети, молодежь, пожилые, старые, богатые и бедные. *COVID-19* стимулировал развитие безналичных платежей, в т.ч. это было связано с опасностью заражения вирусом при использовании наличных денег. По оценкам некоторых экспертов, это может ускорить процесс сокращения использования банкнот во всем мире. И, вполне вероятно, этот процесс получит импульс именно в Китае. По приблизительным оценкам, приложением *WeChat* пользуются 1,1 млрд китайцев [Актамов, Самбуева 2021: 169].

Данный мессенджер является социальной сетью, объединяющей не только широкий круг друзей, знакомых, коллег. Принципиально новой для своего времени являлась функция «пользователи рядом», которая позволяет заводить знакомства и достаточно непринужденно вступать в беседу с незнакомым человеком.

Большое значение Вичат имеет для экономического роста как отдельных компаний, так и Китая в целом. В допандемийный период доходы компании *Tencent* от социальных сетей *WeChat* и *QQ* выросли на 13% в 2019 г. до 22 млрд юаней (около 3 млрд долл., или около 40% всей годовой выручки в 54,6 млрд юаней)¹.

Современный социально-экономический уклад жизни китайского общества не мог не отразиться и на духовной сфере. Вичат и тут оказал влияние на духовно-религиозные практики и модель поведения китайских граждан. В социальной сети Вичат, представлены все три мировые религии – буддизм, христианство и ислам. Религиозные деятели в целях распространения своего учения создают публичные аккаунты. По состоянию на 2018 г. буддийских публичных аккаунтов насчитывалось 196, из них 20 аккаунтов южного буддизма, 52 – тибетского. Примечательно, что за прошедшие три года публичные аккаунты, посвященные буддизму, показали стремительный рост и достигли 568 аккаунтов, причем это только те аккаунты, которые в названии указали слово «буддизм» (佛教).

Все аккаунты условно можно разделить на несколько групп. Первая группа – это религиозные деятели, которые проповедуют свое учение в цифровом

¹ Зеленый гигант из Китая. – *Эксперт Online*. Доступ: <https://expert.ru/expert/2020/16/zelenyj-gigant-iz-kitaya/> (проверено 14.01.2022).

пространстве. По состоянию на данный момент в Вичат зарегистрированы 199 таких публичных аккаунтов. Вторая группа – это миряне, участники буддийских благотворительных организаций, которые реализуют различные социально-религиозные проекты. Многие миряне могут быть непостоянными участниками таких групп. Точное число подобных групп довольно сложно подсчитать в силу того, что они либо перестают функционировать, либо, наоборот, довольно часто создаются новые. Третья группа – это организации и лица, занимающиеся реализацией буддийской атрибутики через приложение. Они могут быть инкорпорированы с религиозными деятелями или религиозными группами. Таких аккаунтов на данный момент более 400.

Интерес представляет контент, который размещается в группах. Условно все содержание можно разделить на четыре темы: 1) система ценностей и восприятие мира; 2) течения и буддийские каноны; 3) цели изучения буддизма; 4) методы изучения буддизма.

Под влиянием новых тенденций старшие монахи также начинают обращать внимание на буддизм в Интернете. Некоторые религиозные деятели используют мессенджер *WeChat* для общения со своими сообществами последователей. Некоторые монахи используют его как дневник для записи и демонстрации своих практик самосовершенствования. Китайские монахи и монахини записывают свое духовное путешествие и свои практики самосовершенствования, чтобы поделиться ими в социальных сетях. Именно так происходит киберпаломничество [Ли, Алексеев-Апраксин 2021: 164].

Бурный рост социальных сетей создал определенный стереотип анонимности, благодаря которому возникает ощущение отсутствия непосредственного акта общения с собеседником. На самом деле в современных условиях киберобщение более подвержено цензуре и контролю со стороны государства. Это касается в т.ч. и социальной сети *WeChat*. Особое внимание со стороны китайского государства к религиозным вопросам не могло не отразиться на стремлении соответствующих органов защитить данную сферу от проникновения идей религиозного экстремизма. Правительство КНР предъявляет повышенные требования к управлению религиозными аккаунтами. Органы государственной власти постоянно обновляют технологии фильтрации потенциально опасного контента. В 2018 г. были внесены поправки в Положение по делам религий. Согласно принятым мерам, участие в религиозных информационных интернет-сервисах должно регулироваться соответствующими службами. Содержание религиозной информации должно соответствовать законам, постановлениям, правилам и положениям об управлении религиозными делами.

Статья подготовлена в рамках гранта РФФИ 20-011-00531 А «Российский буддизм и социальные медиа: цифровая трансформация буддийских сообществ».

Список литературы

Актамов И.Г., Самбуева О.В. 2021. Китайский мессенджер WeChat и его место в российском сегменте онлайн-образования. – *Власть*. Т. 29. № 1. С. 168-175.

Горбунова С.А. 2008. *Китай: религия и власть. История китайского буддизма в контексте общества и государства*. М.: ИД «ФОРУМ». 320 с.

Ли Л., Алексеев-Апраксин А.М. 2021. Феномен кибербуддизма в современном Китае. – *Миссия конфессий*. Т. 10. № 2(51). С. 160-166.

Connelly L. 2015a. *Toward a Typology and Mapping of the Buddhist Cyberspace*. –

Buddhism, the Internet, and Digital Media: The Pixel in the Lotus, (ed. by G.P. Grieve, D. Veidlinger). N.Y.: Routledge. P. 58-78.

Connely L. 2015b. Virtual Buddhism: Online Communities, Sacred Place and Objects. – *The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics*. Springer. P. 3869-3883.

Grieve G.P. 2016. *Cyber Zen: Imagining Authentic Buddhist Identity, Community and Practices in the Virtual World of Second Life*. N.Y.: Routledge. 278 p.

Grieve G.P., Veidlinger D. 2016. Buddhist Media Technologies. – *The Oxford Handbook of Contemporary Buddhism*. N.Y.: Oxford University Press. P. 469-483.

Huang W. 2016. WeChat Together about Buddha: The Construction of Sacred Space and Religious Community in Shanghai through Social Media. – *Religion and Media in China: Insights and Case Studies from the Mainland, Taiwan and Hong Kong*. London: Routledge. P. 110-128.

Kim M.-C. 2005. Online Buddhist Community: An Alternative Religious Organization in the Information Age. – *Religion and Cyberspace* (ed. by M.T. Hojsgaard, M. Warburg). Oxon: Routledge. P. 138-148.

Lee J. 2009. Cultivating the Self in Cyberspace: The Use of Personal Blogs among Buddhist Priests. – *Journal of Media and Religion*. Vol. 8. Is. 2. P. 97-114.

Ostrovskaya E., Badmatsyrenov T., Khandarov F., Aktamov I. 2021. Russian-Speaking Digital Buddhism: Neither Cyber, nor Sangha. – *Religions*. Vol. 12. Is. 6. 449.

Ostrowski A. 2015. American Cybersangha Building a Community or Providing a Buddhist Bulletin Board. – *Buddhism, the Internet, and Digital Media: the Pixel in the Lotus* (ed. by G.P. Grieve, D. Veidlinger). N.Y.: Routledge. P. 191-203.

Prebish Ch. S. 2004. The Cybersangha: Buddhism on the Internet. – *Religion Online: Finding Faith on the Internet* (ed. by L.L. Dawson, D.E. Cowan). London: Routledge. P. 135-150.

Religion and Media in China: Insights and Case Studies from the Mainland, Taiwan and Hong Kong. 2016. London: Routledge. 318 p.

Schlutter M. 2014. Buddhism in the Digital World. – *The Wiley Blackwell Companion to East and Inner Asian Buddhism* (ed. by M. Poceski). Chichester, UK: John Wiley. P. 505-522.

Tarocco F. 2017. Technologies of Salvation: (Re)locating Chinese Buddhism in the Digital Age. – *Journal of Global Buddhism*. Vol. 18. P. 155-175.

Veidlinger D. 2015. Introduction. – *Buddhism, the Internet, and Digital Media: the Pixel in the Lotus* (ed. by G.P. Grieve, D. Veidlinger). N.Y.: Routledge.

Xu Shengju, Campbell H.A. 2021. The Internet Usage of Religious Organizations in Mainland China: Case Analysis of the Buddhist Association of China. – *Human Behavior and Emerging Technologies*. Vol. 3. Is. 2. P. 339-346.

Zhang Ya. 2017. Digital Religion in China: A Comparative Perspective on Buddhism and Christianity's Online Publics in Sina Weibo. – *Journal of Religion, Media and Digital Culture*. Vol. 6. Is. 1. P. 44-67.

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

AKTAMOV Innokentii Galimalaevich, *Cand.Sci. (Ped.)*, Head of the Center for Oriental Languages Translation, Institute for Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (6 Sah'janovoj St, Ulan Ude, Republic of Buryatia, Russia, 670047); Associate Professor of the Chair of History and Regional Studies, Banzarov Buryat State University (24a Smolina St, Ulan-Ude, Republic of Buryatia, Russia, 670000; aktamov13@gmail.com)

SAMBUEVA Oyuna Bairovna, Senior Lecturer at the Chair of Far Eastern Countries Philology, Banzarov Buryat State University (24a Smolina St, Ulan-Ude, Republic of Buryatia, Russia, 670000; oyuun@mail.ru)

WECHAT AND TRANSFORMATION OF BUDDHIST PRACTICES IN CONTEMPORARY CHINA

Abstract. *Within the framework of this article, the authors attempt to identify the main trends in the mediatization of Buddhist practices in modern China. Religion in the PRC is a special area of governmental policy, the national and party elites pay serious attention to the institutionalization of religious communities. The religious sphere has always occupied a special place in the life of Chinese society. Religious syncretism allows the development of various currents, but they all are subordinated to public goals. Chinese Buddhism is currently one of the most popular religions in China in terms of the number of followers. Changes in the social life of modern society also affect religious practices. Based on the results of the study, the authors reveal that Chinese Buddhists, under the influence of certain factors, gradually begin to change their usual practices. One of the main tools and at the same time a form of digital Buddhism is the Chinese messenger WeChat (微信).*

Keywords: *China, Buddhism, digitalization, WeChat messenger*