

Бадмацыренов Тимур Баторович
Бурятский государственный университет
имени Доржи Банзарова,
г. Улан-Удэ, Российская Федерация
batorovitch@mail.ru

Актамов Иннокентий Галималаевич
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт монголоведения, буддологии, тибетологии
Сибирского отделения Российской академии наук,
г. Улан-Удэ, Российская Федерация
aktamov13@gmail.com

Буддийские онлайн-сообщества: цифровизация сакрального¹¹⁶

Аннотация. В данной статье предлагается рассмотрение процессов развития российского буддизма в социальных медиа. В настоящее время развиваются процессы медийной институционализации буддизма в сетевом глобальном пространстве. Социальные медиа представляют собой особое социальное пространство трансформации буддийских сообществ, которая не ограничивается использованием новых информационных технологий. Цифровая трансформация буддизма в новом формате онлайн-сообществ представляет огромный интерес для социологического исследования, поскольку за последние десятилетия сформировались и продолжают свое оформление социальные структуры буддийских онлайн-сообществ и буддийских религиозных практик в Интернете.

Ключевые слова: онлайн-сообщества; буддизм; Интернет; религиозные сообщества

Badmatsyrenov Timur Batorovich
Buryat State University,
Ulan-Ude, Russian Federation
batorovitsh@mail.ru

Aktamov Innokentii Galimalaevich
Institute for Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies
of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences,
Ulan-Ude, Russian Federation
aktamov13@gmail.com

Buddhist online communities: digitalization of the sacred

Abstract. This article offers an overview of the development processes of Russian Buddhism in social media. Currently, the processes of media institutionalization of Buddhism are developing in the global network space. Social media is a special social space for the transformation of Buddhist communities, which is not limited to the use of new information

¹¹⁶ Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 20-011–00531 «Российский буддизм и социальные медиа: цифровая трансформация буддийских сообществ»

technologies. The digital transformation of Buddhism in the new format of online communities is of great interest for sociological research, since over the last decades the social structures of Buddhist online communities and Buddhist religious practices on the Internet have been formed and continue to take shape.

Keywords: online communities; Buddhism; the Internet; religious communities

В настоящее время развиваются процессы медийной институционализации буддизма в сетевом глобальном пространстве. Социальные медиа представляют собой особое социальное пространство трансформации буддийских сообществ, которое не ограничивается использованием новых информационных технологий. Цифровая трансформация буддизма в новом формате онлайн-сообществ представляет огромный интерес для социологического исследования, поскольку за последние десятилетия сформировались и продолжают свое оформление социальные структуры буддийских онлайн-сообществ и буддийских религиозных практик в интернет-пространстве. Они имеют существенные отличия от традиционных офлайн-форм взаимодействия, принятых в традиционных буддийских общинах, привносят новые идеи, рефлексии и практики. Пользователи оказываются интегрированными в новые социальные практики, полем для которых выступают социальные сети. В этом пространстве устоявшиеся веками религиозные иерархии претерпевают существенные изменения.

В ходе проекта РФФИ № 20-011-00531 «Российский буддизм и социальные медиа: цифровая трансформация буддийских сообществ» исследовательским коллективом были выявлены особенности буддийских виртуальных сообществ в социальных сетях, построены модели сообществ пользователей-буддистов. В настоящее время продолжается исследование моделей буддийских сообществ разных направлений и выявления специфики взаимосвязи их онлайн и офлайн-активности. Гипотеза состоит в том, что под влиянием цифровизации в буддийских сообществах трансформируется социальная структура и социальные практики, а также формируется их новое идейное наполнение.

Этот процесс можно рассматривать как развитие цифровой религии, смешения онлайн и офлайн социальных структур, практик и идей. Множественность цифрового буддизма является продолжением неоднородности буддийского сообщества, которое интерпретируется через модель «двух буддизмов», впервые сформулированной известным исследователем американского буддизма Чарльзом Пребишем еще в 1979 году [Prebish, 1979: 51]. В ней он описал параллельное, но практически не пересекающееся сосуществование двух буддийских общин выходцев из Азии и американцев-конвертитов. Модель «двух буддизмов» часто используется для описания разных региональных случаев пересечения нескольких направлений буддизма.

Растущая популярность Интернета и проникновение в сеть религиозных организаций способствовали формированию особого научного направления, разрабатывающего новые подходы и методы изучения религии в интернет-пространстве. Теоретические рамки исследования религии в Интернете развивались от

изучения «кибер-религии», как религиозных практик, появившихся в компьютерных сетях, к «виртуальной религии», в призму которой попадали различия между «реальными» и новыми «виртуальными» религиозными структурами. В настоящее время активно развиваются исследования смешения онлайн и офлайн религиозных практик и сообществ и возникновения на этой основе гибридных форм «цифровой религии». В таком видении в интернет-пространстве и связанной с ним офлайн-деятельности происходит формирование новых форм религии, на которые оказывают воздействие и офлайн, и онлайн, а религиозные сообщества не только оказываются перед вызовами цифровой среды, но и активно её трансформируют.

Еще одним направлением осмысления текущих процессов развития религии стала концепция медиатизации религии, ведущая роль в формулировании которой принадлежит «Скандинавской исследовательской сети по изучению медиатизации религии и культуры». В работах Стига Хьярварда, разрабатывающего теорию медиатизации религии, описывается воздействие современных медиа на массовые представления о религии, идентичность верующих и их практики. Медиатизация религии происходит как развитие новых форм религиозной коммуникации и цифровых технологий, которые он разделил на три типа: религиозные медиа, журналистику о религии и банальную религию [Hjarvard, 2012: 21–44]. В рамках этого направления также можно выделить работы Н. Колудри и А. Хеппа, которые, продолжая феноменологию П. Бергера и Т. Лукмана, исследуют процессы медийного конструирования социальной реальности, в которой образы религиозных сообществ опосредуются медиа. В рамках этого подхода, исследуются процессы социального медиаконструирования реальности, охватывающего все стороны общественной и повседневной жизни людей. С этой точки зрения, религиозные онлайн-сообщества могут быть описаны как многоуровневая система конструкторов, среди которых все более значимую роль стали играть медиаплатформы [Couldry, Hepp, 2016].

К. Хэлланд предложил деление на «религию онлайн» (religion online) и «онлайн-религию» (online religion) [Helland, 2005: 1–16]. Религия онлайн предполагает прежде всего информирование пользователей о религии в целом, отдельных мероприятиях и т.п. 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. В 2006 году Кэмпбелл Х. определила четыре различающиеся в Интернете формы религии как онлайн сбор религиозной информации, онлайн ритуалы и богослужения, онлайн рекрутирование и миссионерская деятельность и религиозное онлайн-сообщество [Connely, 2015: 3869–3882]. Хотя позже, в 2010 году, К. Хэлланд признал, что предложенная им дихотомия становится все более «расплывчатой» и «смешанной», деление онлайн-религии и религии онлайн все еще служит важным инструментом в

описании различий в стратегиях религиозной виртуальной активности групп и индивидов. Кроме того, в последнее десятилетие появляется новый термин «цифровая религия» (digital religion) как описание технологического и культурного смещения пространства религиозных сфер онлайн и оффлайн. Религия в интернете несет отпечаток как онлайн-культуры с её интерактивностью и контентом, наполняемым пользователями, так и традиционной религии с верованиями и ритуалами, связанными с исторически возникшими сообществами [Campbell, 2006: 4–6].

В зарубежных буддологических исследованиях изучение буддизма в Интернете стало одним из наиболее перспективных направлений с весьма обширной тематикой, и многие монографии и сборники статей, посвященные изучению истории и современного состояния буддизма, включают разделы о буддизме в Интернете. Уже в 1994 году Гари Рэй предложил термин «киберсангха» для обозначения новых интернет-форм объединений верующих. Чарльз Пребиш в 2004 г. выделил три типа буддийских виртуальных сообществ [Prebish, 2004: 135–151]. Первый охватывает веб-страницы традиционных буддийских групп для удобства коммуникации и передачи информации. Второй тип представляет «виртуальные храмы», созданные традиционными сангхами для дополнения своих существующих оффлайн программ и храмов. Третий же представлен «чистыми онлайн-сообществами», не существующими оффлайн. Мортен Шлуттер выделяет два типа «буддийских» ресурсов: первый включает веб-сайты, созданные традиционными («доцифровыми») 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: 505–522].

В настоящее время исследователями отмечается, 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 отечественной науке проблемы цифровой трансформации затрагивались в работах Доржигушаевой М. В. и Дондукова Б. [Доржигушаева, Дондуков, 2016: 110–114].

Буддизм всегда стремился использовать новые достижения человеческой техники для обеспечения своих потребностей – распространения и сохранения учения. Идеино это укладывалось в концепцию «упайя каушалья» (upaikaushalya) – искусных средств – наиболее подходящих к условиям времени, места и аудитории способов передачи буддийских идей и практик. Считается, что первой печатной книгой стала «Алмазная сутра», напечатанная в IX веке в Китае [Grieve, 2016: 469]. В лице современных буддийских монахов и мирян развитие интернет-технологий сразу же обрело своих сторонников, они стали активно использовать их для трансляции буддийских идей, легитимации и расширения социальной и

экономической поддержки. В современном мире буддийские идеи и символы стали неотъемлемой частью пространства массовой культуры, что особенно ярко проявляется в Интернете. Миллионы людей получают и передают информацию буддийского содержания, хотя далеко не все из них являются членами религиозных сообществ и принимают участие в буддийских мероприятиях. Информация, связанная с буддизмом, представлена на миллионах сайтов, групп, форумов и иных веб-ресурсов. Так, Google по запросу «буддизм» выдает 3 850 000, а по его англоязычному варианту «Buddhism» – 74 700 000 результатов.

С развитием цифровых технологий вокруг буддийских сообществ формируется особая цифровая среда, элементами которой являются как специфически религиозные, так и нерелигиозные компоненты. Часть этой цифровой среды направлена на обеспечение нерелигиозной деятельности и включает программные продукты и интернет-ресурсы, которые используются практически всеми современными организациями или пользователями, от программ 1С до электронной почты. Другая часть включает специально созданные «буддийские» интернет-сайты, группы в социальных сетях, мобильные приложения и иные цифровые продукты, имеющие ярко выраженную буддийскую специфику.

Цифровые продукты дополняют среду буддийских общин возможностями современных технических и программных средств. Например, для подсчета числа начитываний определенных священных текстов или простираний (полных земных поклонов с простираем всего тела перед священными объектами) современные буддисты могут использовать электронные устройства. С распространением смартфонов и мобильного Интернета все более расширяется рынок «буддийских» мобильных приложений, которые доступны через iTunes, Google Play и Windows Phone Store. Они позволяют посредством мобильных устройств получать доступ к информации и услугам, предоставляемым буддийскими сообществами.

Необходимо отметить, что описанные выше приложения предполагают уже включенность в буддийскую религиозность. В этом направлении самые широкие возможности для включения верующих в буддийскую цифровую среду предоставляют социальные сети, ставшие новым пространством религиозного взаимодействия, где возникают онлайн-сообщества, в которых пользователи могут вступать в отношения с сакральными объектами, минуя традиционные религиозные центры. Это побуждает буддийские сообщества переносить часть своих действий в сети, где они стремятся воспроизвести устоявшиеся формы религиозных практик, что приводит к возникновению новых онлайн практик.

Буддийская традиционная сангха России? одна из крупнейших буддийских организаций России, создала сайт <http://sangharussia.ru/>, телеканал, радиостанцию, паблики в социальных сетях и мобильное приложение. БТСР вошла в глобальное медийное поле с целью продвижения буддийского мировоззрения и привлечения последователей. Ключевым персонажем цифровой среды БТСР стал Пандито Хамбо

лама Д.-Д. Итигэлов. Отметим, что вокруг его неординарной фигуры возникли и регулярно воспроизводятся множественные системы смыслов и взаимодействий культового и светского характера, в целом, формируется особая инфраструктура сакрального, продуцирующая новые культовые практики – создание Института Хамбо ламы Итигэлова, проведение множества международных научных конференций и симпозиумов, пытающихся разгадать тайну «нетленного тела», издание книг, создание фильмов и т.д. Под его именем функционирует один из храмов Иволгинского буддийского монастыря-дацана, а также воссоздается Янгажинский дацан, в котором он был настоятелем. Само нетленное тело Пандито Хамбо ламы Итигэлова находится в Иволгинском дацане, где каждый желающий может приблизиться к нему для «поклонения». Социальные сети размыли и трансформировали границы между сакральным и профанным, открыв широкие возможности «симуляции» священного. Анализ такого взаимодействия показывает, что 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 действия, где трансцендентные объекты становятся более реальными, а реальные объекты, в том числе и люди, превращаются в виртуальные [Бадмацыренов, Скворцов, Хандаров, 2018: 340].

Интернет стал полем построения новой системы отношений, существенно отличающейся от традиционного однонаправленного религиозного взаимодействия, когда религиозные авторитеты-священнослужители направляют верующих в приложении вероучения и практики в их реальной жизни. В этой новой коммуникации верующие стали напрямую взаимодействовать друг с другом, зачастую ставя под сомнение авторитет религиозных центров. Можно связать эти процессы децентрализации религиозных систем с более общим контекстом становления «религиозной современности» (*religious modernity*) – индивидуализированного рассредоточения и одновременно – распада религиозных кодов, которые поддерживали общие определенности (*certainties*) среди религиозных сообществ [Эрвье-Леже, 2015: 256].

Социологические исследования показывают, что для многих традиционных верующих буддизм имеет значение как этнорелигиозная традиция, в то время как для священнослужителей и членов мирских сообществ более важны философские и практические аспекты [Бадмацыренов, 2017: 143–144]. Существенные различия в реальной религиозной практике и идентичности транслируются и в социальных сетях. Индивидуализация религии не является постмодернистским изобретением, а выступает «кульминацией долгого модерного процесса», в результате которого люди стали отделять себя и свою личность от социального или божественного порядка, а смыслы своего присутствия в мире искать в поиске счастья и благополучия [Эрвье-Леже, 2015: 262]. В развитие этого процесса переосмысления религии, буддизм в

социальных медиа стал полем производства и потребления символического престижа. По мнению Доржигушаевой О. В. и Дондукова Б., «практически все крупнейшие сообщества в российской социальной сети ВКонтакте созданы неопитами», причем, «это является следствием более осознанного интенсивного интереса к буддийским учениям как к новому и неизведанному. Большая осведомленность и активное освоение буддийской литературы в переводах делает неопитов более способными к созданию буддийского контента, а, следовательно, и буддийских сообществ в сетях» [Доржигушаева, Дондуков, 2016: 111]. «Внеэтнический» буддизм на Западе стал пространством активного конструирования, где ему придаются черты, совпадающие с ценностными установками современного постмодерного общества. Буддийские сообщества в массовом сознании часто представляются как не имеющие жестко закрепленных стандартов членства и иерархии и основанные на сознательном волонтаристском действии. Вместе с тем, закрепление и соблюдение таких стандартов для буддийских сообществ является важнейшим направлением деятельности. Социальные границы воспроизводятся через причисление и членство в сообществе и для буддийских онлайн-сообществ вопросы буддийской идентичности постоянно находятся на переднем плане, что отражается в ключевых формах сетевой активности.

Интернет позволяет создать внепространственную организацию религиозного взаимодействия, построить информационный обмен, координировать и 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 интернет-активности религиозных сообществ.

Библиографический список

Бадмацыренов Т. Б. Религиозные практики в структуре культовой системы буддизма современной Бурятии// Власть. 2017. № 1. С. 139–144.

Бадмацыренов Т. Б., Скворцов М. В., Хандаров Ф. В. Буддийские цифровые практики трансцендентности: VK-сообщество "Хамбо Лама Даши-Доржо Итигэлов"// Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 2 (144). С. 340.

Доржигушаева О. В., Дондуков Б. Влияние информационных технологий на развитие буддийских сообществ России// Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2016. Том. 35. № 3 (224). С. 110–114.

Эрвье-Леже Д. В поисках определенности: парадоксы религиозности в обществах развитого модерна// Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2015. № 1 (33). С. 252–268.

Campbell H. Religion and the Internet// Issue of Communication Research Trends. 2006. Vol. 25. P. 4–6.

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

Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality: society, culture, mediatization. Cambridge, UK.: Malden, MA: Polity Press, 2016. 372 p.

Grieve G. P., Veidlinger D. Buddhist Media Technologies. The Oxford Handbook of Contemporary Buddhism. Ed. by M. Jerryson. New York: Oxford University Press. 2016. 760 p.

Helland C. Online religion as lived religion methodological issues in the study of religious participation on the Internet// Online – Heidelberg Journal of Religions on the Internet Volume. 2005.

Hjarvard S. Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion.// S. Hjarvard & M. Lövheim, Mediatization and Religion: Nordic Perspectives. Nordicom, Göteborg. 2012. P. 21–44.

Prebish Ch. S. The Cybersangha: Buddhism on the Internet.// Religion online: Finding faith on the Internet. London: Routledge. 2004. P. 135–151.

Prebish Ch. S. American Buddhism. North Scituate, Mass.: Duxbury Press, 1979. 220 p.

Schlutter M. Buddhism in the Digital World.// The Wiley Blackwell Companion to East and Inner Asian Buddhism. Ed. by M. Poceski. Wiley Blackwell. 2014. P. 505–522.