



УДК 304.44

DOI <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2018.24.64>

## **Big Data в исследовании вовлеченности молодежи в виртуальный «религиозный рынок»**

О. Ф. Лобазова

*Российский государственный социальный университет, г. Москва*

Г. Б. Никипорц-Такигава

*Российский государственный социальный университет, г. Москва  
Кембриджский университет, г. Кембридж, Великобритания*

**Аннотация.** Описана методология, структура, содержание и предварительные результаты мониторинга вовлеченности молодежи в виртуальный «религиозный рынок» как части проекта исследовательской группы гуманитарного факультета Российского государственного социального университета «Мониторинг и профилактика антисоциального поведения молодежи на основе Big Data и коммуникации в социальных сетях». Во-первых, раскрыт авторский подход к пониманию «религиозного рынка», на основании ряда критериев проведено различие между «белым» и «черным» его сегментами. Во-вторых, представлены перспективы анализа киберактивности молодых российских граждан средствами технологии Big Data и оригинальной системы «Социально-политический инсайдер», которая позволяет вести в социальных сетях мониторинг социального самочувствия и настроений различных групп населения. В-третьих, обсуждены результаты, полученные в ходе апробации модели мониторинга, и сформулированы прогнозы относительно «окон возможностей», которые раскрываются перед субъектами виртуального «религиозного рынка» и исследователями процессов религиозной жизни. Выводы, завершающие статью, предлагают увидеть позитивный результат, который разные социальные субъекты могут достичь, правильно используя результаты мониторинга вовлеченности молодежи в виртуальный «религиозный рынок», что окажет влияние на состояние российского общества, повысив его сплоченность.

**Ключевые слова:** виртуальный «религиозный рынок», Big Data, мониторинг социальных сетей.

**Для цитирования:** Лобазова О. Ф., Никипорц-Такигава Г. Б. Big Data в исследовании вовлеченности молодежи в виртуальный «религиозный рынок» // Известия Иркутского государственного университета. Серия Политология. Религиоведение. 2018. Т. 24. С. 64–77. <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2018.24.64>

### **Введение**

Киберинформация и киберкоммуникация во многом определяют образ современной цивилизации, являясь важнейшим ресурсом культурной и социальной глобализации. Формирование всемирного информационного пространства, в котором с помощью телекоммуникационных сетей совершается общение между представителями различных наций, культур и вероисповеданий, является одним из главных положительных следствий умножения каналов взаимодействия. Но тематическое и содержательное многообразие доступной для

обычного потребителя информации становится и негативным фактором, когда личность под давлением слишком большого для нее потока информации оказывается не в состоянии сделать правильный выбор. Постмодернистская парадигма, в соответствии с которой сформировано значительное число материалов Интернета о социально-культурной сфере, поощряет многообразие взглядов, провозглашая даже самые шокирующие из них не провокацией или глупостью, а «только лишь “своей правдой”» [6, с. 226]. В этой ситуации самые различные силы, в том числе радикальные и экстремистские, ведут в киберпространстве борьбу за потенциальных последователей партий, движений, объединений.

Определенный сегмент в киберпространстве занимает явление, называемое в рамках «новой парадигмы» западной социологии религии «религиозным рынком» и являющееся частью глобального рынка информации, на котором предлагается весь спектр возможных вариантов, в том числе антисоциальных.

Наиболее активно этот рынок функционирует в пространстве социальных сетей. Социальные сети стали площадкой, где наряду со всем тем, что является положительным (например, быстрое предоставление новых знаний), прочно обосновались отрицательные тренды – широко применяются технологии и распространяются материалы, содержащие угрозу личной безопасности и нарушающие этические нормы и права личности. В связи с этим Доктрина информационной безопасности Российской Федерации ставит задачу разработки эффективных средств противодействия технологиям манипулирования сознанием и развития методов государственного управления, направленных на защиту информационного пространства страны и безопасности ее граждан<sup>1</sup>.

Решение таких задач нередко видится в организации фильтрации контента, предлагаемого различными каналами информации и коммуникации, и отсеивании нежелательного содержания. Но мировая практика показала, что фильтрация, и особенно блокировка Интернета и его продуктов, является малоэффективной. Гораздо более продуктивным видится предупреждение возможного негативного воздействия антисоциальных идей «религиозного рынка» на молодых россиян путем распространения достоверной информации и организации позитивного онлайн-взаимодействия. Очевидно, что первым шагом в реализации такой задачи выступает мониторинг качества распространяемой информации и содержания проблематики коммуникативных каналов в социальных сетях. Такой мониторинг в различных сегментах Интернета реализуется с помощью технологии Big Data (Большие данные). Решению проблемы практической организации исследования вовлеченности молодежи и подростков в асоциальные и деструктивные сегменты виртуального «религиозного рынка» посвящен проект гуманитарного факультета Российского государственного социального университета «Мониторинг и профилактика антисоциального поведения молодежи на основе Big Data и коммуникации в социальных сетях».

---

<sup>1</sup> Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс] : указ Президента РФ от 5 дек. 2016 г. № 646 // Президент России : офиц. сайт. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460> (дата обращения: 15.04.2018).

### **Виртуальный «религиозный рынок»: «белый» и «черный»**

«Религиозный рынок» мы понимаем как фрагмент социальной реальности, в котором сопряжение материальных и идеальных элементов бытия объективировано в отношениях, возникающих в ходе обмена товарами, услугами, идеями и настроениями, имеющими непосредственную связь с вероисповеданиями. «Религиозный рынок» – это явление, постоянно возобновляемое за счет своей связи с остальными частями общественной системы посредством множества каналов. Но до определенного времени способы функционирования этого рынка были привязаны к традиционным каналам взаимодействия, которые особенно эффективно использовались крупными религиозными организациями, представляющими мировые религии. Появление киберпространства изменило распределение сил, поскольку это пространство было инициативно освоено, прежде всего религиозными объединениями, которые раньше были аутсайдерами. Это резкое нарушение прежней картины религиозной жизни заставило исследователей искать причины происходящим изменениям, в том числе по аналогии с экономической сферой. И хотя «новая парадигма» западной социологии религии всех явлений и процессов современной религиозной жизни объяснить не может, и самими ее создателями было признано, что «применение «новой парадигмы» не универсально» [5, с. 210], этот подход принес исследователям достаточно много положительных результатов.

Современный «религиозный рынок» как в социальной, так и в виртуальной реальности существует как конгломерат разнообразных и разнонаправленных акторов. Часть из них действительно осуществляет свои планы и цели по законам конкуренции, свойственным сфере материального производства и обмена, где главенствуют правила экономического регулирования, прагматического по существу. Другая же часть акторов «религиозного рынка» развивается как составная часть сферы информационного обмена, то есть на стыке материального и духовного производства, где прагматические правила выгоды диалектически сочетаются с ценностями, игнорирующими критерии моментальной выгоды. Именно эта вторая часть «религиозного рынка» является более значительной и значимой, несмотря на активность и ураганные темпы роста, которые демонстрирует первая часть «религиозного рынка».

Традиционные для российского общества религиозные организации хотя и участвуют в виртуальном «религиозном рынке», но категорически не соглашаются с тем, что правила, регулирующие систему экономических отношений, должны определять деятельность приверженцев вероучений по распространению своих убеждений, а тем более служить критерием степени религиозности.

Присоединяясь к мнению о пагубности прямого переноса технологий стимуляции материального производства и потребления на сферу духовного производства и потребления, мы не отрицаем исследовательских перспектив «новой парадигмы» и предлагаемых ею подходов. Сущность и операциональные возможности этих взглядов отечественными учеными достаточно полно освоены [1; 3; 8] и потому могут успешно применяться. Но, с нашей точки зрения, это не делает обязательным прямое транслирование на российскую действительность выводов западных исследователей о необходимости тотального

плюрализма в религиозной сфере и о желательности государственной политики, такой плюрализм и конкуренцию поощряющей. Применение же исследовательского аппарата, свойственного «новой парадигме» социологии религии, может помочь изучить состояние дел в российском сегменте социальных сетей, то есть в интересующей нас части виртуального «религиозного рынка».

В киберпространстве религия представлена в нескольких ракурсах. Так, В. И. Ивлева считает необходимым выделить следующие «способы присутствия религиозных организаций в киберпространстве» [2, с. 96]: сайты и страницы в социальных сетях с функциями чата; виртуальные часовни; библиотеки и видеотеки; блоги. И во всех этих формах осуществляют свою деятельность акторы различного свойства – просоциальные, условно называемые нами «белым сектором», и антисоциальные, которые назовем «черным сектором» (или «черным рынком»).

«Черный сектор» виртуального «религиозного рынка» представлен теми организациями, которые уже признаны государством незаконными или могут быть признаны таковыми, если их деятельность будет подвергнута правовой экспертизе. Киберактивность таких субъектов осуществляется при помощи провайдеров, которые находятся вне поля действия российского законодательства и специальных служб, их создатели и модераторы полностью анонимны, процесс взаимодействия с членами создаваемых сообществ организован по правилам конспирации, истинные цели и способы влияния на сообщество тщательно маскируются. Использование подобными акторами закрытых коммуникационных систем осложняет мониторинг содержания их деятельности, но полная закрытость достигается ими только на вторичном этапе. А процесс вовлечения новых участников в деструктивные сообщества все равно начинается в открытых сегментах социальных сетей и потому поддается исследованию.

Деятельность объединений деструктивного характера (политических, коммерческих, псевдопедагогических и псевдоцелительских культов, групп массовой психотерапии, религиозных культов), т. е. групп, добывающих обладания неким «благам» в условиях отстраненности от жизни остального общества, направлена на разрушение целостности личности и ведет к самоуничтожению человека. Объединения, использующие для своих манифестов религиозные символы, эксплуатируют пока так и не восполненную тягу современных людей к духовности, придавая стремлению к осмыслению жизни извращенные и опасные формы. Присутствие таких акторов в киберпространстве и создает «черный рынок» религиозных идей, который необходимо исследовать с целью пресечения его негативного влияния.

«Белый сектор», по нашему мнению, включает в себя те формы киберактивности, в составе которых нет специальных способов сокрытия целей и технологий воздействия, создатели и модераторы ресурсов не используют полную анонимность (хотя могут прибегать к псевдонимам), а провайдеры подконтрольны российскому законодательству. Тем не менее и в этом «белом секторе» присутствуют радикальные и даже экстремистские (например, некоторые неоязыческие и националистические) сообщества, использующие религиозную лексику и символику для пропаганды собственных взглядов. В этом же секторе

виртуального «религиозного рынка» осуществляют свою деятельность нетрадиционные для российского культурного пространства религиозные организации и объединения, относимые российскими традиционными конфессиями к разряду сект, но не являющиеся таковыми для общества других стран. Кроме того, в «белом секторе» присутствуют и те деятели, которые представляют фанатично настроенных верующих, относящих себя к традиционным российским религиозным организациям, но борющихся за собственное понимание догматов и нравственных норм вероучения.

И конечно, «белый сектор» – это пространство для деятельности традиционных российских религиозных организаций, которые активно и заинтересованно осваивают Интернет.

«Белый сектор» виртуального «религиозного рынка» более объемный и разнообразный, чем его антипод, и все его участники связаны не только с религиозными сообществами, но и со многими другими – участвуют в общении по разным темам, совершают покупки, смотрят рекламу и заходят на YouTube, запрашивают иную информацию и оценивают ее. Но наличие огромного массива данных не мешает исследовать вовлеченность личности в «религиозный рынок», а, наоборот, помогает, если использовать методологию анализа Больших данных.

### **Big Data как метод мониторинга «религиозного рынка»**

Название Big Data сегодня применяют как минимум в трех вариантах: просто большие массивы данных, полученных из киберпространства; большие массивы данных с множественными разнородными признаками, соответствующие критерию «значительного многообразия»; а также способ анализа больших объемов информации и сами методы обработки больших массивов данных. В любом из этих значений Big Data подразумевают автоматизированную или полуавтоматизированную машинную обработку большого числа «сырых» данных или подготовленной дисперсной выборки. Возможности Big Data используются для изучения потребительского поведения и соответствующего таргетирования рекламы в торговле, экономике, банковской сфере, в управлении коммунальным хозяйством, транспортом и медицинскими услугами. Именно эта широкая практика показала, что доступ к управлению ресурсами Интернета, который дает методология Big Data, должен быть регламентирован, так как киберпространство усиливает возможность манипулирования сознанием и поведением пользователя социальных сетей, возрастающую тем более, если он молод и недостаточно образован. Возникает вопрос: можно ли использовать сами соцсети как противовес манипуляциям? Решению этой проблемы посвящен проект гуманитарного факультета Российского государственного социального университета (РГСУ) «Мониторинг и профилактика антисоциального поведения молодежи на основе Big Data и коммуникации в социальных сетях».

Выбрав Big Data соцсетей (совокупность всех открытых данных об активности) как материал, мы построили методологию мониторинга на основе нашего понимания сущности информационного влияния, осуществляемого в пространстве социальных медиа. Поскольку Big Data являются «зоной» сосредоточения интересов, сообществ, субкультур, пользующихся приоритетным спро-

сом среди подростков и молодежи, то, помимо предмета мониторинга, социальные сети – это также платформа (место) и механизм (средство), при помощи которых можно осуществлять превентивные меры, ограничивающие или минимизирующие негативное информационное воздействие.

В ходе организации и проведения мониторинга была использована созданная группой исследователей РГСУ система «Социально-политический инсайдер». Эта система позволяет осуществлять мониторинг заданных источников в основных социальных сетях по ключевым словам или фразам, работать с тональностью сообщений и собрать столько информации о пользователях социальных сетей, сколько нужно для конкретной научной или прикладной задачи. Проект в целом позволяет выявлять очаги напряжения, исследовать и проводить профилактику по нескольким направлениям: политический экстремизм (квазипартии, НКО, ассоциации и объединения); религиозный экстремизм (секты и культы); ментальный экстремизм (группы смерти); социальный экстремизм (фанаты спорта и масс-кумиров). Конкретную задачу – исследовать участие молодежи в потреблении информационных продуктов виртуального «религиозного рынка» и разработать комплекс мер против вовлечения молодежи в деструктивные религиозные культы – поставил перед командой проекта Синодальный комитет по делам молодежи Русской православной церкви.

Мы приступили к мониторингу на основе уже проверенных подходов, наработанных нами результатов, методов и инструментов. Прежде всего были задействованы данные, полученные в результате «Исследования архетипов молодежи современной России (на основе отечественных продуктов массовой культуры)», выполненного по заказу Федерального агентства по делам молодежи (ФАДМ), а также разработанные в рамках того же проекта ФАДМ рекомендации [9] по системе информационных фильтров для предотвращения негативного влияния информационных потоков на молодежь.

Когда речь идет об исследовании настроений подростков и молодежи, то есть группы, активно вовлеченной в киберпространство, да и еще и в ракурсе деятельности именно в киберпространстве, тогда Big Data становятся единственно возможным, действительно эффективным способом проанализировать ситуацию. Уже упомянутая выше система «Социально-политический инсайдер» позволила вести сбор данных на основе ключевых слов в социальных сетях в совокупности выбранных источников, дальнейшую отгрузку данных за определенный период, их кластеризацию и систематизацию в зависимости от поставленной задачи и создавать аналитические и прогнозные отчеты. Особенностью интерфейса нашей системы и его преимуществом, существенно превосходящим имеющиеся на рынке, является то, что он кастомизируется под нужды любой задачи и любого заказчика и настраивается в ходе работы. Наш веб-интерфейс состоит из модуля авторизации, личного кабинета, сохраняющего настройки тем, ключевых слов и отчетов, а также функции выгрузки отчетов в формате csv, xlsx и содержит сообщения с выделенными параметрами за указанный период. Отчеты в формате doc, docx, pdf формируются из заранее созданных шаблонов и при необходимости корректируются вручную, на основании выгруженных данных в формате csv, xlsx.

Располагая такой методологической и практической базой, мы сформировали три группы участников и провели апробирование рабочей модели.

Священноначалие Русской православной церкви и большая часть чинов церковной иерархии хорошо осведомлены о принципах работы Интернета и преимуществах, которые он открывает. В связи с тем что наши заказчики (первая группа участников мониторинга) оказались технически грамотными и горячо заинтересованными в получении реальной картины происходящего, задачи их подготовки к участию в мониторинге были достигнуты сравнительно быстро, что выгодно отличает сегодня интеллектуальный штаб церкви от аналогичных структур государственного чиновничества.

Аналитиков (вторую группу участников мониторинга) мы обучали практикам мониторинга, способам настраивания системы для корректности сентимент-анализа, выявления тенденций, фиксации неявных процессов, описания полученных данных, прогнозирования дальнейшего развития ситуации и визуализации полученных результатов анализа и прогноза. Было выявлено, что основными востребованными компетенциями в группе аналитиков является знание особенностей сетевого общения молодежи, современные и постоянно уточняемые представления о предпочтениях молодежи относительно многочисленных интернет-платформ.

Для осуществления профилактической и ресоциализирующей коммуникации были подготовлены медиаторы (третья группа участников мониторинга) – команда тех, кто может работать на преодоление негативных процессов, общаясь напрямую с сообществами социальных сетей и отдельными пользователями. С учетом имевшейся и полученной квалификации эти специалисты представляют собой высокоэффективный «отряд быстрого реагирования», способный оперативно включиться в сетевое общение с группами риска. Костяк группы медиаторов составили старшекурсники, получающие специальность «Теология», что было обусловлено проблематикой мониторинга и последующей за ним коммуникации с выявленными группами риска. Было установлено, что основными компетенциями, необходимыми для эффективной деятельности медиаторов, являются знания норм общения с девиантными личностями и умения применять способы психологической самозащиты.

### **Результаты: «окна возможностей»**

Первоначально методика мониторинга была апробирована в исследовании сравнительно небольшого сегмента аудитории социальной сети «ВКонтакте», который составляют студенты РГСУ (25 тыс. обучающихся). По вероисповедному признаку пользователи, которых мы идентифицировали как наших студентов, позиционируют себя как православные (49 %), мусульмане (15 %), буддисты (3 %), иудеи (1 %), атеисты (22 %), равнодушные к религии (10 %). По данным за 2017 г., все 100 % студентов хотя бы один раз в течение этого периода заходили на тематические сайты и страницы, связанные с религией. Среди причин, которые побуждали наших студентов к таким действиям, были: 1) учебные цели (поиск осуществлялся в соответствии с темами докладов и рефератов по дисциплинам «Философия», «Культурология», «История», «Социо-

логия», «Психология и педагогика»); 2) поиск детализирующих ответов (запросы отражали цель получить уточняющее разъяснение смысла или формы культурных действий различных вероисповеданий); 3) без видимой цели, случайно (в связи с наличием на посещаемой странице рекламы или триггера, ведущих на страницу религиозного содержания); 4) запрос о помощи в конкретной жизненной ситуации (желание получить консультацию от эксперта в сфере религиозной морали о возможных вариантах этического выбора и его последствиях); 5) стремление к саморазвитию (поиск материалов по тегам, отражающим тематику развития личности).

Среди наиболее посещаемых сайтов, на которых наши студенты целенаправленно вели поиск информации, были: а) общедоступные тематические библиотеки и видеотеки; б) официальные сайты религиозных организаций, традиционных для российского культурного пространства; в) индивидуальные страницы религиозных деятелей, ведущих проповедь и консультации в чатах и на форумах; г) сайты организаций, ведущих научные исследования, и сайты СМИ, освещающих события религиозной жизни. Полагаем, что можно отметить как положительный тренд то обстоятельство, что обращения на сайты религиозных организаций, библиотек и видеотек совершались по преимуществу по рекомендациям из рабочих программ учебных дисциплин, разработанных нашими преподавателями. То есть в большинстве случаев студенты находили запрашиваемую информацию в источниках, не вызывающих сомнения в своей достоверности и лояльности.

В формате общения между студентами периодически возникали дискуссии по вопросам, связанным с религиозной тематикой. Наиболее активно в прошлом году обсуждались следующие темы, сформулированные по инициативам отдельных пользователей: 1) «Как экстремисты и террористы вербуют в свои ряды новых сторонников?»; 2) «Роскошь в жизни высших иерархов церкви»; 3) «Правильно ли выбирать веру, которую никогда не исповедовали в твоём народе?»; 4) «Что делать, если тебя оскорбляют за твою религию?»; 5) «Имеет ли право «препод» пропагандировать свои религиозные взгляды на занятиях?»; 6) «Кто такие экстрасенсы».

Первая из приведенного перечня тема имела прямое отношение к проблеме религиозной деструктивности, в ходе дискуссии с ней оказались логически связаны третья и четвертая темы, а в процессе обсуждения шестой темы участники, начав с обмена эмоциями по поводу различных «чудес», постепенно вышли на проблему разлагающего влияния «лоскутной религиозности» и самого «религиозного рынка».

В целом все перечисленные темы содержали в себе определенный деструктивный потенциал, и площадки их обсуждения могли быть использованы для пропаганды нетерпимости по религиозному признаку и призывам к экстремизму. Однако обсуждение по всем перечисленным темам велось довольно корректно и завершилось, достигнув достаточно взвешенного и общественно приемлемого мнения.

Сразу было замечено, что пользователи, выступающие под «никами», во всех дискуссиях поддерживают более агрессивный тон, используют провока-

ционные высказывания для привлечения внимания к своей персоне, часто меняют мнения, допуская немотивированный переход к противоположной позиции, демонстративно игнорируют ответную реакцию. Тогда как пользователи, которые общаются в Сети под своими реальными именами и фамилиями, высказываются более взвешенно, а свои острые и эмоциональные утверждения разъясняют, стремясь к положительным откликам от остальной аудитории. Подчеркнем, что в обработанном массиве данных мы не встретили значимых проявлений троллинга либо буллинга участников дискуссий по причине вероисповедной принадлежности или с использованием негативных характеристик по данному признаку. И пользователи, контактирующие под своими реальными именами, осознанно поддерживают атмосферу веротерпимости и позитивного настроения.

Однако в случае обращения за консультацией к священнослужителю по конкретному жизненному случаю все пользователи стараются придать анонимность своей просьбе, рассказывая о себе в третьем лице («один мой друг», «моя знакомая девушка» и т. п.). Подобные попытки переадресовать проблему и скрыть свою уязвимость вполне объяснимы, используются не только в киберпространстве, но в нем они наиболее распространены.

Во всех проанализированных материалах нам не встретились знаки присутствия среди наших студентов сколько-нибудь значимых элементов религиозного радикализма и экстремизма, а тем более «следов» деструктивных религиозных культов. Мы полагаем, что, с одной стороны, это адекватно отражает атмосферу общего неприятия религиозного экстремизма и радикализма, существующую в нашей студенческой среде, где верность идеалам гражданственности и нормам межкультурного диалога есть условие будущей профессиональной состоятельности. Но с другой стороны, мы понимаем, что носителей религиозной деструктивности выявить простыми способами не всегда удастся. Тем более что в социальных сетях современные пользователи создают несколько аккаунтов и только одним из них пользуются для «официального» общения, тогда как остальные позволяют ему поддерживать многочисленные контакты на условиях полной анонимности – это явление уже отмечено [4] как усложняющее любые исследования обстоятельство. Эту полную анонимность, в которой с расчетом на бесконтрольность и безнаказанность так заинтересованы некоторые люди, и обещают отдельные религиозные объединения [7], осуществляющие политику прозелитизма.

Основываясь на полученных результатах и рассчитывая на дальнейшее продвижение нашего проекта, мы выдвигаем несколько предположений об «окнах возможностей», которые раскрываются перед участниками виртуального «религиозного рынка» и перед его исследователями.

Во-первых, совершенствование технических возможностей, обеспечивающих присутствие человека в киберпространстве, увеличит число тех пользователей, которые захотят сохранять в Сети анонимность своего вероисповедного выбора и полностью скрыть его от общества в реальности. И это касается не только тех, кто склонен к радикализму или эпатажу в выражении своих религиозных убеждений, но и сторонников научного атеизма, которым сегодня

комфортнее создавать свои сообщества в Сети, а не противостоять другими способами наступающему, по их мнению, клерикализму. Этот тренд, по нашему мнению, сохранит благоприятные условия для деятельности деструктивных элементов, но и, с другой стороны, будет стимулировать наш поиск способов противодействия им.

В-вторых, религиозные организации, традиционные для российской культуры, будут вынуждены осваивать чужие для них правила деятельности в киберпространстве, в том числе «религиозный маркетинг». Но в связи с имеющимися у них колоссальными запасами прочности и ментальной укорененностью они внесут в этот процесс свои ценности и принципы, корректируя правила «религиозного рынка», отнюдь не меняя сущность своих вероисповеданий и основные формы своей деятельности в реальном социуме. Через некоторое время это поменяет соотношение «белого» и «черного» сегментов виртуально-го «религиозного рынка» в пользу первого.

В-третьих, новые религиозные движения, активно использующие «религиозный маркетинг», через некоторое время будут вынуждены повторять путь производственно-торговых компаний, постоянно укрупняясь и разукрупняясь, меняя собственников, проводя ребрендинг, модифицируя учение и т. д. Это приведет (и приводит уже сейчас) к обесцениванию их учений, падению спроса на конкретные предложения и отсутствию исторической перспективы у подобных объединений, которые так и не смогут стать идеологией целых народов. Однако это не снижает опасности вовлечения сейчас живущих людей в те деструктивные объединения, которые находятся в настоящий момент на «пике формы».

В-четвертых, тип взаимоотношений между государством и церковью, инициированный государством, детерминирует формирование религиозного сознания и поведения в обществе. Приоритет либеральной модели идейного плюрализма и многообразия «религиозного рынка» создаст условия для распространения «мозаичной» или «лоскутной религиозности», объединяющей адептов в узких рамках «клубов по интересам», которые не могут выполнить объединяющей функции в обществе. Если же плюрализм идей будет развиваться в формате полифоничности, сочетающей толерантность к просоциальным явлениям с интолерантностью к антисоциальным, скорее всего, среди наших граждан будет по-прежнему преобладать вероисповедный выбор, который позволит человеку идентифицироваться в составе действительно большой группы, способной на эффективное совместное социальное действие, что помогает достичь желаемого и необходимого для российского общества уровня солидарности и согласованного взаимодействия.

Во всех четырех прогнозируемых аспектах роль исследователя религиозной жизни общества чрезвычайно высока, а степень его методологической компетентности и технологической оснащенности определяет эффективность возможного влияния на происходящее. Мы полагаем, что мониторинг процессов, происходящих в киберпространстве, с использованием методологии Big Data – это наиболее перспективный и результативный способ исследовать, а затем и позитивно повлиять на все стороны религиозной жизни общества. Наличие же уже апробированной модели и инструментов мониторинга и про-

филактики вовлеченности молодежи в деструктивные зоны виртуального «религиозного рынка» переводит исследования киберпространства из разряда желаний на уровень действительности.

### **Выводы**

Киберпространство, виртуальный «религиозный рынок» – это, кроме пространства свободного обмена полезной и необходимой информацией, место, где ведется деструктивное воздействие не только на молодежь, но на всех пользователей, при этом ведется индивидуально, анонимно, вне этических и эстетических рамок и норм и потому, к сожалению, продуктивно. Научному сообществу необходимо сконцентрировать внимание на междисциплинарном анализе отражающих социальную реальность потоков информации и проводить его посредством Больших данных Интернета, которые обладают колоссальным потенциалом для идеологического воздействия. Наш проект позволяет выявить темы и зоны деструктивного воздействия и противостоять им. Использование методологии Big Data позволяет работать с любыми проблемами и темами, в любых зонах и на любых платформах. И, в конечном счете, решать задачи формирования у молодежи гражданской ответственности, навыков соблюдения личностной безопасности, устойчивости к экстремистским воздействиям различного толка.

Мы полагаем, что в ходе дальнейшего масштабирования нашего проекта будет достигнуто несколько результатов. Институты гражданского общества и органы власти смогут располагать достоверной информацией о содержании интересов и направленности настроений, связанных с религиозными убеждениями подрастающего поколения, от которого зависит наше общее будущее. Для молодежной аудитории, подвергающейся рискам деструкции, станет возможным выход из-под влияния асоциальных акторов виртуального «религиозного рынка» и последующее вовлечение в просоциальную зону общения. Для участников (исполнителей) проекта есть перспектива приобретения и широкой ретрансляции опыта позитивного влияния на аудиторию социальных сетей, выработки навыков применения педагогических и политических технологий в виртуальном пространстве. Общество же в целом может рассчитывать на укрепление социального единства, упрочение принципов свободы совести и подлинной веротерпимости, сохранение традиций межнационального и межрелигиозного сотрудничества.

### **Список литературы**

1. Головушкин Д. А. Религиозное обновление современности // Изв. Иркут. гос. ун-та. Сер. Политология. Религиоведение. 2015. Т. 11. С. 202–210.
2. Ивлева В. И. Формирование религиозных ценностей в процессе коммуникации в сети Интернет // Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика : материалы VII Всерос. науч.-практ. конф. Уфа : РИЦ БашГУ, 2015. С. 95–98.
3. Лункин Р. Н. Европейские церкви и демократические институты: возвращение религии или секуляризация христианства? // Вестн. Ленингр. гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2016. № 3. С. 168–179.

4. *Приймак А.* Шейхи виртуальные, джихад – реальный. Проповедники терроризма уходят в Сеть вслед за молодежью [Электронный ресурс] // Независ. газ. URL: [http://www.ng.ru/problems/2017-10-18/12\\_430\\_internet.html](http://www.ng.ru/problems/2017-10-18/12_430_internet.html) (дата обращения: 05.03.2018).
5. *Руткевич Е. Д.* «Новая парадигма» в социологии религии: pro и contra // Вестн. Ин-та социологии. 2013. № 1 (6). С. 207–233.
6. *Саух П. Ю.* К вопросу об «анатомии» современной религиозности // Религия и общество-11: сб. науч. ст. XI Междунар. науч.-практ. конф. Могилев: Гос. ун-т им. А. А. Кулешова, 2017. С. 225–228.
7. *Скрыльников П.* Богослужение в стиле киберпанк. Старейшина виртуальной Церкви о том, как проповедовать общине анонимов [Электронный ресурс] // Независ. газ. URL: [http://www.ng.ru/ng\\_religii/2018-02-21/9\\_437\\_virtual.html](http://www.ng.ru/ng_religii/2018-02-21/9_437_virtual.html) 27.02.2018 (дата обращения: 05.03.2018).
8. *Цылаков Д. А.* К вопросу об изучении российской постсекулярности // Вестн. Рус. христиан. гуманист. акад. 2017. Т. 18. № 3. С. 234–244.
9. *Kolpakova M., Nikiporets-Takigawa G.* Archetypal patterns of youth in Russia in the continuum of socio-political formations // Contemporary problems of social work. 2015. N 1 (4). P. 76–80.

## Big Data in the Study of Young People Involvement in the Virtual «Religious Market»

O. F. Lobazova

*Russian State Social University, Moscow*

G. Y. Nikiporets-Takigawa

*Russian State Social University, Moscow  
University of Cambridge, Cambridge, UK*

**Abstract.** The paper describes the methodology, structure, content and the preliminary results of the monitoring of the young people involvement in the virtual ‘religious market’ as a part of a project “Monitoring and preventive measures of the antisocial behaviour of young people based on big data and communication in social networks” conducted by a research group of the Faculty for Humanities of the Russian State Social University. The way the authors understand «religious market» was presented. Using the several criteria the distinction between the «white» and «black» segments of the market has been drawn. The authors bring forward the prospects of the analysis of the cyber-activity of young Russian citizens based on big data technologies and the original ‘Sociopolitical Insider’ system. The system allows monitoring social well-being and the attitudes of various population groups in social networks. The data obtained during the approbation of the monitoring model have been considered, and the prognosis has been made about the ‘windows of opportunities’ that are provided to the subjects of the virtual ‘religious market’ and the researchers of the trends in the religious sphere. The authors have come to a conclusion that positive outcome that different social actors can achieve using the results of the monitoring of the involvement of young people in the virtual ‘religious market’ can contribute to social cohesion and integration of the Russian society.

**Keywords:** virtual «religious market», big data, social networks monitoring.

**For citation:** Lobazova O.F., Nikiporets-Takigawa G.Y. Big Data in the Study of Young People Involvement in the Virtual «Religious Market». *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Political Science and Religion Studies*, 2018, vol. 24, pp. 64-77. <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2018.24.64> (in Russian)

## References

1. Golovushkin D.A. Religioznoe obnovenie sovremennosti [Religious Renovation of Modernity] *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Political Science and Religion Studies*, 2015, vol. 11, pp. 202-210. (in Russian)
2. Ivleva V.I. Formirovanie religioznyh cennostej v processe kommunikacii v seti Internet [Formation of religious values in the process of communication on the Internet]. *Aktual'nye problemy kommunikacii: teoriya i praktika: materialy VII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Actual problems of communication: theory and practice: materials of the All-Russian scientific-practical conference]. Ufa, RIC BashGU Publ., 2015, pp. 95-98. (in Russian)
3. Lunkin R.N. Evropejskie cerkvi i demokraticheskie instituty: vozvrashchenie religii ili sekulyarizaciya hristianstva? [European Churches and Democratic Institutions: the Return of Religion or Secularization of Christianity]. *Vestnik of Pushkin Leningrad State University*, 2016, no. 3, pp. 168-179. (in Russian)
4. Prijmak A. SHejhi virtual'nye, dzhihad – real'nyj. Propovedniki terrorizma uhodyat v Set' vsled za molodezh'yu [Sheikhs are virtual, jihad is real. The preachers of terrorism go to the Net after the youth]. Sajt NG. Available at: [http://www.ng.ru/problems/2017-10-18/12\\_430\\_internet.html/](http://www.ng.ru/problems/2017-10-18/12_430_internet.html/) (date of access: 05.03.2018). (in Russian)
5. Rutkevich E.D. «Novaya paradigma» v sociologii religii: pro i contra [New Paradigm in the Sociology of Religion: Pro and Contra]. *Vestnik Instituta sociologii*, 2013, no. 1 (6), pp. 207-233. (in Russian)
6. Sauh P.Yu. K voprosu ob «anatomii» sovremennoj religioznosti [To the question of the «anatomy» of modern religiosity]. *Religiya i obshchestvo-11: sbornik nauchnyh statej XI Mezhduнародnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Mogilevskij gosudarstvennyj universitet imeni A.A.Kuleshova* [Religion and Society – 11: a collection of scientific articles of the XI International Scientific and Practical Conference. Mogilev State University named after A.A. Kuleshov], 2017, pp. 225-228. (in Russian)
7. Skryl'nikov P. Bogosluzhenie v stile kiberpank. Starejshina virtual'noj Cerkvi o tom, kak propovedovat' obshchine anonimov [Worship in the style of cyberpunk. Elder of the virtual Church on how to preach to the community of anonymous authors]. Sajt NG. Available at: [http://www.ng.ru/ng\\_religii/2018-02-21/9\\_437\\_virtual.html](http://www.ng.ru/ng_religii/2018-02-21/9_437_virtual.html) 27.02.2018/ (date of access: 05.03.2018). (in Russian)
8. Cyplakov D.A. K voprosu ob izuchenii rossijskoj postsekulyarnosti [On the question of learning Russian postsecularism]. *Vestnik Russkoj hristianskoj gumanitarnej akademii*, 2017, vol. 18, no. 3, pp. 234-244. (in Russian)
9. Kolpakova M., Nikiporets-Takigawa G. Archetypal patterns of youth in Russia in the continuum of socio-political formations. *Contemporary problems of social work*, 2015, no. 1 (4), pp. 76-80.

**Лобазова Ольга Федоровна**

доктор философских наук, профессор,  
кафедра философии  
Российский государственный социальный  
университет  
Российская Федерация, 129226, г. Москва,  
ул. Вильгельма Пика, 4/1  
тел.: 8(495)2556767  
e-mail: lobazovaof@rgsu.net

**Lobazova Olga Feodorovna**

Doctor of Sciences (Philosophy), Professor,  
Department of Philosophy  
Russian State Social University  
4, Vilgelm Pik st., Moscow, 129226, Russian  
Federation  
tel.: 8(495)2556767  
e-mail: lobazovaof@rgsu.net

**Никипорец-Такигава Галина Юрьевна**

Ph. D., кандидат филологических наук,  
декан, гуманитарный факультет,  
заведующая, кафедра политологии

**Nikiporets-Takigawa Galina Yuryevna**

Ph. D., Candidate of Sciences (Philology),  
Dean of the Faculty for Humanities, Head of  
Department of Political Science

*и международных отношений  
Российский государственный социальный  
университет  
Российская Федерация, 129226, г. Москва,  
ул. Вильгельма Пика, 4  
тел.: 8(495)2556767  
преподаватель, кафедра славистских  
исследований  
Кембриджский университет  
e-mail: NikiporetsGlu@rgsu.net*

*and International Relations  
Russian Social State University  
4, Vilgelm Pik st., Moscow, 129226,  
Russian Federation  
tel.: 8(495)2556767  
Lecturer, Department of Slavonic Studies  
University of Cambridge  
e-mail: NikiporetsGlu@rgsu.net*