

**Администраторы православных добровольческих сообществ в сети
ВКонтакте как акторы формирования контента**

Научный руководитель – Писаревский Василий Геннадьевич

Донголевская Анастасия Анатольевна

Студент (бакалавр)

Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет, Факультет социальных наук, Кафедра общей социологии, Москва, Россия

E-mail: dongolevskii@yandex.ru

В современном российском обществе с каждым годом интенсифицируется информационный обмен во всех сферах жизни социума - политической, экономической, общественной, культурной. Этот обмен осуществляется через интернет, где он, в наибольшей степени проявляется в социальных сетях.

Феномен интернет-сообществ, в том числе сообществ в социальных сетях, с различных позиций изучали такие социологи как Мануэль Кастельс, Говард Рейнгольд, Робин Хамман, Альберт Беншоп, Барри Вэллман. Мануэль Кастельс так определяет интернет-сообщества: «Это сети межличностных связей, обеспечивающие социальное взаимодействие, поддержку, информацию, чувство принадлежности к группе, а также социальную идентичность» [1, Кастельс М., 2004, с. 153]. Кастельс подчеркивает, что в современных интернет-сообществах существует тесная взаимосвязь социальных действий пользователей - как в онлайн, так и в офлайн; социолог характеризует это как феномен «реальной виртуальности». [1, Кастельс М., 2004, с. 65].

Православные добровольческие объединения имеют свои сообщества в сети ВКонтакте, через которые распространяют информацию, просьбы о помощи, а также координируют своих участников. охватывает не только вопросы помощи нуждающимся, но и ряд острых социально-религиозных проблем. Влияние на участников сообществ осуществляется посредством «вирусного» распространения контента посредством лайков, републикаций, комментариев. Одновременно посредством распространения участниками сообществ соответствующего контента, в сообщества привлекаются новые участники.

В ходе эмпирического качественного исследования было взято 7 экспертных интервью у администраторов православных добровольческих сообществ. В рамках исследования были выдвинуты следующие гипотезы:

- 1) В зависимости от субъекта влияния формируются разные типы православных добровольческих сообществ ВКонтакте.
- 2) Сообщества различаются между собой из-за различных личных мотивов администраторов.
- 3) Личность администратора влияет на формирование контента.
- 4) Уникальный контент создаётся, благодаря специфическим технологиям.

На процесс формирования уникальности контента сообщества влияет тот субъект, который его формирует. Здесь, мы классифицируем отобранные сообщества на разные типы по различности субъекта формирования: 1) неофициальный субъект, противопоставляющий себя внецерковной среде и 2) официальный субъект, официально представляющий Русскую Православную Церковь.

Было выявлено, что руководители православных сообществ ВКонтакте, не имея специального богословского образования, ранее не могли в сжатые сроки обращаться к большому количеству людей. Группы с православной тематикой вызывают доверие у подписчиков, пользователи сообществ зачастую не интересуются личностью автора контента.

С другой стороны, в киберпространстве представители традиционного духовенства, имеющие специальное образование, становятся одними из многих интернет-пользователей.

В отличие от сообществ, которые ведут свою работу, преследуя коммерческий интерес у администраторов православных сообществ присутствует личная мотивация ведения сообщества, поскольку они не ведут коммерческую деятельность.

Администраторы православных добровольческих сообществ - не называют первостепенной задачей- воцерковление участников, но через осуществление духовных практик, к которым призывают эти сообщества, происходит процесс воцерковления участников.

Портрет самих администраторов православных добровольческих сообществ играет роль в формировании контента. В основном, это молодые люди, все они в разной степени воцерковлены, но все же все они стараются заниматься духовным самообразованием. Личный интерес присутствует в контексте наполняемости содержанием интернет - сообщества. Также, ведение сообщества предполагает полную занятость, и это объясняет то, что его ведут, в основном, студенты. которые еще могут находиться на содержании родителей. Большинство респондентов признали полезность курсов по повышению квалификации администраторов сообществ, которых еще очень мало.

Представим основные выводы по исследованию. Во-первых, процесс формирования контента в православных добровольческих сообществах различается в зависимости от того, является ли администратор сообщества «официальным лицом» либо мирянином, развивающим определенные инициативы. Во-вторых, в процессе создания контента существенную роль играют личная мотивация администраторов - что именно привлекает его к созданию контента определенной тематики и мотивирует развивать сообщество. Наконец, наблюдаются существенные различия в практиках создания контента в сообществах «светских» и православных. Православные добровольческие сообщества не могут использовать методы создания контента, которые взяты на вооружение рядом неправославных сообществ. В этой связи появляется необходимость в научном описании технологий формирования контента православных добровольческих сообществ.

Источники и литература

- 1) Кастельс М. Галактика Интернет:Размышления об Интернете,бизнесе и обществе. Пер. с англ. – Екатеринбург: «У-Фактория», 2004, 328 с.
- 2) Рейнгольд Г. Умная толпа. Новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006, 416 с.
- 3) Benshop A. Virtual communities. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL://<http://www.sociosite.org/network.php>
- 4) Hamman R. Introduction to Virtual Communities Research and Cybersociology Magazine Issue Two. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL://http://www.cybersociology.com/files/2_1_hamman.html
- 5) Wellman B. The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago / New Media & Society. 2004. SAGE Publications. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi. Vol6(1): pp.123–129.