

УДК 316.74

**ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНОЙ МАНИФЕСТАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ
ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНЫХ
МЕДИА: ТЕЛЕГРАМ)**

Алина К. Турганбаева

Сибирский федеральный университет

corresponding author e-mail: turganbaeva_alina@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению в социальных медиа (Телеграм) особенностей религиозной манифестации мусульман. Выявление смысловых единиц контент-анализа позволяют создать прочные категории содержания в социальных медиа. Целью работы является выявление своеобразия религиозной манифестации мусульман в социальных медиа. В качестве основного материала для исследования были выбраны Телеграм каналы мусульман «pitataushka», «Батова Эльмира», «Zuhrashka». В ходе исследования был использован метод контент-анализа, благодаря его применению был воспроизведен визуальный образ изучаемого предмета исследования. На основе интерпретации полученных выводов выявлено многообразие религиозной манифестации мусульман в социальных медиа. Повседневная жизнь верующих маркируется религиозными ритуалами, вещами, традициями во всей своей полноте. Выбранные модели для исследования крайне типичны и обладают некоторыми одинаковыми свойствами. Контент-анализ позволил изучить тексты данных блогов и зафиксировать следующую особенность: в разных форматах текст имеет выхолощенный, сентиментальный, красивый вид. Религиозная манифестация верующих, а именно мусульман, в социальных-медиа весьма выражена и часто в позитивном ключе. Проявление религиозной принадлежности в исламе перетекает плавно в эстетику самосовершенствования и боязливого почтения к Всевышнему.

Ключевые слова: Религиозная манифестация, контент-анализ, визуализация, ислам, социальные медиа, Телеграм

**FEATURES OF RELIGIOUS MANIFESTATION IN THE MODERN INTERNET
SPACE (BASED ON THE ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA: TELEGRAM)**

Alina K. Turganbaeva

Siberian federal university

corresponding author e-mail: turganbaeva_alina@mail.ru

Abstract

The article is devoted to the consideration of the features of the religious manifestation of Muslims in social media (Telegram). Identification of semantic units of content analysis allows you to create strong categories of content in social media. The purpose of the work is to identify the uniqueness of the religious manifestation of Muslims in social media. Telegram channels of Muslims “pitataushka”, “Batova Elmira”, “Zuhrashka” were chosen as the main material for the study. During the study, the method of content analysis was used; thanks to its use, a visual image of the subject of study was reproduced. Based on the interpretation of the findings, the diversity of religious manifestations of Muslims in social media was revealed. The daily life of believers is marked by religious rituals, things, and traditions in their entirety. The selected models for the study are extremely typical and have some of the same properties. Content analysis made it possible to study the texts of these blogs and record the following feature: in different formats the text has an emasculated, sentimental, beautiful appearance. The religious manifestation of believers, namely Muslims, in social media is very pronounced and often in a positive way. The manifestation of religious affiliation in Islam flows smoothly into the aesthetics of self-improvement and fearful reverence for the Almighty.

Key words: religious manifestation, content analysis, visualization, Islam, social media, Telegram

Введение

Религиозная манифестация в реальном мире иногда сложна для понимания, так как атрибутику манифестации можно легко спутать с элементами проявления культуры человека. Человек, находясь в материальном мире, проявляет свою религиозность с помощью внешних предметов (одежда, используемые в речи слова, и т.д.) и необходимо как можно точнее и вернее передать свой образ в виртуальном мире. На помощь приходит интернет-пространство, пространство современных социальных медиа, так как любой пользователь в социальных сетях способен построить желаемый образ, используя информацию в разных форматах, другой пользователь, глядя на эту информацию в аккаунте того или иного человека, может идентифицировать его по религиозной принадлежности. Процесс религиозной идентификации того или иного пользователя может усложняться многоаспектностью его транслируемого образа.

Материалы и методы

Объектом исследования выступает религиозная манифестация в интернет-пространстве.

Предметом исследования является визуальный образ мусульман в современных социальных медиа (Телеграм).

В качестве *методов* исследования религиозной манифестации в интернет-пространстве Телеграм-каналов «pitataushka», «Батова Эльмира», «Zuhrashka» были использованы общенаучные методы исследования (синтез, анализ и т.д.) и контент-анализ.

Обзор научной литературы

Контент-аналитические исследования получили большое распространение в средствах массовой коммуникации. Контент-анализ стал применяться в социальных науках, с 30-х годов XX века в США. Изначально метод был использован в журналистике и литературоведении. Основные процессы этого метода были введены американскими социологами Лассуэлом Г. Д. (Lasswell, 2021) и Берелсоном Б. (Berelson, 1952).

Традиции Г. Лассуэлла связаны с теоретической базой методики. Политолог основывал свою модель взаимодействия на схеме «стимул-реакция». Общеизвестная форма коммуникации предполагает акцент на субъекте, объекте, содержании речи и тональности высказываемого.

Корников А. Р. в своем докладе (Kirpikov, 2018) отмечает, что предметом контент-анализа является любая форма коммуникации (видеозаписи, аудиозаписи и т.д.). Особенность метода проявляется в некоем «переводе» вербальной информации в более «объективную» посредством разбора текстовых массивов для применения к действительности. В анализе проводится восхождение от текста постепенно к другой реальности в процессе получения новых данных. Контент-анализ идет от теории и его предметом выступает анализ коммуникации. Качественный контент-анализ ориентирован на понимание рассмотренных явлений, на наблюдение взаимосвязей и процессов между этими явлениями. Он больше прибегает к обсуждению единичных случаев. Отличный ему, количественный контент-анализ имеет дело с общими принципами анализа материала, составными частями текста.

Актуальность исследования медиапространства заключается в том, что есть богатый материал, подлежащий изучению касательно строения социальных сетей, также трансформации понятия текста в информационном поле. Обидина Е. Ю. (Obidina, 2017) объясняет категории текста в своей статье и замечает отличие текста от медиатекста в том, что второй базируется на реальных фактах, а текст может быть разного направления. Исследовательница заявляет, что изучение медиатекста является важным маркером трансформаций в информационном сообществе. Кириллов А. Г. рассматривает телеграм-каналы как новые медиа, набирающие популярность (Kirillov, 2018). Он заявляет, что

социальные сети – это каналы обратной коммуникации смешанного типа действия.

Медиа, которое формируется в данное время обладает свойством интерактивности. Коммуникация в веб-формате лишь дополняют, но никак не замещают общение вживую и также предоставляют источник формирования похожих связей в оффлайн-жизни.

Метод, который будем применять в данном исследовании является контент-анализ. По сути, он одновременно причисляется к количественным и качественным методам. Контент-анализ способен построить объективную картину видения социума. Он поможет достоверно проанализировать массивы текста, он имеет формализованный, строгий и систематический характер. Это скрупулезная работа, потому что до самого анализа текстов, исследователь должен создать категории, ключевые понятия, затем выбрать единицы анализа и после предварительных шагов приступить к основной части.

В нашем случае он будет преимущественно использован как качественный. В контент-анализе выделяются две части: изучение символов, знаков, статистических данных, подсчет частоты упоминаемых значений и семантическое объяснение этих единиц знаков. Суть метода заключается в работе с большими текстовыми массивами с целью получить новую информацию. Авторы в своей работе говорят, что в различных текстах могут остаться непонятные символические моменты, которые исследователь должен изменить в объективные данные. В рамках анализа документов создается отдельное пространство кодирования, и система кодирования сопоставляется с типом текстом, выступающим в роли объекта исследования. Выделяют две формы кодирования: манифестное (открытое) и латентное.

Иванов А. С. (Ivanov, 2010) приспособившая контент-анализ в сообщениях информационных агентств, вначале дает принятую в отечественном масштабе основные этапы применения этой методики:

- 1) назначение основной цели работы, поочередных решаемых задач;
- 2) определение эмпирического материала исследования;
- 3) наличие материалов для обзора;
- 4) установление хронологических рамок исследования;
- 5) отбор единиц анализа и т.д.

Стоит заметить сложность метода, так как изучение текстовых массивов подразумевает под собой любые виды содержания текста, не только в словесном, но и, к примеру, в аудиовизуальном формате. Под конкретный объект исследования необходимо использовать соответствующий, уникальный инструментарий.

Л. Ньюман в своей публикации причисляет контент-анализ к неопросным методам исследования, заявляя, что коммуникативный акт размещения слов в тексте независим от

какого-либо влияния со стороны исследователя (Newman, 1998). Метод крайне многофункционален: специалист может означивать разные символы в источнике коммуникации (газеты, книги, фильмы); может заняться сравнением многочисленных текстов и посмотреть с точки зрения количественного способа. Для обозначения аспектов содержания текстовых массивов ученые прибегают к кодированию, например, случайной выборки, операциональных дефиниций конструкторов. Контент-анализ используют во многих сферах общественной жизни и для многообразных целей. Конечно, полученные результаты, выявленные обобщения сведены до конкретной культурной коммуникации. Л. Ньюман подчеркивает, что метод эффективен для трех типов проблем:

- 1) при работе с историческими документами (мемуары);
- 2) при возникающих трудностях при изучении в больших количествах текстов;
- 3) обнаружение новых идей с помощью детального анализа содержания.

Читатель своим житейским взглядом может не заметить множество ключевых моментов и поэтому исследователь растолковывает информацию. Ученый разбирается с размытыми символами на низкой уровне абстракции и изменяет их в объективные данные. Важно документировать весь процесс кодирования и декодирования. Автор работы говорит о значимости установки единиц анализа и анализирует четыре характеристики содержания текста: интенсивность; направленность; пространство; частота. Частота представляет собой фиксацию, отметка о количестве чего-то, интенсивность проявляется в силе сообщения, от слабой до сильной, с разными тонами.

Некоторые исследователи изучают причины популярности и основы механизма кроссплатформенной системы, как Телеграма. Например, Рубина В.Б. в статье (Rubina, 2020) анализирует разные составляющие, которые в сумме дают ясные факторы максимального охвата пользователей социальных медиа. Она замечает, что в эпоху «моновещания» актуальной стала удобность приложения, нежели пригодность. Публичные каналы – средоточие интересов пользователей, так как они имеют возможность создавать разнообразные бесконечные пространства с определенной тематикой. Публичные каналы предоставляют свободу мнений, свободу идей и комментирования.

Результаты исследования

Целью работы является выявление своеобразия религиозной манифестации мусульман в социальных медиа. Для практической части моего исследования мне необходимо провести анализ Телеграм-канала.

В качестве концептов для качественного контент-анализа выступают такие единицы анализа: «Всевышний», «праведный», «Аллах».

Для проведения исследования были определены следующие категории анализа

публичных Телеграм-каналов:

- География сообщения: отечественный или зарубежный автор
- Визуализация: присутствует; продемонстрирована в виде фотографии; продемонстрирована в виде видеоролика
- Вплетение в повседневную жизнь элементы ислама
- Наглядная демонстрация религиозной принадлежности (с помощью одежды и других внешних атрибутов)
- Насыщенность контента религиозной литературой (фрагменты из Корана, аяты, хадисы, расписание намазов)

Обработка данных происходила посредством инструмента Telemetr, а также ручным способом. Telemetr – сервис подробной аналитики Телеграм-каналов и он помогает отслеживать динамику постов, рекламную отдачу и охват аудитории за конкретный промежуток. Сайт демонстрирует детальную статистику.

В категорию современных социальных медиа входит платформа Телеграм. Интернет-пространство отражает знания о структуре, аспектах, культуре ислама и фиксирует разнообразие визуального образа представителей ислама.

В связи с этим, можно предположить, что с помощью социальных медиа прослеживается уникальность религиозной манифестации верующих.

Планируемыми объектами исследования являются Телеграм-каналы:

Pitataushka.

Батова Эльмира.

Zuhrashka.

Первый Телеграм-канал, который я буду изучать называется «Pitataushka». Ее ведет молодая замужняя девушка и канал посвящен тематике лайфстайл, ислам и красивых фотографий. Всего подписчиков – 3.172 человек и площадка действует с 9 июня 2020 года по сей день. На рис. 1 дана информация о канале. Описание канала имеет довольно-таки нейтральный, пространственный характер. На аве страницы изображены руки девушки, склоненные в молитве.

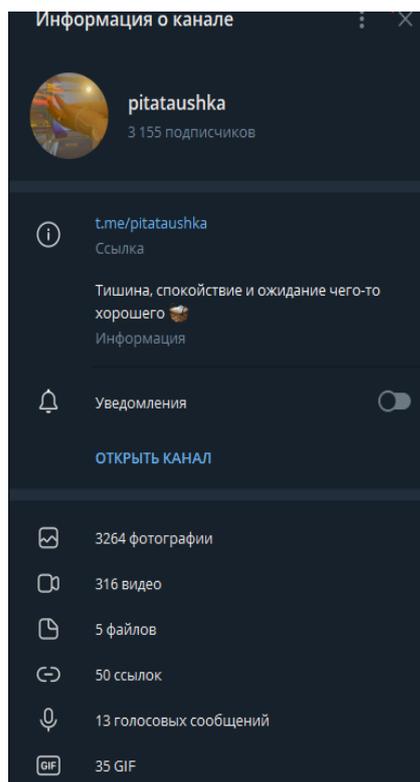


Рис. 1 Информация Telegram-канала «Pitataushka». Описание профиля.

Проведение категоризации содержимого:

— География сообщения: отечественный автор.

— Визуализация: присутствует; продемонстрирована в виде фотографии; продемонстрирована в виде видеоролика

— Вплетение в повседневную жизнь элементы ислама: присутствует; продемонстрированы фрагменты чтения мусульманских книг, списки to-do листов, где написаны дела (учить арабский) на Рис. 2 и Рис. 3.

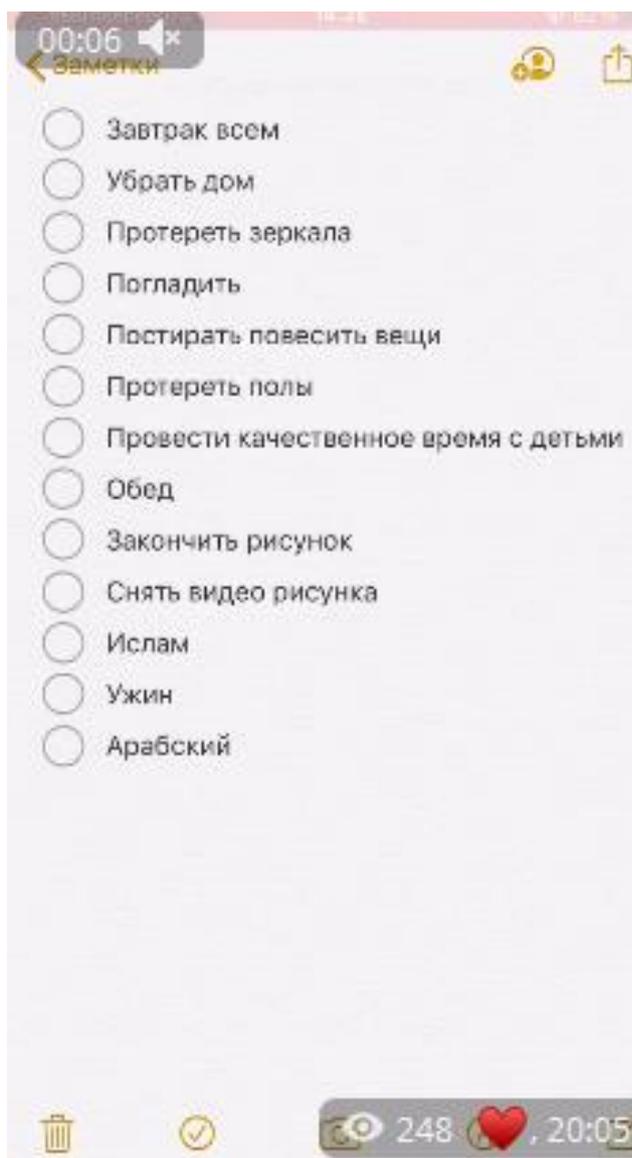


Рис. 2 Информация Telegram-канала «Pitataushka». To-do list.



Рис. 3 Информация Telegram-канала «Pitataushka». Фотография исламской книги.

— Наглядная демонстрация религиозной принадлежности (с помощью одежды и других внешних атрибутов): присутствует на основе фотографий, пример представлен на Рис. 4. Девушка публикует фото красивых длинных платьев, при этом, закрывая лица моделей смайликом и добавляя платок.



Рис. 4 Информация Telegram-канала «Pitataushka». Фотография исламской одежды.

— Насыщенность контента религиозной литературой (фрагменты из Корана, аяты, хадисы, расписание намазов): присутствует; обеспечено разными фотографиями, образцы на Рис. 5 и Рис. 6.

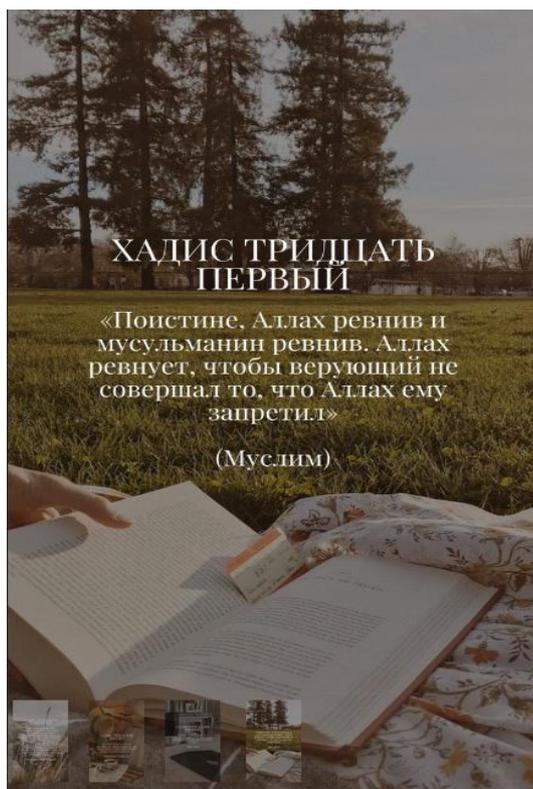


Рис. 5 Информация Telegram-канала «Pitataushka». Хадис.

14

وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ
حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهْنًا عَلَى
وَهْنٍ وَفِصَالُهُ فِي عَامَيْنِ أَنْ
أَشْكُرَ لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَيَّ
الْمَصِيرُ

И Мы завещали человеку (чтобы он относился) к своим родителям (благодарно) (и при их жизни и после нее); (ведь) мать носит его (в своем животе) со слабостью (которая прибавляется) к слабости; и отлучение его (от груди) – в два года. (И Мы сказали ему): «Благодари Меня [Аллаха] и твоих родителей, (ибо) ко Мне возвращение.

Рис. 6 Информация Telegram-канала «Pitataushka». Фрагмент исламской книги.

На Рис. 7. мы видим, что данный публичный канал довольно-таки непопулярен, так как наблюдаются низкие показатели прироста аудитории и лишь большое количество отписок.

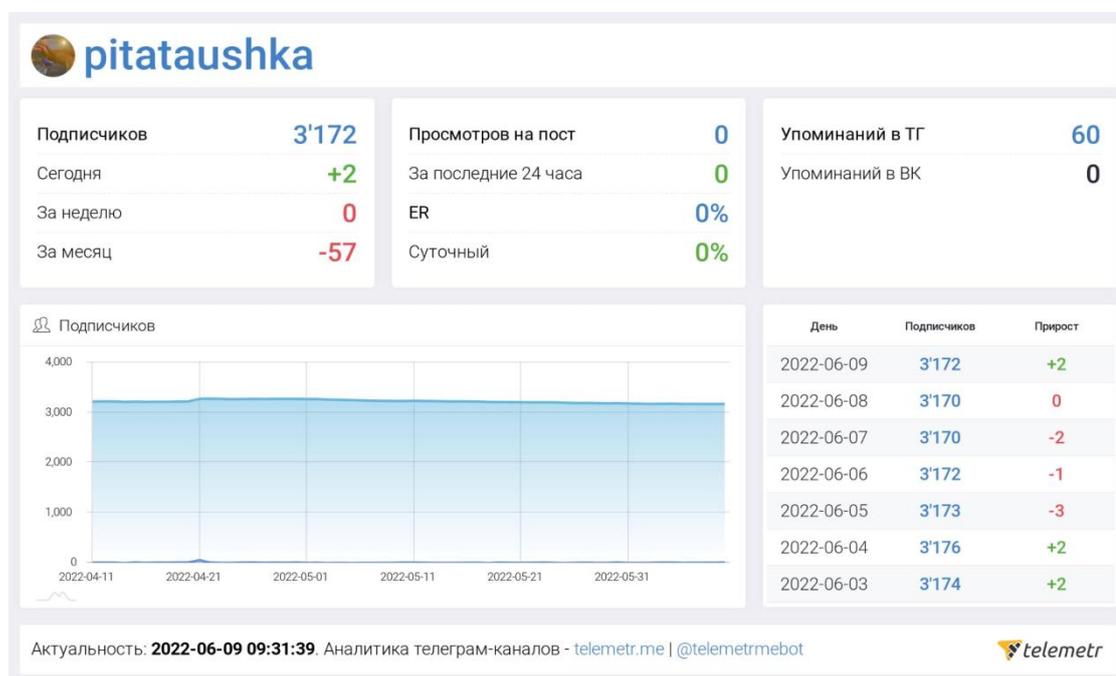


Рис. 7 Аналитика Telegram-канала «Pitataushka»

За два года ведения канала автор выпустил 92 рекламных постов. Репосты рекламы были схожи с тематикой канала Pitataushka – ведение мелкого бизнеса исламского дизайна и сообщество исламского толка (хадисы, имена Аллаха и т.д). (Рис. 8).

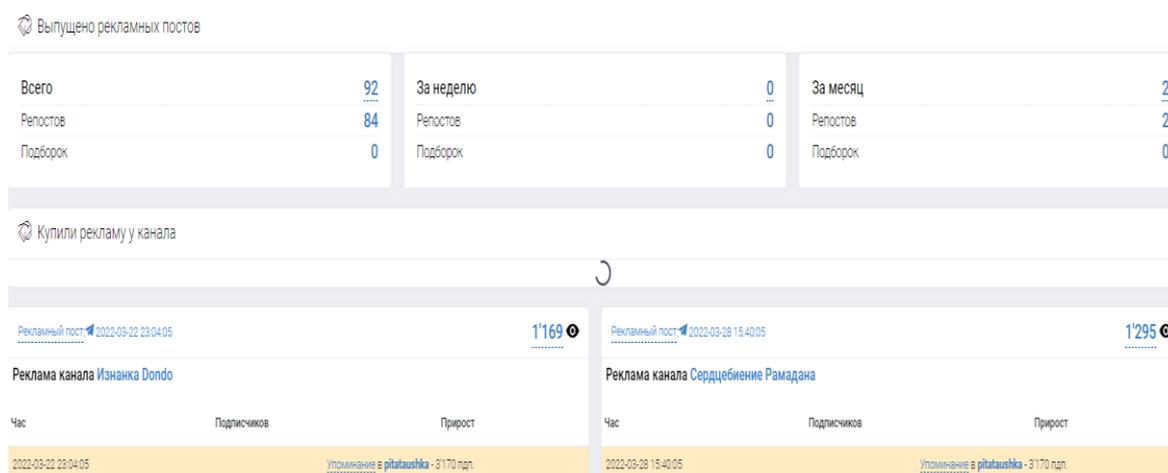


Рис. 8 Аналитика рекламы в Telegram-канале «Pitataushka»

Второй Телеграм-канал называется «Батова Эльмира». Его тоже ведет молодая замужняя девушка. Блогер является основателем бизнес-сообщества reWOM. В своем публичном канале она рассказывает о своей будничной жизни. На Рис. 9. описание Телеграм-канала. На фотографии канала изображена сама Эльмира, с прикрытой головой. В описании канала указано, что это «дневниковые записи».

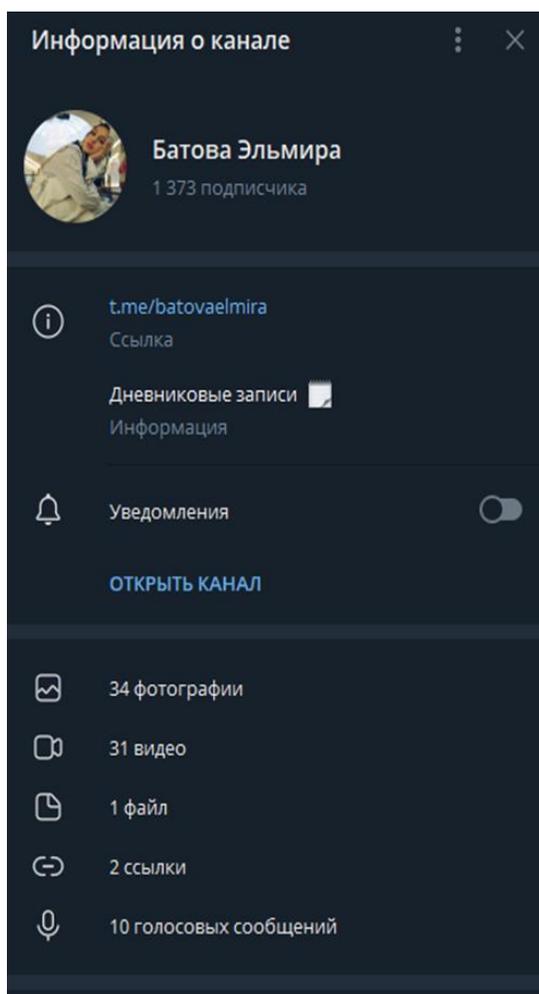


Рис. 9 Информация Telegram-канала «Батова Эльмира». Описание профиля.

Проведение категоризации содержимого:

— География сообщения: отечественный автор.

— Визуализация: присутствует; продемонстрирована в виде фотографии; продемонстрирована в виде видеоролика

— Вплетение в повседневную жизнь элементы ислама: слабо проявлена или почти не представлена

— Наглядная демонстрация религиозной принадлежности (с помощью одежды и других внешних атрибутов): присутствует; есть фото- и видеоматериалы, где девушка публикует фото с собраний ее бизнес-сообщества reVum, на рис. 10.



Рис. 10 Информация Telegram-канала «Батова Эльмира». Фото собрания бизнес-сообщества reВум

— Насыщенность контента религиозной литературой (фрагменты из Корана, аяты, хадисы, расписание намазов): слабо проявлена или почти не представлена.

Стоит сказать, что автор данного канала по большей части выкладывает посты, связанные с бытовыми моментами из жизни (прогулки с детьми, шоппинг и т.д), и связанные с работой, т.е. с собственным бизнес-сообществом reВум.

Третий Телеграм-канал, который я буду изучать называется «Zuhrashka». Как и предыдущие репрезентанты, этот канал является преимущественно пользовательским аккаунтом и симулярно он основан молодой замужней девушкой. В шапке профиля указано, что это «дневник моих мыслей» (рис. 11). На аватаре канала изображен автор, также в мусульманских облачениях и лица не видно.

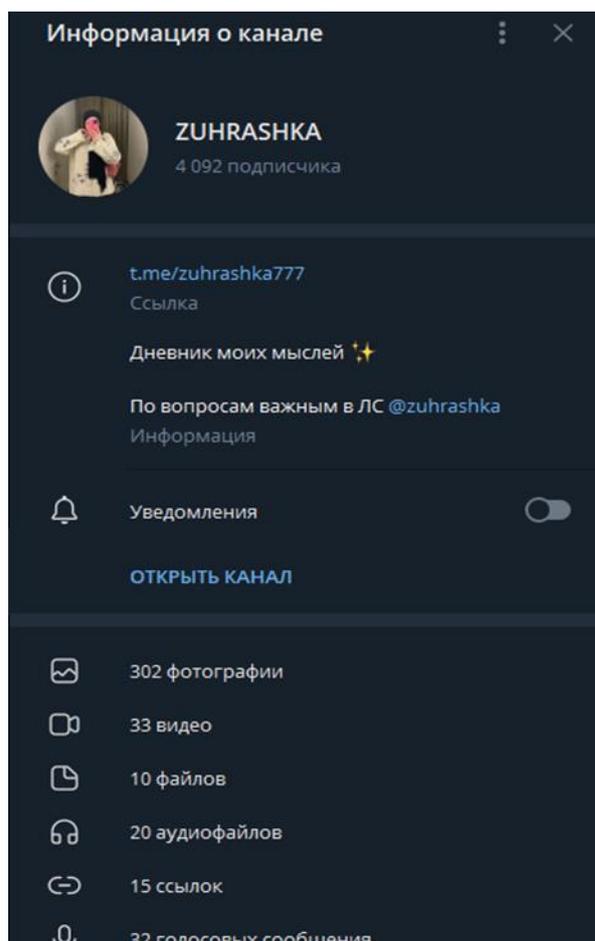


Рис. 11 Информация Telegram-канала «Zuhrashka». Описание профиля.

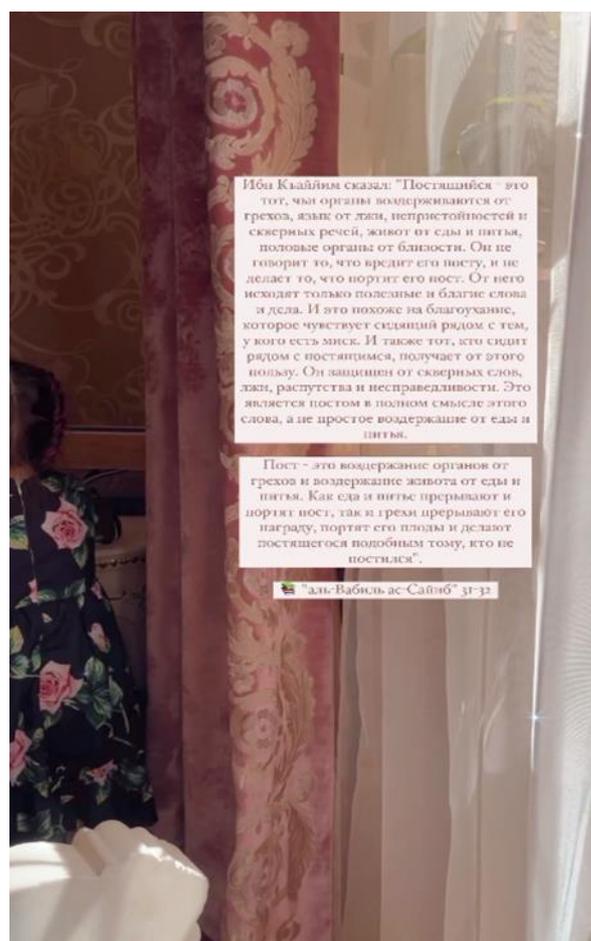


Рис. 12 Информация Telegram-канала «Zuhrashka». Скриншот исламского отрывка.

Проведение категоризации содержимого:

- География сообщения: отечественный автор.
- Визуализация: присутствует; продемонстрирована в виде фотографии; продемонстрирована в виде видеоролика.
- Вплетение в повседневную жизнь элементы ислама: присутствует; на рис. 12. продемонстрирован скриншот видео, где на фоне слышны молитвы, на скриншоте добавлена цитата мусульманского богослова Ибн Каййима аль-Джаузия.
- Наглядная демонстрация религиозной принадлежности (с помощью одежды и других внешних атрибутов): присутствует на основе фотографий, пример представлен на Рис. 13. Девушка публикует личные фото, при этом, закрывая лицо.



Рис. 13 Информация Telegram-канала «Zuhrashka». Изображение автора в соответствующей исламе, одежду

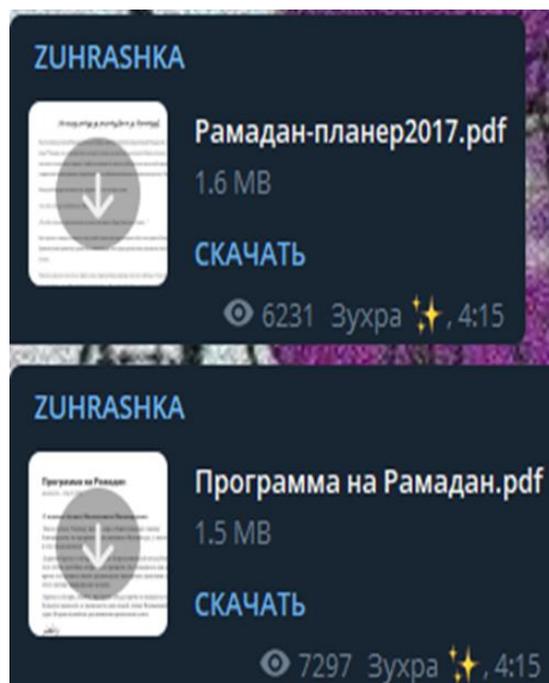


Рис. 14 Информация Telegram-канала «Zuhrashka». Скриншот планнера и программы на Рамадан.

— Насыщенность контента религиозной литературой (фрагменты из Корана, аяты, хадисы, расписание намазов): присутствует; автор, например, делится планерами на Рамадан (рис. 14.).

На Рис. 15 показана краткая аналитики канала, наблюдается большое количество отписок и неактивность публикаций аккаунта.

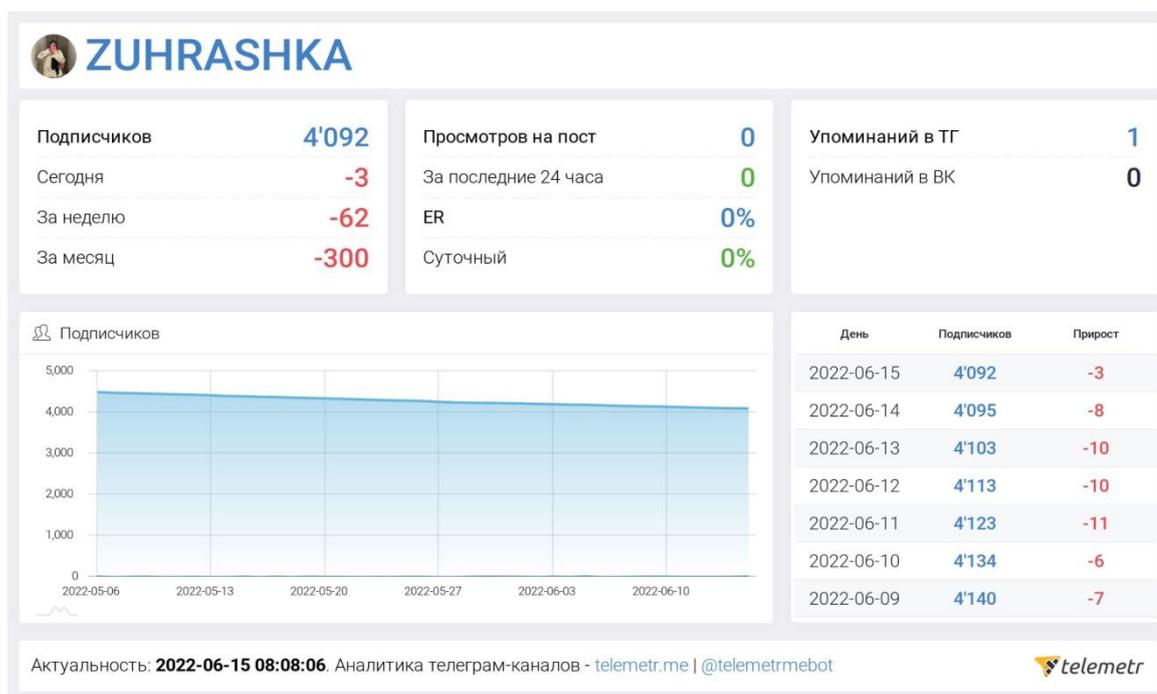


Рис. 15 Аналитика Telegram-канала «Zuhrashka».

Выводы

По итогам исследования были сделаны следующие выводы:

1. В данном исследовании, посвященном выявлению особенностей религиозной манифестации в интернет-пространстве (на материале анализа визуального образа мусульман в социальных медиа) были сделаны следующие выводы.

2. В первой части работы был проведен теоретический обзор метода контент-анализ. В силу чего выявили виды контент-анализа (качественный и количественный; явный и скрытый), суть, особенности использования данной методики. Были обнаружены разнообразное применение этого инструмента, гибкость и удобство механизма при анализе социальных медиа. Также осуществлен краткий экскурс по истории зарождения и развития контент-анализа, по основателям метода, их основным работам и традициям, которым до сих пор следуют ученые.

3. Во второй части работы посредством контент-анализа проанализировали объекты исследования. На основе интерпретации полученных выводов выявлено многообразие религиозной манифестации мусульман в социальных медиа. Повседневная жизнь верующих маркируется религиозными ритуалами, вещами, традициями во всей красе. Выбранные мною модели для исследования крайне типичны и обладают некоторыми одинаковыми свойствами, например, это касается их семейного положения, их рода деятельности, их внешнего вида, и их рутины – все они замужем, все они прикрыты и некоторые не показывают своего лица (из-за аврата), все они – домохозяйки и занимаются

бизнесом, дизайном. Рутинная мусульманка складывается в прогулках с детьми, в прочтении исламской литературы (хотя не только религиозной), в собраниях с другими верующими, в готовке, уборке и уходе за домом и т.д. Контент-анализ позволил изучить тексты данных блогов, и мы можем заметить, что в разных форматах текст имеет выхолащенный, сентиментальный, красивый вид. Публикуемые картинки, вырезанные фрагменты из книг, свидетельствуют о своеобразной эстетике ислама. Тональность текстовых массивов однородна, она имеет позитивный и эмоциональный аспект. Таким образом, можно резюмировать, что религиозная манифестация верующих, а именно мусульман в социальных-медиа весьма выражена и часто в позитивном ключе. Проявление религиозной принадлежности в исламе перетекает плавно в эстетику самосовершенствования и боязливое почтение к Всевышнему.

Список литературы

- Berelson, B. Content analysis in communication research. New York: Hafner. 1952.
- Lasswell H. D. Communications as an emerging discipline // Audio Visual Communication Review. 1958. С. 245-254.
- Иванов А. С. Применение методики контент-анализа в сообщениях информационных агентств // Вестник Башкирского университета. 2010. Т. 15. №. 2. С. 428-434.
- Кириллов, А. Г. Телеграм-каналы как новейшая трансформация социальных медиа в условиях авторитарных режимов. Современный дискурс-анализ, 2018. 3-2, 159.
- Кирпиков, А. Р. Качественный контент-анализ как метод исследования // Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования. Екатеринбург, 2018. с. 67-74.
- Лассуэлл Г. Д. Техника пропаганды в мировой войне. М.: ИНИОН РАН, 2021. 237 с.
- Ньюман Л. Неопросные методы исследования // Социологические исследования. – 1998. №. 6. С. 119-129.
- Обидина, Е. Ю. Медиа-тексты как маркеры трансформации медиа-пространства. 2017.
- Рубина В. Б. Telegram-каналы как основные слагаемые успеха мессенджера Telegram // Идеи и новации. 2020. Т. 8. №. 1. С. 73.