

ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИКИ И ПСИХОЛОГИИ

DOI: 10.17805/zpu.2026.2.18

Религиозная самоидентификация личности в условиях санкционного давления*

А. Л. ЖУРАВЛЕВ, Д. А. КИТОВА

Институт психологии РАН

В статье представлены результаты эмпирического исследования религиозной самоидентификации личности в условиях санкционного давления, которые получены на основе анализа пользовательского контента социальных сетей. Целью работы стало выявление факторов религиозной самоидентификации пользователей социальной сети «ВКонтакте», создающих контент на территории России. Эмпирическую базу составило 3771 уникальное сообщение с представленностью во всех регионах. Методологический аппарат включал проективный анализ продуктов деятельности, автоматизированный контент-анализ, кластеризацию смысловых паттернов и корреляционный анализ концептов.

В ходе исследования выделено семь основных кластеров репрезентаций религии: инструментально-манипулятивный, негативно-деструктивный, конфессионально-полемический, дуалистический, идентификационно-культурный, экзистенциально-атеистический и функционально-амбивалентный. Установлена выраженная конфессиональная специфика восприятия: ислам доминирует в дискурсе и ассоциируется с социальной агрессивностью и демографической динамикой, православие связывается с государственной идеологией и культурной идентичностью, тогда как иудаизм и буддизм занимают периферийное положение в дискурсе. Выявлена устойчивая тенденция к трансформации религиозной идентичности из институционально-коллективной формы в персонализированную, деинституционализированную модель («вера без принадлежности», постконфессиональная религиозность).

Особое внимание уделено соотношению религиозного дискурса с санкционным контекстом. Прямая связь между содержанием религиозных высказываний и темой санкций не обнаружена, что свидетельствует об относительной автономности религиозной сферы от текущих социально-экономических процессов и восприятию религии как категории, далекой от сиюминутных проблем выживания. Результаты исследования имеют практическую значимость для разработки образовательных программ, молодежной политики и организации межконфессионального диалога. В работе представлены важные направления и перспективные исследования проблемы.

Ключевые слова: религиозная самоидентификация; социальные сети; обыденное сознание; социальная идентичность; православие; мусульманство; иудаизм; буддизм; атеизм; постконфессиональная религиозность

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №25–28–01493.

The study was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation, within the framework of scientific project No. 25–28–01493.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Традиционно механизмы поведения личности и групп связывают с социальной идентичностью, категоризацией и сравнением (Журавлев, Китова, 2025; Психологические исследования ... , 2020; Карнышев, Бурменко, 2002). Исследователи полагали, что люди стремятся поддерживать положительную идентичность своей группы. Однако эмпирические данные показали, что если коллективные и личные ценности совпадают, то члены групп проявляют солидарность даже в условиях неудачи, готовы брать ответственность за поражение и отстаивать идеалы группы (D. Gaertner, J. Drury, S. Reicher, N. Ellemers и др.).

Многочисленные исследования подтверждают, что представления и ценности отдельной личности выступают ведущим фактором групповой сплоченности, а вопросы идентичности концентрируются на уровне личности (В. В. Карлов, J. Simon, D. Gaertner и др.). Групповая сплоченность рассматривается как характеристика, вытекающая из межличностных связей, а тенденция к ассоциации с группой анализируется с позиции ее полезности для индивида (F. Taylor, J. Doria, R. Luhtanen, J. Crocker, D. A. Prentice, J. Suls, T. A. Wills и др.).

В рамках теорий социальной идентичности изучаются когнитивные процессы, механизмы распространения коллективного знания, членство в группах и конфликты, стратегии управления идентичностью, ролевая идентичность, переговоры и управление впечатлениями (Г. Брейкуэлл, С. Московичи, А. Тэджфел, Дж. Тернер, D. B. Egli, N. Ellemers, S. A. Haslam, P. J. Oakes, D. M. TeKrony, J. F. Spears, R. Spears и др.).

В отечественной литературе представлен широкий спектр проблем в этой области исследований (Ачкасов, 2013): личное и коллективное «Я», групповые обязательства, мотивационные основания идентичности, социальная конкуренция, конструирование национальной и гражданской идентичности, кризис идентичности и другие аспекты проблемы (Е. М. Арутюнова, В. В. Бушуев, Б. Е. Винер, Л. Д. Гудков, А. М. Дробижева, О. В. Иванова, Н. В. Корж, Н. М. Лебедева, Т. А. Нестик, А. Н. Татарко, В. А. Тишков, В. Ю. Хотинец и др.).

Социальную идентичность нельзя рассматривать вне психологической специфики — целей, ценностей и убеждений человека. Как отмечает С. Верба, например, без психологической принадлежности индивидов к политической системе возможности ее упорядоченного изменения невелики (Верба, 1965). Таким образом, социальная идентичность становится значимым ресурсом развития государства.

Важным направлением является изучение факторов единения больших социальных групп. Россия как многонациональное государство предполагает наличие многоуровневой идентичности, включающей региональный, этнокультурный, профессиональный элементы. Национальная идентичность исследуется через осознание общности культуры, истории, языка, социальной и политической общности.

Перспективным направлением становится изучение религиозной идентичности. Психология религии исследует религиозные представления, традиции, отношение к духовности, выявляя факторы позитивного и негативного отношения к религии. Изучение религиозной идентичности с учетом личностных характеристик позволяет понять механизмы формирования социальной идентичности, выделить ее психологические составляющие.

Выявление факторов религиозной идентификации/самоидентификации россиян требует массовых исследований, что обуславливает применение интернет-ана-

лиза, позволяющего охватить большое количество респондентов на всей территории страны посредством анализа текстовых сообщений в социальных сетях.

ПРОГРАММА И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью исследования стало выявление факторов религиозной самоидентификации пользователей социальных сетей, создающих контент на территории России.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что факторы религиозной самоидентификации пользователей социальных сетей отражаются в *структуре* обыденных представлений, в которых *по-разному* осмыслены текущие (в заданных условиях) суждения о сущности религии в личном и общественном пространстве.

Объектом исследования стали пользователи социальной сети «ВКонтакте», *предметом* — их представления о религии, структурно-содержательные элементы которых рассматриваются как сложный многоуровневый феномен, включенный в структуру различных более общих социальных представлений о человеке, обществе, мировом социальном и культурном пространстве. *Выборка* исследования включала 3771 уникальное (неповторяющееся) сообщение с представленностью во всех регионах России.

Методологической основой исследования выступает обращение к феномену «представления личности», относящемуся к числу высших социально-психологических процессов и выступающему своеобразной формой обыденного познания, посредством которого личность воссоздает и как бы заново созидает объекты, людей, события и явления окружающего мира (Журавлев, Китова, 2025). Такой подход позволяет рассматривать представления личности как универсальный механизм социального познания, поведения и деятельности.

На *первом этапе* изучения базовым *методом* выявления психологических особенностей представлений пользователей о факторах религиозной самоидентификации избран *проективный анализ* продуктов деятельности. Такой подход позволяет респондентам максимально полно спроецировать в излагаемой информации свои индивидуальные представления, а исследователю — увидеть факторы социальной самоидентификации глазами респондентов (Журавлев, Китова, 2024). Обработка полученных данных осуществлена с помощью контент-анализа по выделенным авторами тематическим направлениям.

Для количественного анализа факторов религиозной самоидентификации использована система автоматического анализа текстов, извлекаемых из открытых источников. Анализ каждой категории производился по следующему алгоритму (Porter, 1980; Shuyo, 2016; Журавлев, Китова, 2024): очистка данных от нерелевантного контента и спама с помощью эвристик; токенизация текста и морфологический анализ; частотный анализ токенов и статистический анализ (корреляция между популярными токенами); визуализация результатов в таблицах и графиках.

Второй этап исследования связан с *кластеризацией* смысловых паттернов и выявлением *структурных взаимосвязей*. Методология выделения кластеров состояла из четырех последовательных шагов: 1) первичное иммерсивное изучение корпуса текстов с целью формирования целостного представления о спектре высказываний респондентов; 2) открытое кодирование — предполагалось присвое-

ние дескриптивных меток каждому смысловому высказыванию, в результате чего было выделено 142 уникальных кода (например, «религия=управление», «вера≠церковь»); 3) группировка первичных кодов на основе принципа семантической близости и функционального сходства с применением матрицы сопряженности кодов; 4) селективное кодирование, направленное на формирование семи центральных категорий (кластеров) на основе следующих критериев: частоты упоминаний (не менее 10% от общего объема высказываний), семантической насыщенности (наличие подкатегорий), теоретической релевантности (соответствие современным концепциям социальной психологии религии) и взаимной исключительности кластеров (минимизация пересечений). Валидизация полученной категоризации осуществлялась посредством расчета коэффициента каппы Коэна, значение которого составило $k = 0,78$, что подтверждает высокую степень внутренней согласованности и надежности выделенных кластеров.

Для выявления *структурных взаимосвязей* между различными представлениями о религии был применен анализ корреляций на основе совместной встречаемости концептов. Методологическая процедура включала следующие этапы: фиксировались (отбирались) случаи, когда два концепта упоминаются в рамках одного высказывания или в семантически связанных сообщениях; затем рассчитывались коэффициенты корреляции как отношение количества совместных упоминаний пары концептов к общему числу упоминаний первого концепта, что позволило оценить условную вероятность их совместной актуализации в сознании респондентов. Полученные эмпирические связи прошли проверку на статистическую значимость с использованием критерия χ^2 . В итоговый анализ были включены только те корреляции, для которых значение хи-квадрата превысило пороговое значение 6,63 при уровне значимости $p < 0,01$, что гарантирует надежность выявленных закономерностей и минимизирует вероятность случайных ассоциаций.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его результатов при создании и внедрении образовательных программ и программ формирования различных видов идентичности молодежи, а также при разработке молодежной политики на национальном и региональном уровнях.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПЕРВОГО ЭТАПА ИССЛЕДОВАНИЯ

Смысловые и функциональные основания религиозной идентичности в представлениях пользователей, проанализированные посредством частотного анализа встречаемости слов, позволили выделить семь основных особенностей представлений о религии.

1. *Многомерность восприятия религии*: от экзистенциального к социальному. Пользователи осмысливают религию одновременно на трех взаимосвязанных уровнях:

- личностно-экзистенциальном (поиск смысла жизни, моральные ориентиры, психологическое благополучие);
- межличностном (коммуникация, семейные традиции, локальные сообщества);
- социетально-политическом (влияние на общественные нормы, межгрупповые отношения, государственное управление).

Такая многоуровневость порождает противоречивость суждений: религия одновременно воспринимается как источник мудрости, добра, социальной стабиль-

ности и как инструмент манипуляции, разобщения и давления. Третью позицию занимают атеисты, отрицающие необходимость таких внешних источников порождения смысла.

2. *Дифференциация структурных компонентов религиозности.* Анализ выявил принципиальное разграничение смежных, но не тождественных конструктов:

— «Бог» и «Церковь»: сакральное воспринимается позитивно и непротиворечно, тогда как религиозные институты оцениваются дифференцированно в зависимости от личного опыта и убеждений;

— «вера» и «обрядность»: внутренняя убежденность не обязательно связывается с ритуальной практикой, а формальное соблюдение традиций не приравнивается к подлинной религиозности или нравственности;

— «религиозность» и «нравственность»: по мнению пользователей, моральные качества не всегда коррелируют с конфессиональной принадлежностью.

3. *Конфессиональная специфика и групповая идентичность.* В текстах пользователей доминируют христианство (преимущественно православие) и ислам. При этом мусульмане воспринимаются как недифференцированная общность без учета внутренних течений (сунниты, шииты и т. д.). Буддизм упоминается реже и часто интерпретируется как философское учение, совместимое с другими верованиями.

Значительную группу составляют верующие в «высшую силу» без конфессиональной принадлежности, а также атеисты, ориентирующиеся на общечеловеческие ценности. Выявлено, что религиозная самоидентификация тесно переплетена с этнической средой и статусными отношениями внутри конкретного сообщества.

4. *Психологическая структура религиозной идентичности.* Она представлена следующими основными компонентами: *когнитивным* (осознание себя членом религиозной общности, знания о вероучении); *аффективным* (эмоциональная значимость принадлежности, гордость или стыд); *поведенческим* (социальная активность, участие в практиках, реакции в межгрупповых ситуациях).

5. *Амбивалентный социально-психологический потенциал.* Выявлены сложные конструкты типа «религия добра не требует рабского подчинения» или «вера допустима, но использование Бога для оправдания насилия неприемлемо». Такие многофакторные установки отражают конфликт между ценностно-смысловыми системами разных групп, исторически сложившимися этическими воззрениями, а также социальными, политическими, этническими и гендерными различиями. Религиозность обладает высоким, но противоречивым потенциалом: она способна как *консолидировать*, так и разделять, выступая при определенных условиях детонатором межгрупповых и внутригрупповых конфликтов.

6. *Функциональная многозадачность религии.* Пользователи приписывают религии широкий спектр функций: психологические (терапевтическая, компенсаторная, коммуникативная); социальные (интеграция, социализация, поддержание норм); политико-культурные (легитимация власти, сохранение традиций, международное взаимодействие).

Особо выделяется *психологическая* направленность функций (см. выше), что подчеркивает индивидуально-личностную значимость религии даже в контексте ее общественного влияния.

7. *Территориально-демографическая специфика.* Религия воспринимается как маркер социальной идентификации с учетом территориальных, социальных, ген-

дерных и возрастных характеристик. Расовые аспекты, несмотря на их научную значимость, не проявляются в представлениях российских пользователей, что отражает специфику российского дискурса.

Таким образом, религиозная идентичность в представлениях пользователей существует как динамичная, многокомпонентная и внутренне противоречивая система, интегрирующая индивидуально-психологические потребности, групповую принадлежность и социально-политический контекст. Ее амбивалентный потенциал требует дифференцированного анализа при изучении социальных процессов в поликонфессиональном обществе (более подробно об этом этапе исследовании см.: Журавлев, Китова, 2025).

РЕЗУЛЬТАТЫ ВТОРОГО ЭТАПА ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты статистического анализа религиозной идентификации/самоидентификации пользователей социальных сетей. Произведен анализ более 3,5 тыс. (3771) уникальных сообщений, опубликованных в социальных сетях по всей России. Напомним, что результаты получены посредством качественно-количественного контент-анализа текстовых сообщений (т. е. путем выделения смысловых паттернов и подсчета их количества, например: «религия=управление», «ислам=давление», «вера≠церковь» и др.). Процедура категоризации производилась посредством группирования смысловых высказываний на основе семантической и функциональной близости, что позволило идентифицировать пять укрупненных кластеров репрезентаций религии и два дополнительных¹.

Первый кластер — инструментально-манипулятивный. Он встречается в 26% высказываний. Пользователи рассматривают религию как инструмент управления массами, как способ для элит контролировать простых людей. Так, один из респондентов высказался следующим образом: «Религия создана для управления людьми и накопления денег».

Суть: религия воспринимается как технология социального контроля, инструмент элит для управления массами.

Психологическая основа: когнитивная интерпретация религии через призму теории заговора и критической теории, делается акцент на экономических и политических функциях религиозных институтов.

Второй кластер — негативно-деструктивный, который составляет 24% высказываний. Здесь религию называют абсолютным злом, источником насилия и препятствием для прогресса.

Особенность: часто сопровождается эмоционально окрашенной лексикой («дно», «мрак» и т. д.), а также переносом обобщенного негативного опыта с конкретных религиозных деятелей на всю религию. Ключевой паттерн: «Любая религия — равное зло».

Третий кластер — конфессионально-полюсительский, встречающийся в 19% высказываний. Это представления, в которых люди сравнивают, критикуют или защищают конкретные религии, особенно ислам и православие. Интересно, что в этом кластере 72% дискуссий касаются именно ислама. Здесь можно встретить даже полярные оценки: от «ислам — религия террористов» до «ислам — религия мира и добра».

Особенность: представления строятся вокруг сравнения, критики или защиты конкретных религиозных традиций.

Четвертый кластер — *дуалистический*, который составляет 11% высказываний. Здесь пользователи четко разделяют понятия «вера» и «религия». Как один из респондентов выразился: «Я разделяю веру и религию, так вот любая религия — зло. Вера — дело сугубо интимное». Это стремление сохранить личный духовный опыт при отказе от официальных институций.

Суть: разделение «истинной веры» (личный духовный опыт) и «институциональной религии» (церковные структуры, обрядность).

Пятый кластер — *идентификационно-культурный*, который составляет 10% высказываний. Здесь религия воспринимается как маркер этнической и национальной принадлежности. Например: «Религия религией, а этническое происхождение никто не отменял».

Суть: религия воспринимается как маркер этнокультурного наследия.

Можно выделить и *шестой* (дополнительный) кластер — *экзистенциально-атеистический*, который составляет 6% высказываний (т. е. менее 10%). Здесь респонденты утверждают, что человек сам создает смысл своей жизни и не нуждается во внешних источниках значения.

Суть: отрицание необходимости внешних источников смысла, утверждение автономии человека в создании жизненных целей и ценностей.

Можно указать и на *функционально-амбивалентный* кластер (условно — *седьмой*), который составляет 4% высказываний. Здесь признаются полезные функции религии, хотя критикуются ее проявления. Например: «...при условии отсутствия радикализма религия — хорошее подспорье для ментальной стабильности».

Особенность: выражение условной толерантности — принятие религии при соблюдении светских норм и уважении прав других.

Последние два кластера представлены недостаточно, но имеют яркую специфику с позиции психологии и вполне заслуживают исследовательского внимания.

*Корреляционные связи в представлениях о религии*². Приведенная далее сводная таблица позволяет отобразить несколько важных взаимосвязей в представлениях пользователей социальных сетей (табл. 1). Таким образом, на основе корреляционного анализа текстового корпуса выявлены следующие значимые связи:

— если человек называет религию «инструментом управления массами», то с 72% вероятностью он сам идентифицирует себя как атеист;

— когда люди говорят о терроризме или насилии в религиозном контексте, в 89% случаев они ассоциируют это с исламом. Хотя в общих высказываниях об исламе тема терроризма звучит не часто;

— критика публичных религиозных проявлений, таких как азан или крестные ходы, в 68% случаев сопровождается ссылкой на принцип светского государства, который декларируется с опорой на Конституцию Российской Федерации;

— 84% критических высказываний о положении женщин в религии направлены именно на ислам, в то время как критика других религий по этому вопросу встречается в 3–4 раза реже;

— 61% людей, которые разделяют понятия «вера» и «религия», одновременно выражают уважение к вере, но критикуют церковные институты;

— 57% упоминаний ислама как «самой молодой религии» сопровождаются характеристиками «агрессивная», «радикальная» или «незрелая»;

— 65% упоминаний высокой рождаемости мусульман напрямую связываются с идеей демографической угрозы для иных конфессиональных групп.

Таблица 1

ОБЩИЕ КОРРЕЛЯЦИИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ О РЕЛИГИИ

Table 1

GENERAL CORRELATIONS IN SOCIAL MEDIA USERS' PERCEPTIONS OF RELIGION

№	Корреляционная связь	Коэффициент условной частоты	Процент совместных упоминаний	Статистическая значимость
1	Инструмент управления ↔ Атеистическая позиция	0,78	72	$\chi^2 > 6,63, p < 0,01$
2	Ислам ↔ Терроризм/насилие	0,85	89	$\chi^2 > 6,63, p < 0,01$
3	Критика публичных обрядов ↔ Защита светского государства	0,71	68	$\chi^2 > 6,63, p < 0,01$
4	Гендерная критика ↔ Ислам	0,82	84	$\chi^2 > 6,63, p < 0,01$
5	Вера ≠ Религия/институты ↔ Умеренно-позитивное отношение к духовности	0,65	61	$\chi^2 > 6,63, p < 0,01$
6	Молодость религии (ислам) ↔ Агрессивность	0,59	57	$\chi^2 > 6,63, p < 0,01$
7	Высокая рождаемость мусульман ↔ Демографическая угроза	0,63	65	$\chi^2 > 6,63, p < 0,01$

В целом выявлено, что *ислам*, доминирующий объект дискурсов пользователей социальных сетей, ассоциируется с социальной агрессивностью, гендерным неравенством и высокой демографической динамикой. Одновременно присутствует полярный дискурс: защитники называют его «религией мира».

Особенности восприятия христианства. Анализ проводился с фильтрацией/исключением сообщений, не относящихся к христианству (ислам, буддизм, атеизм).

В 71% случаев упоминаний православия в российском контексте люди ссылаются на государственную идеологию или историческую роль в формировании «русского мира». Получены следующие результаты (табл. 2, с. 234):

— 65% критических высказываний о христианстве содержат одновременно упоминание исторических форм насилия и характеристику современного христианства как «пассивного» или «стареющего», т. е. не агрессивного, не стремящегося к привлечению новых сторонников;

— 79% людей, позитивно оценивающих христианскую веру, одновременно критикуют церковные структуры, например в контексте коррупции;

— 89% упоминаний сексуального насилия в религиозном контексте относятся к католической церкви. Хотя общая масса упоминаний о католиках редко связана с этим явлением;

Таблица 2

КОРРЕЛЯЦИИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ О ПРАВОСЛАВИИ

Table 2

CORRELATIONS IN SOCIAL MEDIA USERS' PERCEPTIONS OF ORTHODOXY

№	Корреляционная связь	Коэффициент условной частоты	Процент совместных упоминаний	Статистическая значимость
1	Православие ↔ Российская государственность/имперскость	0,74	71	$\chi^2 > 5,99, p < 0,05$
2	Христианство ↔ Историческая агрессия ↔ Современная пассивность	0,68	65	$\chi^2 > 5,99, p < 0,05$
3	Разделение «Вера в Бога» ↔ «Церковные институты»	0,81	79	$\chi^2 > 5,99, p < 0,05$
4	Католицизм ↔ Педофилия в церкви	0,92	89	$\chi^2 > 5,99, p < 0,05$
5	Христианство ↔ Культурная идентичность без практики	0,57	53	$\chi^2 > 5,99, p < 0,05$

Методологическое примечание: корреляции выявлены через анализ совместной частоты упоминания концептов в едином высказывании или связанных сообщениях. Коэффициенты рассчитаны как отношение количества совместных упоминаний к общему количеству упоминаний первого концепта в контексте христианства. Все связи статистически значимы ($\chi^2 > 5,99$, при $p < 0,05$).

— 53% упоминаний православия в *российском контексте* не содержат ссылки на религиозную практику, но ассоциируются с культурной принадлежностью и традициями.

Христианство (православие), как и ислам, характеризуется дуализмом, но иной природы: вера в Бога воспринимается позитивно, а церковные институты критикуются, в частности, за коррупцию. Выявлена сильная связь с государственной идеологией, а феномен «культурное православие» идентифицируется с православной культурой без религиозной практики.

Иудаизм в структуре религиозных представлений. В ходе анализа иудаизм не выделился как самостоятельный кластер с высокой частотой упоминаний, что отражает его периферийное положение в массовом дискурсе российских пользователей. Концепты, связанные с иудаизмом, чаще встречаются в контексте обсуждения этнической идентичности, исторических традиций или межконфессиональных отношений, однако при этом не возникает устойчивых корреляционных связей с темами насилия, политического влияния или социальной критики, характерными для доминирующих конфессий. Это позволяет предположить, что иудаизм воспринимается преимущественно как этнокультурное явление, а не как активный феномен общественного дискурса.

Особенность: иудаизм представлен маргинально (~5,4% упоминаний), доминируют стереотипы об «избранности», наблюдается конфуз между этнической принадлежностью (еврей — национальность) и религией (иудаизм).

Буддизм отличается философизацией и синкретизмом восприятия: буддизм не сформировал самостоятельного кластера с высокой частотой упоминаний и не вошел в число значимых корреляционных связей, что свидетельствует о его особом положении в структуре массовых религиозных представлений российских пользователей. В отличие от иных религий, буддизм не ассоциируется с темами политического влияния, социального насилия или демографических процессов, что указывает в этом смысле на его восприятие как «нейтральной» религиозной традиции.

Качественный анализ показывает, что буддизм преимущественно интерпретируется не столько как религия в строгом смысле, сколько как философское мировоззрение, совместимое с другими системами верований. Ярким примером служит высказывание: «Папа говорит, что я пофигистка, а я буддистка», демонстрирующее синкретический характер самоидентификации, при котором буддийские элементы интегрируются в индивидуальную картину мира без принятия полноценной религиозной принадлежности. Отсутствие статистически значимых корреляций (не достигнуто пороговое значение $\chi^2 > 6,63$) подтверждает, что буддизм не занимает выраженной позиции ни в позитивном, ни в негативном оценочном спектре, функционируя скорее как элемент эклектичной духовности, чем как самостоятельная конфессиональная идентичность.

Особенность: минимальная представленность (~2,7%) в текстах сообщений, а также исключительно позитивный образ.

Таким образом, буддизм не ассоциируется с темами политического влияния, тогда как восприятие иудаизма осложняется стереотипами и маргинальной представленностью в дискурсе. Иудаизм воспринимается преимущественно как этнокультурный феномен, при этом наблюдается смешение (или слияние) понятий религиозной и национальной идентичности, тогда как буддизм интерпретируется скорее как философское мировоззрение, совместимое с другими системами верований.

Атеистическая позиция (гуманистические ценности как альтернатива религиозности). Атеисты в исследуемом дискурсе представляют собой достаточно однородную группу, основывающую свои убеждения на общечеловеческих гуманистических ценностях без соотнесения с высшими силами (~12%). Данная позиция демонстрирует высокую корреляцию с восприятием религии как «инструмента управления массами» (72%), что указывает на формирование целостной мировоззренческой системы, отвергающей религиозные объяснения социальной реальности. При этом атеистические высказывания редко содержат жесткую конфронтацию с верующими: критика направлена преимущественно на институциональные и идеологические стороны религии, а не на индивидуальный религиозный опыт. Это свидетельствует о том, что в российском контексте атеизм функционирует не как антирелигиозная идеология, а как альтернативная система смыслов, ориентированная на светские этические основания и рациональное объяснение социальных процессов.

Особенность: атеизм связан с доминирующей критической позицией о том, что религия является «инструментом управления массами» и «опиумом для народа».

Самоидентификация атеистов строится на автономии личности: «Человек сам создает смысл жизни без внешних источников».

Неконфессиональная духовность — вера без принадлежности к конфессии. Незначительную подгруппу пользователей составляют лица, декларирующие веру в «высшую силу» или «Бога» без привязки к конкретной конфессии. Данная позиция характеризуется индивидуализацией религиозного опыта: сакральное воспринимается как личностная категория, не требующая институционального посредничества или ритуального оформления. Такие высказывания часто коррелируют с критикой церковных структур при одновременном сохранении уважения к вере как таковой, что подтверждает тенденцию к дифференциации «веры» и «религии» в массовом сознании. Неконфессиональная духовность выступает своеобразным компромиссным вариантом, позволяющим сохранить экзистенциальные ориентиры без принятия доктринальных обязательств и институциональной лояльности.

Отличительной особенностью представителей данной подгруппы является маргинальность позиции (~2% сообщений): разделение понятий «вера» (личный духовный опыт) и «религия» (институты). Воспринимается как элемент самовыражения (например, «я буддистка») или вера в «высшие силы» вне религиозных рамок, но в российском дискурсе почти не встречается в качестве устойчивой идентичности.

АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ СООБЩЕНИЙ И ИХ СООТНЕСЕНИЕ С САНКЦИЯМИ В РОССИИ

Изученная выборка уникальных сообщений представляет собой массив пользовательских высказываний на тему религии. Как было показано, основные тематические кластеры составляют: *критика* и оценка религий — преобладают дискуссии об исламе, иудаизме, православии, буддизме, часты атеистические позиции; этноконфессиональные *стереотипы*: смешение понятий «еврей — национальность» и «иудаизм — религия», обсуждение «избранности», восприятие буддизма как «мирной философии»; *социально-политический* контекст: дебаты о светскости государства, отделении религии от власти, религиозном экстремизме; *личный опыт* и идентичность: самоидентификация пользователей, синкретические верования, семейные традиции.

Прямой поиск связи с санкционным контекстом (как это было сделано с буддизмом и иудаизмом: результаты прямого текстового поиска за пределами статистически значимых связей) позволяет утверждать, что в текстах сообщений не было обнаружено:

- прямых упоминаний санкций, экономических ограничений или международной изоляции России;
- отсылок к геополитическим событиям, связанным с санкционным давлением;
- обсуждений влияния санкций на религиозные институты, практики или межконфессиональные отношения;
- лексики, характерной для дискурса о санкциях («импортозамещение», «финансовые ограничения», «враждебные страны» и т. п.).

Такое разделение свидетельствует, скорее, о том, что религия функционирует как автономная система смыслов, не подверженная влиянию текущих политических и экономических процессов; пользователи интуитивно отделяют духовное от

материального — вопросы веры и межконфессиональных отношений не смешиваются с темами выживания и адаптации к санкционному давлению; религиозная идентичность оказывается более устойчивым феноменом, чем экономическое благополучие или политическая конъюнктура. Можно сделать еще более общий вывод о том, что проблемы религии далеки от сиюминутных проблем человека.

Полученные данные позволяют сделать заключение о том, что религиозный дискурс в российском сегменте не связан с темами санкций. Отсутствие связи между религиозным дискурсом и санкциями может говорить не просто о тематическом разделении, а о принципиальном различии уровней человеческого сознания, на которых существуют и актуализируются эти жизненные проблемы.

ВЫВОДЫ

1. Выявленные смысловые паттерны представлений о религии как индивидуальном и социальном явлении свидетельствуют о социальном разнообразии, политических, экономических и культурных характеристиках религии и их априорной противоречивости. Преодоление выделенных противоречий практически невозможно, поскольку они обусловлены индивидуальными убеждениями и культурно-этническими особенностями различных пользователей.

2. Смысловые паттерны представлений о функциях религии на нравственно-личностном и социальном уровнях практически не содержат внутренних противоречий и концентрируются на широком спектре представлений о роли религии в частной и общественной жизни, ее значимости и специфике, зависящей от мировоззренческой направленности религиозного течения и условий социальной среды.

3. На основе разнообразия мировоззренческих позиций можно констатировать формирование у пользователей установок на восприятие религиозных факторов социальной идентификации/самоидентификации, не включающих проблемы расовой принадлежности.

4. Исследование выявило ряд частных признаков, требующих дальнейшего осмысления: разграничение конструкторов «Бог» и «Церковь», «вера» и «обряды», статусных отношений и самоидентификации в рамках религиозного сообщества. Религиозность личности представлена основными психологическими компонентами (когнитивным, аффективным, поведенческим). Наибольшее внимание в обсуждениях уделяется христианству и исламу. Среди пользователей широко представлены атеисты, а также существует массовая прослойка верящих в «высшую силу» без привязки к конкретным религиозным учениям.

5. Эмпирические данные свидетельствуют о трансформации религиозной самоидентификации из институционально-коллективной формы в персонализированную, деинституционализированную модель. Разграничение конструкторов «Бог» и «Церковь», «вера» и «религиозные обряды» указывает на формирование индивидуализированной религиозности, при которой вера воспринимается как частный экзистенциальный опыт, а религиозные институты — как социальные структуры, не обладающие монополией на духовную истину.

В условиях цифровой трансформации общества обыденное сознание все чаще конструируется через синтез фрагментов различных дискурсов, а не через принятие готовых институциональных систем. Данная тенденция коррелирует с феноменом «веры без принадлежности» (believing without belonging — концепция в социо-

логии религии, которую ввела английский ученый Грейс Дэйви), отражающим кризис традиционных форм религиозной социализации.

6. В цифровой среде формируется постконфессиональная религиозность — особый тип самоидентификации, характеризующийся верой в «высшую силу» без привязки к конкретной конфессии, а также синкретизмом религиозных и светских ценностей. Массовая представленность пользователей, сочетающих буддийские практики с христианской идентичностью или апеллирующих к «высшей справедливости» вне религиозных рамок, указывает на деконструкцию традиционных границ между конфессиями, где индивид выступает как активный агент, конструирующий собственную систему верований.

7. Взаимосвязь между содержанием религиозных сообщений и санкционным контекстом в России не обнаружена. Это позволяет сделать вывод, что религиозный дискурс в русскоязычном сегменте социальных сетей функционирует автономно от темы санкций: пользователи обсуждают вопросы веры, идентичности и межконфессиональных отношений в рамках внутренней повестки, не интегрируя в эти обсуждения внешнеполитические или экономические ограничения. Отсутствие такой связи может свидетельствовать о том, что санкционный контекст не является значимым фактором, влияющим на массовые религиозные представления и их выражение в социальных медиа.

Таким образом, отсутствие связи между религиозным дискурсом и санкциями может говорить не просто о тематической независимости, а о фундаментальном различии уровней человеческого сознания, на которых функционируют эти проблемы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные эмпирические результаты позволяют говорить о многочисленных социально-религиозных переживаниях человека, разнообразии религиозных убеждений, доходящих до прямого противоречия, сложной психологической природе феномена, а также о факторах, способных как интегрировать общество, так и выводить его на уровень напряжения и конфликтов вследствие непримиримости взглядов. Это явление требует пристального внимания со стороны социогуманитарных наук и социальной практики. Религиозная идентификация и самоидентификация личности указывают на глубинную социальную природу явления, позволяя человеку «распознавать» своих и «чужих» преимущественно на основе территориальной и социальной, культурной и религиозной идентичности/близости.

Серьезного внимания требует взаимосвязь религиозных убеждений практически со всеми элементами жизнедеятельности человека и общества. Частные характеристики восприятия могут быть как полезными, так и потенциально опасными при выстраивании социальных взаимоотношений между представителями различных вероисповеданий, в том числе атеистами и «гуманистами» (верящими в «высшую справедливость» вне религиозных рамок), и внутри конфессиональных групп. Особого внимания заслуживает также феномен разграничения веры как духовного явления и деятельности религиозных институтов. В перспективе представляется важным еще более детализировать выявленные аспекты проблемы и представить их с описанием конкретных статистически оцененных факторов религиозной идентификации/самоидентификации человека.

Религиозный дискурс в социальных сетях существует в своей системе координат — это сфера вечных вопросов, метафизических поисков, этических дилемм и идентичности, в то время как санкции, экономические ограничения и геополитические потрясения относятся к категории временных, хотя и болезненных, обстоятельств повседневной жизни.

Полученные данные позволяют лучше понять, как современные россияне воспринимают религию в цифровом пространстве и как формируются их представления. При этом важно отметить, что противоречия религиозной самоидентификации не являются дефектом феномена, а отражают его сложную природу как точки пересечения индивидуального и социального, традиционного и современного, локального и глобального. Их осмысление требует отказа от упрощенных дихотомий (вера/атеизм, традиция/модерн) в пользу многоуровневого анализа, учитывающего контекстуальную вариативность обыденного сознания. Перспективы исследования связаны с методологическим обновлением, междисциплинарной интеграцией и ориентацией на прикладные задачи укрепления социального согласия в многонациональном и многоконфессиональном обществе. Как подчеркивает В. А. Тишков, «идентичность — не данность, а процесс», и именно в этом процессе, полном внутренних противоречий, формируется/выстраивается будущее *российской гражданской идентичности* (Тишков, 2005), а также религиозной идентичности.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выявленные противоречия определяют перспективные направления дальнейших исследований религиозной самоидентификации.

1. *Междисциплинарный синтез.* Перспективной представляется *интеграция* социально-психологического подхода с достижениями религиоведения, культурной антропологии и когнитивной науки.

2. *Лонгитюдные исследования динамики идентичности.* Необходимы многолетние наблюдения за трансформацией религиозной самоидентификации у одних и тех же индивидов в контексте биографических событий (семейные кризисы, миграция, профессиональные изменения) и макросоциальных трансформаций (политические кризисы, пандемии, технологические революции). Особенно перспективно изучение формирования религиозной идентичности у молодежи — «цифрового» поколения, для которого граница между офлайн- и онлайн-мирами постепенно стирается.

3. *Региональные сравнительные исследования.* Требуется детализация анализа по федеральным округам с учетом конфессионального ландшафта, уровня урбанизации и историко-культурных особенностей. Сравнение религиозной самоидентификации в республиках Северного Кавказа, Поволжья и Сибири позволит выявить специфику взаимодействия религиозной, этнической и гражданской идентичностей в различных социально-культурных контекстах. Подобные исследования могут стать основой для разработки дифференцированных программ межкультурного диалога.

4. *Изучение цифровой трансформации религиозной идентичности.* Перспективным направлением выступает использование цифровых технологий анализа религиозной самоидентификации. Интернет-пространство становится новой средой конструирования обыденного сознания, требующей разработки и использования специальных *методологических* подходов (Журавлев, Китова, 2024).

5. *Прикладные разработки в сфере межконфессионального диалога.* Результаты исследований могут быть *транслированы* в образовательные программы по формированию толерантности, профилактике религиозного экстремизма и развитию межкультурной компетентности.

6. *Методологические инновации.* Перспективным представляется развитие смешанных методов исследования: сочетание автоматизированного анализа больших массивов текстов с глубинными интервью и проективными техниками. Важно также разработать валидизированные методики измерения неосознаваемых компонентов религиозной идентичности — установок, эмоциональных атрибутов веры, духовных практик как элементов религиозной самоидентификации и др.

Исследовательского внимания требуют и иные важные проблемы, например обратные обыденные представления. Так, некоторые авторы говорят о феномене «культурного православия»³, когда происходит идентификация представителей разных конфессиональных групп с православием как частью национальной культуры без включения в религиозную практику, и др.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Для оценки надежности полученной классификации осуществлялась проверка согласованности кодирования с использованием коэффициента каппы Коэна, значение которого составило $k = 0,78$, что свидетельствует о высоком уровне межэкспертной надежности и валидности выделенных кластеров.

² Корреляции выявлены через анализ условных частот совместного упоминания концептов в едином высказывании или в связанных сообщениях. Коэффициенты рассчитаны как отношение количества совместных упоминаний к общему количеству упоминаний первого концепта. Все связи статистически значимы ($\chi^2 > 6,63$, при $p < 0,01$).

³ Культурно-историческое Православие. URL: <http://iamruss.ru/kulturno-istoricheskoe-pravoslavie/> (дата обращения: 10.04.2026)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Ачкасов, В. А. (2013) Политика идентичности в современном мире // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6: Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. №4. С. 71–77.

Верба, С. Сравнительная политическая культура (1965) Принстон.

Журавлев, А. Л., Китова, Д. А. (2024) Вычислительный подход к анализу обыденного сознания: на примере изучения интернет-пространств // Методология современной психологии. Вып. 22. М. — Ярославль : ЯрГУ, АКЦИСИ РАН, МАПН. С. 70–84.

Журавлев, А. Л., Китова, Д. А. (2025) Религиозная самоидентификация как элемент обыденного сознания // Психологический журнал. Т. 46. №3. С. 14–24.

Карлов, В. В. (2011) Этническая идентификация в системе идентичностей глобального мира: тенденции изменений // Феномен идентичности в современном гуманитарном знании: к 70-летию академика В. А. Тишкова / сост. М. Н. Губогло, Н. А. Дубова. М. С. 469–473.

Карнышев, А. Д., Бурменко, Т. Д. (2002) Собственность: психолого-экономический анализ. Иркутск : Изд-во БГУЭП. 204 с.

Психологические исследования в интернет-пространстве: поисковые системы, социальные сети, электронные базы (2020) М. : Изд-во ИП РАН. 528 с.

Тишков, В. А. (2005) Этнология и политика. М. : Наука. 384 с.

Porter, M. F. (1980) An algorithm for suffix stripping // Program. Vol. 14. №3. Pp. 130–137.

Shuyo, N. (2018) Language detection library for java // Retrieved Jul. Vol. 7. Pp. 2016.

Дата поступления: 02.05.2026 г.

RELIGIOUS SELF-IDENTIFICATION OF INDIVIDUALS UNDER
SANCTION PRESSURE

A. L. ZHURAVLEV, D. A. KITOVA
RAS INSTITUTE OF PSYCHOLOGY

This article presents the results of an empirical study of religious self-identification under sanctions pressure, which are based on an analysis of user-generated content on social media. The aim of the study was to identify factors in the religious self-identification of VKontakte social network users creating content in Russia. The empirical base consisted of 3,771 unique messages covering all regions of the country. The methodological approach included projective analysis of activity products, automated content analysis, clustering of semantic patterns, and correlation analysis of concepts.

The study identified seven main clusters of religious representations: instrumental-manipulative, negative-destructive, confessional-polemic, dualistic, identification-cultural, existential-atheistic, and functional-ambivalent. A distinct confessional specificity of perception was established: Islam dominates the discourse and is associated with social aggression and demographic dynamics, Orthodoxy is linked to state ideology and cultural identity, while Judaism and Buddhism occupy a peripheral position in the discourse. A persistent tendency toward the transformation of religious identity from an institutional-collective form to a personalized, deinstitutionalized model (“faith without belonging”, post-confessional religiosity) was revealed.

Particular attention is paid to the correlation of religious discourse with the sanctions context. No direct connection was found between the content of religious statements and the topic of sanctions, indicating the relative autonomy of the religious sphere from current socioeconomic processes and the perception of religion as a category removed from immediate problems of survival. The results of the study have practical implications for the development of educational programs, youth policy, and the organization of interfaith dialogue. The paper presents important areas and promising research on this issue.

Keywords: religious self-identification; social media; everyday consciousness; social identity; Orthodoxy; Islam; Judaism; Buddhism; atheism; post-confessional religiosity

REFERENCES

Achkasov, V. A. (2013) Politika identichnosti v sovremennom mire. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 6: Filosofiya. Kul'turologiya. Politologiya. Pravo. Mezhdunarodnye otnosheniya*, no. 4, pp. 71–77.

Verba, S. (1965) *Sravnitel'naya politicheskaya kul'tura*. Princeton, Princeton University Press.

Zhuravlev, A. L. and Kitova, D. A. (2024) Vychislitel'nyj podhod k analizu obydenogo soznaniya: na primere izucheniya internet-prostranstv. *Metodologiya sovremennoj psibologii*, issue 22, pp. 70–84.

Zhuravlev, A. L., and Kitova, D. A. (2025) Religioznaya samoidentifikaciya kak element obydenogo soznaniya. *Psibologicheskij zhurnal*, vol. 46, no. 3, pp. 14–24.

Karlo, V. V. (2011) Etnicheskaya identifikaciya v sisteme identichnostej global'nogo mira: tendencii izmenenij. In: *Fenomen identichnosti v sovremennom gumanitarnom znanii: k 70-letiyu akademika V. A. Tishkova* / comp. by M. N. Guboglo and N. A. Dubov. Moscow, Nauka. Pp. 469–473.

Karnyshev, A. D. and Burmenko, T. D. (2002) *Sobstvennost': psikhologo-ekonomicheskij analiz*. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Press. 204 p.

Psibologicheskie issledovaniya v internet-prostranstve: poiskovyje sistemy, social'nye seti, elektronnyje bazy (2020) Moscow, IP RAS Publ. 528 p.

Tishkov, V. A. (2005) *Etnologiya i politika*. Moscow, Nauka. 384 p.

Porter, M. F. (1980) An algorithm for suffix stripping/ *Program: Electronic Library and Information Systems*, vol. 14, no. 3, pp. 130–137.

Shuyo, N. (2018) Language detection library for java / *Retrieved Jul*, vol. 7, pp. 2016.

Журавлев Анатолий Лактионович — академик РАН, профессор, научный руководитель Института психологии РАН. Адрес: 129366, Российская Федерация, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13, корп. 1. Тел.: 8 (977) 312-71-89. Эл. адрес: alzhuravlev2018@yandex.ru

Китова Джульетта Альбертовна — доктор психологических наук, профессор, главный научный сотрудник лаборатории истории психологии и исторической психологии Института психологии РАН. Адрес: 129366, Российская Федерация, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13, корп. 1. Тел.: 8 (977) 312-71-89. Эл. адрес: j-kitova@yandex.ru

Zhuravlev Anatoly Laktionovich, Academician, Russian Academy of Sciences, Professor, Scientific Director, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. Postal address: 13, Yaroslavskaya St., Bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 129366. Tel.: 8 (977) 312-71-89. E-mail: alzhuravlev2018@yandex.ru

Kitova Dzhulietta Albertovna, Doctor of Psychology, Professor, Principal Researcher, Laboratory of History of Psychology and Historical Psychology, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences. Postal address: 13, Yaroslavskaya St., Bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 129366. Tel.: 8 (977) 312-71-89. E-mail: j-kitova@yandex.ru