

DOI: [10.14515/monitoring.2024.6.2680](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2680)**Е. А. Островская, Т. Б. Бадмацыренов****РОССИЙСКИЙ ТРАДИЦИОННЫЙ БУДДИЗМ
В ПУБЛИЧНЫХ МЕДИАСФЕРАХ****Правильная ссылка на статью:**

Островская Е. А., Бадмацыренов Т. Б. Российский традиционный буддизм в публичных медиасферах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 6. С. 204—225. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2680>.

For citation:

Ostrovskaya E. A., Badmatsyrenov T. B. (2024) Russian Traditional Buddhism in Mediatized Public Spheres. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 204–225. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2680>. (In Russ.)

Получено: 03.09.2024. Принято к публикации: 27.11.2024.

РОССИЙСКИЙ ТРАДИЦИОННЫЙ БУДДИЗМ
В ПУБЛИЧНЫХ МЕДИАСФЕРАХ

ОСТРОВСКАЯ Елена Александровна — доктор социологических наук, профессор кафедры теории и истории социологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: e.ostrovskaya@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0664-1514>

БАДМАЦЫРЕНОВ Тимур Баторович — доктор социологических наук, заведующий кафедрой политологии и социологии, Бурятский государственный университет им. Д. Банзарова, Улан-Удэ, Россия
E-MAIL: latorovitch@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-6363-9464>

Аннотация. Статья посвящена анализу стратегий и форм самопрезентации российского традиционного буддизма в условиях медиатизированной публичности. Авторы задаются следующими вопросами: как презентует себя в публичной сфере буддизм Бурятии, Калмыкии и Тувы? Кто те акторы, которые выступают в медиа от его лица? Какой вклад вносят различные медиа или их комбинации в конструирование традиционного буддизма России в публичной сфере?

Методологической рамкой исследования послужили институциональный подход к медиатизации Стига Хьярварда, концепция медиатизированной публичной религии Мии Лёвхайм и Марты Акснер, концепция религиозных цифровых новаторов Хайди Кэмпбелл. Авторы использовали количественные методы при сборе и анализе данных о буддийских сообществах в социальной сети VK, а также экспертные интервью для выявления стратегий буддийских цифровых новаторов в отношении интернета и медиатехнологий.

RUSSIAN TRADITIONAL BUDDHISM IN MEDIATIZED PUBLIC SPHERES

*Elena A. OSTROVSKAYA*¹ — Dr. Sci. (Soc.), Professor, Department of Theory and History of Sociology
E-MAIL: e.ostrovskaya@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0664-1514>

*Timur B. BADMATSYRENOV*² — Dr. Sci. (Soc.), Head of Department of Politology and Sociology
E-MAIL: latorovitch@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0002-6363-9464>

¹ Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

² Dorzhi Banzarov Buryat State University, Ulan Ude, Russia

Abstract. The article provides an analysis of strategies and forms of self-presentation of Russian traditional Buddhism in mediatized public spheres. The authors consider the following questions: how does Buddhism of Buryatia, Kalmykia, and Tuva present itself in the public sphere? Who are the actors presenting it in the media? How do various media, or their combinations, contribute to constructing traditional Buddhism of Russia in the public sphere?

How do various media forms, or combinations of these, contribute to constructing traditional Buddhism of Russia in public spheres?

Methodologically, the study relies on a combination of the institutional approach to mediatization by Stig Hjarvard, the concept of mediatized public religion by Mia Lövhelm and Marta Axner, and the concept of religious digital creatives by Heidi Campbell. The authors use quantitative methods to collect and analyze data on Buddhist communities on the VK social network and expert interviews

Авторы пришли к заключению, что исторически имевшая место претензия традиционного буддизма Бурятии, Калмыкии и Тувы представлять весь российский буддизм исчерпалась в период реинституционализации буддизма в 1990—2000-х годах. Возрождение буддизма в традиционных для этой религии регионах России предполагало строительство монастырей, создание системы традиционного монашеского образования только одного направления — гелугпа. Проведенный анализ буддийских гелугпинских сообществ и пабликов в VK, экспертные интервью с их создателями, а также буддийскими цифровыми стратегами и светскими журналистами, вовлеченными в курсы о буддизме в СМИ, выявил четыре тенденции в реинституционализации российского традиционного буддизма: (1) перераспределение религиозного авторитета между различными направлениями буддизма, но при ведущей роли традиционного для России направления школы гелугпа; (2) традиционный для России буддизм направления гелугпа презентует себя в культурной публичной медиасфере как коллективный религиозный бренд; (3) медиатизированный российский буддизм презентует себя в четырех дискурсах о буддизме; (4) традиционные буддийские наставники разворачиваются в направлении широкого онлайн-продвижения буддизма на различных цифровых площадках и социальных сетях.

Ключевые слова: российский буддизм, публичная медиасфера, медиатизированный буддизм, буддийские паблики, буддийские блогеры, коллективный буддийский бренд

Благодарность. Публикация выполнена за счет гранта Российского научного фонда № 24-48-03022, <https://rscf.ru/project/24-48-03022/>.

to identify strategies of Buddhist digital creatives in relation to the Internet and media technologies.

The authors conclude that the historical claim of traditional Buddhism in Buryatia, Kalmykia, and Tuva to represent all Russian Buddhism was exhausted during the period of reinstitutionalization of Buddhism in the 1990s–2000s. The revival of Buddhism in the regions of Russia traditional for this religion implied the construction of monasteries and the creation of a system of traditional monastic education of Gelugpa. The analysis of Buddhist Gelugpa communities and publics on VK social network, expert interviews with their creators, Buddhist digital strategists, and secular journalists involved in discourses on Buddhism in the media, revealed four trends in the reinstitutionalization of Russian traditional Buddhism. Namely, the authors conclude that (1) religious authority is being redistributed between various directions of Buddhism, with the leading role of the Gelugpa school, traditional for Russia; (2) Russian Gelug Buddhism represents its identity in public media sphere as a collective religious brand; (3) mediatized Russian Buddhism presents itself in four formats of discourses on Buddhism; (4) traditional Buddhist teachers are turning towards the broad online promotion of Buddhism on various digital platforms and social networks.

Keywords: Russian Buddhism, public media sphere, mediatized Buddhism, Buddhist publics, Buddhist bloggers, Buddhist collective brand

Acknowledgments. This article was prepared with the financial support of the Russian Science Foundation, grant <https://rscf.ru/project/24-48-03022/>.

Введение

В последние десятилетия возрастает интерес социологов к исследованию процессов медиатизации и цифровизации религий. Этот интерес во многом актуализирован тем, что цифровизация, поначалу трактовавшаяся сугубо как перевод аналоговых данных и рабочей рутины в цифровой формат, на дистанции лет предстала этапом глобальной общественной трансформации — процесса, который принято обозначать понятием «медиатизация». Медиа буквально прошивают все полотно коммуникативных практик, становятся значимыми агентами изменения социальных институтов. Одно из ключевых последствий медиатизации — влияние цифровых медиа на социальное взаимодействие во всех сферах жизнедеятельности общества, включая религию [Lundby, 2013: 197]. Применительно к религии медиатизация обернулась появлением медиатизированной религии — разнообразных форм самопрезентации и репрезентации религии в культурной публичной медиасфере.

В таких условиях религии предстают как гибридные медиатизированные институции, презентуемые религиозными и традиционными СМИ, кинематографом, различными ток-шоу, сериалами и др. [Хьярвард, 2020]. Свой вклад в продуцирование медиатизированной религии вносят также религиозные блоги, паблики, тематические сайты, подкасты и т. п. [Lövhheim, Axner, 2015]. Разнообразные медиа становятся интерфейсами религии в культурной публичной сфере.

Интернет и новые медиатехнологии открыли возможность для формирования транслокальных взаимодействий религиозно вовлеченных пользователей, разворачивающихся вне каких-либо привязок к традиционным сакральным локациям — церквям, дацанам, монастырям и проч. [Непп, Krönert, 2009]. В этом взаимодействии конструируются новые смыслы и трактовки религиозных практик и религиозных авторитетов, свободные от организационного или общинного контроля [Lövhheim, 2011]. Оцифровка религиозных священных текстов, доступность сакрального знания девальвируют традиционное религиозное образование и ставят под вопрос эпистемический авторитет религиозных профессионалов [Cheong, 2022; Campbell, Bellar 2023]. Новые медиа бросают вызов традиционным религиозным ценностям, поскольку предоставляют пространство и способы формирования новых религиозных авторитетов, новых способов влияния на определенную религиозную группу. Одним из порождений медиатизации стало «перераспределение авторитета», прежде закрепленного за религиозными профессионалами, получившими традиционное образование, наделенными институциональными статусами и полномочиями [Campbell, Bellar, 2023: 83—86]. С середины 2010-х годов социологи все больше говорят о полном стирании границы между онлайн- и офлайн-коммуникациями, а также активностями религиозных общин. Социологические исследования заострены на анализе традиций, авторитетов и идентичностей, трансформирующихся в процессе медиатизации религий [Radde-Antweiler, 2019].

В последние годы растет интерес российских ученых к изучению медиатизации религии, публикуются специальные номера религиозноведческих журналов [Островская, 2018; Гришаева, Шумкова, 2020] и исследования отдельных направлений [Островская, 2019].

В истекшее десятилетие появились статьи, посвященные обзору российских буддийских сайтов и электронных ресурсов [Актамов, Бадмацыренов, Цыремпилов, 2015], онлайн-картографированию и анализу буддийских сообществ социальной сети VK [Актамов, Бадмацыренов, Доржиева 2015], рассмотрению общих характеристик буддийской части русскоязычного сегмента интернета [Дондуков, 2019], изучению буддийского паломничества и киберпаломничества [Ламажаа, Бичелдей, Монгуш, 2020], а также цифровых стратегий русскоязычных буддийских общин [Островская, Бадмацыренов, 2022].

В настоящей работе мы сосредоточимся на анализе медиатизации традиционного буддизма Бурятии, Калмыкии и Тувы. В фокусе нашего анализа вопрос: как продвигается традиционный буддизм в этих регионах России через медиатизированные публичные сферы?

Методология и методы исследования

Методологической рамкой исследования стала комбинация институционального подхода к изучению медиатизации религии, разработанного датским социологом Стигом Хьярвардом, с концепцией медиатизированной публичной религии Миа Лёвхайм и Марты Акснер и концепцией цифровых религиозных новаторов Хайди Кэмпбелл.

Подход Хьярварда и предложенная им концепция медиатизированной религии достаточно известны в отечественном академическом поле (см., например, подробно [Островская, 2018]). В контексте настоящего исследования следует сказать несколько слов о концепции публичной сферы медиа, являющейся ключевой для институционального подхода. Согласно Хьярварду, публичная сфера медиа — это реальность совместного опыта, в которой культурное содержание различных институтов становится видимым и репрезентативным [Hjarvard, 2013: 68]. Медиа-реальность институтов включает в себя политическую публичную сферу и культурную публичную сферу. Благодаря медиа институциональное содержание различных социальных сфер общества становится объектом публичного осмысления и обсуждения. Это, в свою очередь, стимулирует дискурс внутри соответствующих институтов о собственных нормативных основаниях [Hjarvard, 2014: 215—217]. На микроуровне медиакоммуникации возникает реальность продленного и разделяемого опыта — принципиально важная составляющая формирования новых идентичности и общностей. Создаваемая медиа публичная сфера общего опыта включает интеракцию и коммуникацию в новых культурных контекстах [Hjarvard, 2013: 37—38]. Таким образом, методологическое уточнение о микроуровне структурирования реальности предполагает фокус внимания на выявлении культурных содержаний, которые попадают в публичную медиасферу благодаря индивидуальным и групповым медиапрактикам. На макроуровне медиа образуют публичную сферу, совершенно по-новому увязывающую культурные содержания разных социальных институтов. В публичной сфере медиа осуществляется структурное пересечение образа действия/логики различных институтов.

Публичная медиасфера образована тремя типами медиа: журналистикой по конкретной теме (радио, телевидение, газеты, подкасты и влоги); литературными и кинематографическими сюжетами, ток-шоу, затрагивающими проблема-

тику конкретных социальных сфер или культурные контексты; таргетированными институциональными медиа (подробнее см. [Островская, 2023: 608—609]).

Концепция медиатизированной публичной религии Лёвхайм и Акснер выстроена на комбинации тезисов теории медиатизированной религии Хьярварда и концепции публичных сфер дискурса Юргена Хабермаса. Для нашего исследования принципиален методологический тезис Лёвхайм и Акснер, что религию в публичных сферах медиа следует изучать с учетом нескольких единиц анализа — типов акторов (религиозных и светских), типов медиасфер, обеспечивающих дискуссиям публичный формат, и контекста дискурса о религии (светского или религиозного). Таким образом, медиатизированная публичная религия — это публичные дискурсы о религии, обнаруживаемые в медиасферах журналистики, религии, в массовой культуре и цифровых пространствах. Определения каждой из сфер практически полностью воспроизводят дефиниции, предложенные Хьярвардом для форм медиатизированной религии. Лёвхайм и Акснер обогащают типологию указанием на четвертую медиасферу — религиозные цифровые пространства блогов, сайтов, подкастов и т. п. Они считают необходимым исследование религиозных блогов, поскольку такие блоги презентуют медиатизированный публичный дискурс, трансформирующий культурно закрепленные представления об обсуждаемой в них религии [Lövhheim, Aksner, 2015: 47—48].

Предложенная Кэмпбелл концепция религиозных цифровых новаторов применялась нами для дифференцированного изучения стратегий буддийских сообществ, применявшихся в ходе использования цифровых технологий для отстройки собственной идентичности, авторитета и границ. Кэмпбелл предложила выделять три типа религиозных цифровых новаторов, деятельность которых форматирует цифровые религиозные дискурсы. Это цифровые профессионалы, цифровые спикеры и цифровые стратеги. В рамках нашего исследования особое значение имеет концепт цифровых стратегов, тех, кто использует уже имеющиеся цифровые ресурсы для религиозных целей. В число цифровых стратегов Кэмпбелл включила онлайн-миссионеров, создающих инструментарий для цифрового распространения доктрин и установок конкретной религии, разработчиков религиозных мобильных приложений, веб-сайтов и социальных сетей. Наиболее активны и продуктивны в деле религиозного онлайн-просвещения стратеги-блогеры. Они не разрабатывают технологических инноваций, но их религиозный цифровой контент привлекает широкую аудиторию. Среди таких цифровых стратегов-блогеров Кэмпбелл выделила два значимых вида — теологов-блогеров и тео-блогеров. Первые — это профессиональные теологи, обладающие религиозным образованием и фиксированной позицией в иерократической статусной иерархии. Они рассматривают свой блог или сайт в качестве пространства для перевода академической теологии на язык, доступный широкой общественности и неофиту. В качестве отдельных задач они ставят себе мониторинг и рецензирование сторонних дискурсов об их религиозной организации/идеологии, а также выискивание ошибок в цифровых повествованиях других религиозных блогеров. Большинство теологов-блогеров в офлайн-реальности являются религиозными профессионалами в конкретных церквях и приходах, преподавателями в духовных учебных учреждениях. Второй вид — тео-блогеры — это все те, кто создают блог для распространения собствен-

ной рефлексии на теологические сюжеты и приобретения таким образом репутации теологических мыслителей. Влияние тео-блогеров базируется исключительно на их онлайн-активности, а не на обладании религиозным образованием или статусом в религиозной иерархии. Сети связей, формирующиеся вокруг блогов, делают их глобально популярными [Campbell, 2021: 48—54].

В нашей методологической комбинации концепция Лёвхайм и Акснер ориентировала наш фокус на типах акторов, медиасфер и дискурсов в перспективе выявления и классификации форматов медиатизированного дискурса о традиционном буддизме в российской публичной медиасфере. Предложенная Кэмпбелл типология использовалась нами для конструирования выборки респондентов для экспертных интервью, а также послужила аналитической рамкой для интерпретации результатов интервью. В ответах респондентов мы выделяли смысловые блоки с их мотивацией использовать интернет и цифровые технологии в религиозных целях.

Эмпирическая часть исследования проводилась в период с января 2021 г. по август 2024 г. в два этапа. На первом этапе, в 2022—2023 гг., мы использовали количественные программные нереактивные методы сбора данных из социальных сетей с применением специально разработанного программного обеспечения — кроулера — сборщика данных. Нами был разработан список поисковых запросов, содержащих ключевые семантические единицы (слова и словосочетания), отражающие общепонятные буддийские понятия (Будда, Дхарма и т. п.), школы и направления (гелугпа, тхеравада, дзогчен и т. п.), формы социальной организации буддийских сообществ (сангха, дацан, хурул и т. д.). После этого была произведена серия запросов в API vk.com и получен список из более тысячи сообществ, обнаруженных по «буддийским» поисковым запросам. Следующим шагом стало применение методов математического моделирования. С их помощью была построена графовая модель, выявлены и описаны кластеры буддийских онлайн-сообществ в социальной сети VK [Ostrovskaya et al., 2021]. Анализ обнаруженных кластеров позволил говорить о своего рода онлайн-карте российского буддизма, преобладающими направлениями которого являются бурятская, калмыцкая и тувинская ветви тибетской школы гелугпа, российская Ассоциация общин, входящих в состав Международной организации Карма-кагью, российская часть Международной Дзогчен-общины и русскоязычная Тхеравада.

Полученные результаты позволили, во-первых, картографировать буддийские онлайн-сообщества традиционного для России направления гелугпа в соцсети VK и проанализировать структуры взаимосвязей между ними. Во-вторых, мы смогли сформулировать вопросы для второго этапа исследования — выборочного изучения некоторых из описанных буддийских онлайн-сообществ сети VK и их блогов, подкастов на платформе YouTube с помощью качественных методов социологического исследования.

На втором этапе мы провели серию экспертных интервью с создателями крупных буддийских сайтов, VK-сообществ и пабликов, светских журналистов, авторов и ведущих программ о буддизме, блогов и подкастов на платформе YouTube. Выборку мы выстраивали в соответствии со следующими критериями: участие в создании и ведении сообщества или паблика, влога или подкаста; продуктивная ци-

фровая активность не менее пяти лет; отчетливый профиль онлайн-активности; упоминание аккаунта/блога/сайта этого «новатора» более чем в одном интервью. Всем респондентам был предложен один и тот же список вопросов, включавший два тематических блока — биографический и о репертуаре и целевом использовании созданного медиа. Всего было проведено 27 интервью; прямые цитаты из семи были воспроизведены в тексте статьи. Респонденты были заранее проинформированы о ведении записи во время разговора и дали свое разрешение. Когда текст был готов, респонденты имели возможность ознакомиться с теми разделами, где были приведены сведения о них и цитаты из их интервью. От каждого было получено разрешение на использование этих цитат в публикации.

Медиатизация российского буддизма: от подполья к идентичности направлений

Специфика медиавовлеченности традиционных российских буддистов напрямую связана с особенностями сложения среды российского буддизма. Проблема в том, что именуемый традиционным для России буддизм исторически был институционализирован в имперский период истории страны преимущественно в Бурятии и Калмыкии. В каждом регионе сформировались свои локальные особенности. Однако социокультурная модель воспроизведения была сходной — монастыри как религиозные и образовательные центры, существующие на содержании мирян. Такая модель восходит к тибето-монгольскому образцу школы гелугпа, известной своей монастырской системой образования, делением на монахов, послушников и мирян, в российском варианте относительно автономно развивавшемся под патронажем имперской конфессиональной политики. Нескольким особняком стоит история становления буддизма Тувы, поскольку она стала российским протекторатом только в 1914 г., а в состав СССР вошла в 1944 г.

В советское время имперская модель социокультурного бытования буддизма в регионах была разрушена — духовенство репрессировано, монастыри уничтожены, социализация потенциальных мирян проходила в условиях идеологии атеизма. Лишь после окончания Великой Отечественной войны, в конце 1940-х годов наметилась тенденция послабления в отношении буддизма со стороны государственных властей. В 1946 г. на территории Бурятии был создан новый структурный орган — Центральное духовное управление буддистами (ЦДУБ) во главе с Пандито Хамбо-ламой [Бакаева, 2012: 38]. Было разрешено перестроить и возобновить деятельность двух буддийских монастырей — Агинского и Иволгинского со штатом монахов не более 20 человек. Однако во многих регионах Бурятии нелегально вели религиозную деятельность вернувшиеся из тюрем и ссылки ламы [Ванчикова, 2012: 130]. Многие десятилетия Иволгинский дацан оставался духовным форпостом для всех, кто желал практиковать буддизм, несмотря на атеистическую пропаганду и высокие риски. В дацан приезжали калмыцкие буддисты-миряне с целью совершения религиозных треб, проведения обрядов после похорон родственников и проч. [Бакаева, 2015: 8]. В конце 1950-х годов тувинские ламы и послушники наладили регулярные контакты с Иволгинским дацаном.

Постепенно в течение 1950-х — 1970-х годов сложилась модель воспроизведения буддизма в условиях идеологического прессинга. Принципиальной иннова-

цией этой модели стало включение мирских последователей, причем как мирян — этнических буддистов, так и людей других национальностей. В среде подпольных буддистов существовали три автономные ветви. Одна была образована этническими буддистами-мирянами (бурятами, тувинцами, калмыками), получившими инициацию от монахов, не снявших с себя обеты и продолжавших устную передачу традиции мирянам. Две другие ветви представляли подпольный буддизм иноэтнической конверсии.

В 1960-е — 1970-е годы развивался так называемый подпольный буддизм, распространившийся преимущественно в среде востоковедных и философских факультетов, а также исследовательских институтов. Создателями и руководителями групп подпольных буддистов становились выходцы из разных советских республик. На свой страх и риск они отправлялись в Бурятию в поисках буддийского наставника, получали прибежище от него, подолгу жили при дацанах, изучая доктрину и практику буддизма. Свою духовную миссию они видели в просветительской деятельности, предполагавшей переводы тибетских текстов на русский язык и налаживание контактов с западными буддистами и тибетской диаспорой в Индии. Их деятельность была сконцентрирована на создании сначала бумажных, а позже цифровых медиа о тибетском буддизме. Основными направлениями деятельности этой группы в 2000-х годах стали перевод с тибетского языка на русский текста «Ламрима», подготовка и публикация бумажных и оцифрованных томов русского перевода, наполнение и ведение сайта журнала «Буддизм России», сотрудничество с дружественным сайтом и одноименным YouTube-каналом «Сохраним Тибет» [Островская, Бадмацыренов, 2022: 111—112].

Другую группу составили последователи бурятского буддийского наставника Бидии Дандарона, учительская традиция которого была ближе к дзогчену, нежели к гелугпа, характерной для буддийских регионов Бурятии, Калмыкии и Тувы. В начале 1990-х годов они инициировали издание нового для российского буддизма медиа — бумажного историко-буддологического журнала «Гаруда». Он выходил в течение 1992—1998 гг. как иллюстрированное религиозное медиа, где публиковались переводы отрывков текстов сутр, учительских текстов, биографий известных наставников [там же: 112].

В начале 1990-х годов на волне идеологического мейнстрима возрождения религий исторического наследия России и выхода в свет федерального закона «О свободе совести и религиозных объединениях» были предприняты попытки возродить традицию бытования буддизма в имперской России и созданную в советское время организацию ЦДУБ. Обе попытки, как показало время, обнажили диверсификацию среды последователей гелугпа в Бурятии, Калмыкии и Туве. В 1997 г. в качестве правопреемницы ЦДУБ была учреждена организация «Буддийская традиционная сангха России» (БТСР). Вслед за этим возникли альтернативные централизованные организации в Бурятии, Калмыкии и Туве. Каждая из них претендовала на выражение интересов всех буддистов России и выполнение функции некоего единого органа управления [Бакаева, 2012]. Буддисты Бурятии, Калмыкии и Тувы выбрали собственных глав, которые стали налаживать отношения с гелугпинскими монастырями тибетской диаспоры в Индии. В течение последующих десятилетий традиционный буддизм Бурятии, Калмыкии

и Тувы выстраивался вокруг формирования собственной сангхи профессиональных монахов и послушников, налаживания коммуникативных практик ритуально-взаимодействия с мирянами, построения систем монастырского образования [Островская, 2009].

В течение 2000-х годов большинство вновь отстроенных дацанов и буддийских центров Бурятии, Калмыкии и Тувы создали собственные сайты. Однако этому предшествовал длительный период самоопределения. В данном контексте будет уместной цитата из интервью с респондентом, участвовавшим в 2001—2002 гг. в создании первого сайта Иволгинского дацана и сайта первого русскоязычного буддийского медиа «Буддизм в России». В своем биографическом нарративе он подробно описывает реалии тех лет, когда информация о буддизме, российских организациях и центрах, само взаимодействие о буддизме опосредовалось электронными досками объявлений и русскоязычной веткой эхоконференций в сети Fidonet. В то время все еще было распространено мнение, что познакомиться с живой традицией гелугпа можно лишь в монастырях Бурятии.

У меня был узел сети Fidonet, она была сильно популярнее интернета у нас до начала-середины 2000-х. В Fido была крупная буддийская эхоконференция ru.dharma. Первый буддист, с которым я общался в ru.dharma, посоветовал мне самому поехать в Иволгинский дацан. Я оказался там, прибыл в Улан-Удэ. Сел на автобус и приехал к Иволгинскому дацану, там никого нет, пусто. Зашел в калитку, наугад, смотрю — там пусто, пошел к какому-то домику, а там были бурятские хувараки. Они сказали: «О, заезжай, давай садись, нальем тебе чаю, рассказывай, чего хочешь». Я им говорю: «Я приехал из Питера, мне интересно насчет буддизма, хочу узнать, как у вас тут все устроено». Они спрашивают: «А ты чем занимаешься?» Я такой: «Да я в Питере в веб-студии сайты делаю». Они: «Сайты! Отлично! А нам как раз послезавтра надо запускать сайт Иволгинского дацана, а у нас ничего не готово, у нас ничего нет, мы в полной панике». Меня отводят в здание Института Даши Чойхорлин, где сидит такой русский парень и пытается чего-то там склеить с сайтом, у него ничего не получается. <...>. За два дня мы сделали сайт Иволгинского дацана и разместили на моем личном сервере. Мы его запустили. Потом фотографии — я там фотографировал виды дацана — сканировали, первые фотки, которые появились на сайте, тоже были мои фотки. Сейчас его уже, конечно, поменяли много раз. (Интервью, 2023, создатель первого сайта Иволгинского дацана, Санкт-Петербург)

В этот период в условиях специфического для советского периода контекста подпольной солидарности буддийских групп формируется стремление к сотрудничеству между российскими буддийскими сообществами, возникшими в 1990—2000-е годы. В интервью с респондентами, принявшими буддизм в 1990-х годов, как правило, звучит тема надежд и устремлений к созданию некоего общего коммуникативного пространства. Основными медиа, претендовавшими на представительство всего российского буддизма 1990—2000-х годов, стали журнал «Буддизм России» и Буддийский форум на сайте «Ассоциация „Буддизм в интернете“». И здесь показательна цитата из интервью с создателем «Буддийского форума», возникшего в 1998 г.:

Получается, в 1996 г. я пришел в буддизм, нашел в своем городе локальные группы и начал через них изучать буддизм. Изучал буддизм, который тогда был доступен в России. Мне попались знакомые, которые практиковали дзогчен и ездили к Намкхаю Норбу Ринпоче. Это была одна из первых встреч с дзогченем: я поехал на ретрит к НН в Подмосковье, получил там передачу, мы там практиковали. Позже меня заинтересовало более традиционное для России направление — гелуг. Тогда издавался журнал «Буддизм в России», я был подписан на этот журнал. Я его получал, он был гелугпинской направленности, больше информация от далай-ламы. У меня были бюллетени этого журнала — предвестники его онлайн-версии. И так я попал в гелуг к известному у нас в России геше Тинлею. Ездил вместе с ним на ретрит в Бурятию, где он проходил вместе с монгольским Богдо-гегеном, Еще Лодой Ринпоче — такие столпы того времени. Это был 1998 г., первые крупные ретриты в Бурятии происходили. На тот момент еще к нам в город приезжал Еще Лодой Ринпоче, а потом он приехал в Бурятию. Его пригласил один наш деятель, через которого организовался центр. Несколько лет я посвятил гелуг: ездил в Иволгинский дацан, в Калмыкию посмотреть, как там все устроено. Но в какой-то момент я столкнулся с направлением тхеравада, она была в России практически никому неизвестна, материалы нигде не публиковались. Я натолкнулся на материалы в сети, с которыми меня познакомил один переводчик, переведивший первые сутры буддийского канона. И я понял, что она наиболее близка к Слову Будды. Еще я переписывался через мой форум с одним профессором из Питера — ЕТ, у которого тоже был свой форум. Его форум не сохранился, но записи ЕТ есть до сих пор на моем форуме. К 2000 г. я ушел в тхераваду и с тех пор уже направление не менял. В Россию тогда приезжал известный монах Ратанасара из Шри-Ланки. Он учился в Москве, хорошо знал русский язык, проводил ретриты. На один я попал. В 2001—2002 гг. я приехал к нему в монастырь на Шри-Ланке, поближе познакомился с оригинальной тхеравадой. Мы практиковали у него випассану в ретритном центре. (Интервью, октябрь 2021 г., создатель Буддийского форума, Екатеринбург)

Приведенная цитата ярко характеризует период распространения буддизма за пределами этнических регионов в конце 1990-х — начале 2000-х годов. Информации было крайне мало, из доступных медиа только самодельные сайты-визитки отдельных вновь построенных дацанов, журнал «Буддизм России», «Гаруда», Fidonet, почтовые рассылки Norbunet. Во многих интервью нам встречались сходные биографические нарративы, когда, будучи еще очень юными людьми, респонденты отправлялись в Бурятию и Калмыкию послушать проповеди великих гостевых наставников, пытались примкнуть к тем или иным группам бывшего буддийского подполья, занятого на тот момент преимущественно переводами буддийских текстов того или иного направления тибетского буддизма. Репертуар тематического участия, предлагавшийся традиционным буддизмом того времени, не был широким. По сути, выбор стоял между помощью бывшему подполью в переводческой и публикационной активности и интеграцией в ряды буддийских монастырских послушников Бурятии, Калмыкии или Тувы с перспективой обучения в монастырях Индии. А большинство увлеченных буддизмом российских последователей отнюдь не стремились к монашеству или издательской деятельности. Насколько можно судить по интервью, они искали учителей, способных преподать

буддизм как мирскую практику, образ жизни, способ работы со своей психикой. Именно такими наставниками и стали для российской молодежи 1990-х годов Чо-гьял Намкай Норбу Ринпоче и Оле Нидал [Островская, 2016].

Анализ материалов Буддийского форума и интервью с его создателем позволяет утверждать, что на короткий период российский буддизм был представлен в многообразии своих направлений в едином медиапространстве. В течение 1998—2008 годов Буддийский форум был пространством дискурсов о буддизме для самых разных направлений, последователи которых активно участвовали в медиапрактиках обсуждения доктрины буддизма, терминологии, особенностей медитативных и ритуальных практик. Сайт «Ассоциация „Буддизм в Интернете“» стал первым и единственным в своем роде медиаресурсом, на котором в свободном доступе находилось все то, что прежде возможно было добыть лишь при посредстве электронных досок объявлений, внутри общинных рассылок или через сеть Fidonet. Контент сайта включал как общую информацию по истории и доктрине буддизма, так и актуальные сведения о направлениях российского буддизма, конкретных общинах в различных городах и странах, новости о новинках буддийского книжного рынка, приездах и лекциях учителей и наставников [Островская, Бадмацыренов, 2022: 114].

В наших интервью 2021—2024 гг. многие респонденты отмечали, что в конце 1990-х годов имели опыт участия в дискуссиях на Буддийском форуме, но потом это стало для них неактуальным. В большинстве биографических интервью «потом» респондент так или иначе включался в медиакоммуникации на сайтах, форумах, в пабликах социальных сетей и стримингах, созданных представителями различных направлений русскоязычного буддизма. В нашем интервью был отдельный вопрос о буддийских медиа, которые респонденты используют сами и порекомендуют при необходимости. Примечательно, что ни в одном из ответов не был обозначен Буддийский форум. Более того, ни в одном из ответов не был назван какой-либо общий для всех русскоязычных буддистов медиаресурс. Респонденты, как правило, называли либо собственный сайт или блог, либо сайт или аккаунт своей общины, дацана, организации. Во всех ответах на данный вопрос подчеркивался интерес исключительно к онлайн-активности и медиарепертуару той общины/организации или направления буддизма, к которому принадлежал респондент.

Медиатизированный публичный буддизм: онлайн-форматы дискурса о российском буддизме

В течение 2019—2024 гг. мы проводили регулярный мониторинг медиаактивности буддийских сообществ традиционного для России направления гелугпа в социальной сети VK. Сообщества, позиционирующие свою принадлежность к гелугпа, составляют самый крупный кластер онлайн-карты российского буддизма VK. Подписчики этих сообществ в своем большинстве принадлежат к «буддийским регионам» — Бурятии, Туве и Калмыкии. В этот кластер входят паблики о далай-ламе, включая его «верифицированный» профиль, а также сеть групп под духовным руководством геше Джампа Тинлея, имеющих свои аналоги офлайн — общин, зарегистрированных на территории России и ближнего зарубежья. Другую

часть данного кластера составили сообщества дацанов Бурятии, Забайкальского края, Новосибирска и Иркутской области, хурулов Калмыкии, хурээ Тувы и курее Республики Алтай.

В кластере буддийских сообществ направления гелугпа преобладают паблики и группы, представляющие бурятские и калмыцкие монастыри, мирские организации. Тувинские сообщества составляют лишь малую часть этого крупного кластера онлайн-карты российского буддизма. Большая их часть почти не связана в своей деятельности с офлайн-храмами или общинами. Достоин внимания и тот факт, что адресованы они исключительно тувинским буддистам, поскольку их медиакоммуникации осуществляются на тувинском языке [Бадмацыренов, Хандаров, Бадараев, 2020: 127]. Проведенные нами в 2022—2024 гг. интервью с создателями разных общинных медиа показали, что в ответах на вопрос о региональных буддийских медиа упоминания о тувинских блогерах, религиозных СМИ или пабликах в социальных сетях не обнаруживаются.

Ориентируясь на количество подписчиков, регулярность обновлений и разнообразие репертуара тем крупных гелугпинских VK-сообществ, мы провели серию экспертных интервью с создателями и ведущими этих сообществ. В ходе интервьюирования мы установили, что создателями и администраторами большинства крупных буддийских пабликов направления гелугпа в социальной сети VK являются священнослужители дацанов и хурулов Бурятии и Калмыкии. Биографические нарративы этих респондентов обнаружили много пересечений: все они родились в середине 1970-х или начале 1980-х годов, в ранней юности приняли решение встать на путь буддийского послушания, получить традиционное буддийское образование, принять монашеский обет. Многие из опрошенных прошли обучение в Буддийском университете Даши Чойнхорлин им. Дамба Даржа Заяева. Некоторые стажировались в Санкт-Петербургском дацане Гунзечойней, имели опыт обучения в Дрепунг Гоман дацане в Индии. На вопрос об отношении к интернету и новым медиатехнологиям респонденты неизменно отвечали, что и то и другое является важной составляющей современной жизни, поскольку цифровые медиа встроены в коммуникативные практики повседневности и, соответственно, обладают ценностью для буддийского просвещения.

Отдельным блоком в интервью шли вопросы о допустимости вынесения буддийских практик в онлайн-коммуникации. Здесь респонденты гелугпинского направления подчеркивали, что не видят принципиального различий между онлайн- и офлайн-коммуникацией о доктрине, если речь идет о молебнах, проповедях или образовательных лекциях о Дхарме. Приведем разъяснения из интервью с ректором Буддийского университета «Даши Чойнхорлин» им. Дамба Даржа Заяева по этому вопросу:

У нас есть отличие от других направлений буддизма. Гелуг больше сосредоточена на изучении философии. Другие направления буддизма, особенно тантрические, ограничены в выносе своих практик в онлайн. Прежде, если собирались те, кто хотят изучать тантру, то они отдельно уединялись группой, получали лично посвящение и практиковали. В онлайн это невозможно. Нам в гелуг проще — мы выносим молебны и лекции по Учению в онлайн. По практикам тантры у нас есть разные мнения: если учитель

сам готов, знает лично людей, которые где-то сидят в других местах. Но есть и противники выноса таких практик в онлайн — здесь речь о том, что нет личной передачи. В техническом плане нет разницы — слушает человек live online или в записи. Особенно если речь идет о лекциях по буддийской философии, которые с ходу не понятны, требуют многократного прослушивания. И в личном обучении по сути нас так же учили в университете: много раз с разными преподавателями рассматривали одну и ту же тему. Буддийская философия многогранна, есть смысл перечитывать и пересматривать. (Интервью, 2024 г., ректор Буддийского университета «Даши Чойнхорлин» им. Дамба Даржа Заяева)

И в данном интервью, и в других экспертных интервью респонденты подчеркивали, что репертуар гелугпинских медиа значимо расширился за пределы сайтов дацанов, хурулов, пабликов и сообществ в VK только в последние пять лет. Этому в значимой степени способствовала ситуация локдауна в период пандемии COVID-19.

Во время пандемии многие учителя перешли в пространство интернета — проводят онлайн-обучение в Zoom, YouTube. До пандемии медленно все двигалось: хотели преподавать онлайн, думали снимать короткие ролики пять-семь минут и выкладывать в YouTube. Весной 2020 г. мы начали преподавать онлайн в соответствии с расписанием. Какое-то время до зимы мы пытались еще обучать офлайн, а в марте с началом нового учебного года ввели онлайн. Сначала попробовали Zoom, но есть слушатели, которым он недоступен или которым было сложно освоить его функции. Перешли в YouTube, который прост в использовании, что важно для людей более взрослого возраста. Для иногородних, которые обычно не могут посещать офлайн-занятия, переход в онлайн оказался очень хорош, они получили возможность подключиться к занятиям и посмотреть в записи. Кроме того, открылась новая перспектива — те, кто прежде пропускал по объективным причинам две-три недели, а дальше, конечно, уже не помнил, что там говорилось ранее, теперь они могут в записи все посмотреть и разобраться в пропущенном материале. Переход в онлайн определенным образом упростил взаимодействие с учениками: в офлайн тратилось много времени на дорогу, обсуждения после лекции, пробки на дороге обратно. В онлайн читается лекции час тридцать — и все. Еще сложнее прежде было с выездами в Москву, например, когда приходилось оставлять все дела здесь. А теперь ввели еженедельные встречи онлайн в Zoom, YouTube. В Zoom были вопросы и ответы после лекции, в других местах писали вопросы, я отвечаю. (Интервью, 2024 г., ректор Буддийского университета «Даши Чойнхорлин» им. Дамба Даржа Заяева)

Анализ ответов по блоку вопросов о репертуарах используемых медиа позволяет сделать вывод, что для взаимодействия наставников с учениками и мирянами чаще применяются закрытые чаты в мессенджерах Viber и WhatsApp. Паблики и сообщества в социальной сети VK выполняют преимущественно просветительскую роль и адресованы мирским последователям и всем тем, кто хотел бы встать на путь буддийского учения. Так, создатель и администратор одного из самых крупных буддийских пабликов «Буддизм | Махаяна | Гелуг» подчеркнул, что выбрал эту

социальную сеть в силу ее популярности и общедоступности. Поначалу группа создавалась с целью обсуждения буддизма махаяны, но с течением времени миряне из разных городов России стали подписываться и задавать вопросы о доктрине и практиках. Постепенно паблик приобрел четкую направленность «передачи буддийского учения».

Зачем я назвал «Буддизм | Махаяна | Гелуг?» Именно буддизм, махаяна и гелуг — это наша традиция. Сначала паблик для общения был, потому что махаяна обширная, общаться вместе с братьями тувинцами, калмыками хотели. Общались, да. Потом потихоньку начали сами добавляться, кому интересно, вот. Теперь не только общение, передача учения. Стараюсь это небольшими объемами писать. Люди мало читают, только как в новостях — краткие тексты. Ламрим выкладываю, выжимки из лекций больших учителей, которые бурятские. Ламрим стараюсь по четыре строчки, хотя бы по две строчки каждый день. Больше толку нет, ну, важно каждый день вот так. Ну, там мысль как раз она так и идет. (Интервью, 2023 г., создатель паблика «Буддизм | Махаяна | Гелуг», Мамба-дацан, Бурятия)

Согласно всем респондентам, в 2012—2024 гг. цифровая площадка YouTube стала ведущим медиа для образовательных коммуникативных практик, привлечения и просвещения максимально широкой аудитории. В интервью мы просили назвать популярные в русскоязычной буддийской среде YouTube-каналы. Наше дальнейшее обращение к анализу этих каналов и экспертные интервью с их создателями показали следующее. На YouTube обнаруживаются брендовые (коллективные) каналы отдельных буддийских дацанов и хурулов, личные влоги (видеоблоги) авторитетных наставников и настоятелей дацанов Бурятии и Калмыкии. Кроме этого, есть журналистские подкасты о буддизме Бурятии, Калмыкии и Тувы, презентующие авторские программы о буддизме на соответствующих региональных цифровых телеканалах. Их количество невелико и появились они преимущественно в период с 2012 по 2024 г.

В контексте нашего исследования медиатизации российского традиционного буддизма примечательно, что брендовые каналы, принадлежащие дацанам или хурулам, появились на YouTube раньше личных влогов и журналистских подкастов, в 2012—2016 гг. На эти годы приходится обособление различных направлений российского буддизма, формирование собственных интерфейсов в публичной медиасреде. Крупные дацаны Бурятии и Калмыкии именно в этот период обновили контент своих сайтов, соединив их ссылками на свои паблики в социальной сети VK, и создали брендовые каналы на YouTube. Следующим шагом стало сотрудничество с региональными СМИ, участие в создании журналистских программ о буддизме на цифровых телеканалах, в результате на YouTube начали выходить тематические подкасты.

Одним из пионеров цифровизации бурятского буддизма выступила Буддийская традиционная сангха России под руководством Пандито хамба-ламы Дамбы Аюшеева. Согласно материалам экспертных интервью, хамбо-лама еще в 1990-х годах, на начальных периодах цифровизации, считал необходимым использовать интернет и новые медиатехнологии для буддийского просвещения и продвижения

знаний о буддизме. Многие респонденты, создатели сообществ и пабликов бурятских дацанов Бурятии, отмечали, что именно хамбо-лама вдохновил их на активное привлечение медиа в коммуникативные практики, адресованные послушникам и мирянам. Как мы уже упоминали выше, сайт Иволгинского дацана был запущен в начале 1990-х годов, а в последующие годы неоднократно подвергался изменениям в соответствии с расширявшимся репертуаром технологических возможностей интернета. В 2015 г. был создан паблик БТСР в социальной сети VK, в 2016—2018 гг. — сообщества и паблики других бурятских дацанов. Инициативой Пандито хамбо-ламы было установление сотрудничества с цифровыми каналами бурятского телевидения. Наряду с этим в 2016 г. БТСР выступила учредителем цифрового общественного информационно-публицистического телеканала «Селенга-ТВ». С 2017 г. подкаст этого канала на YouTube регулярно публикует прямые трансляции молебнов из бурятских дацанов, интервью и лекции авторитетных лам, репортажи о буддийских мероприятиях и праздниках в течение года. Отдельным тематическим направлением коммуникативных практик БТСР стало создание в 2018 г. еженедельной передачи «Буддийская среда» на муниципальном цифровом телерадиоканале «Тивиком». Подкаст «Буддийская среда» имеет свою площадку на сайте Иволгинского дацана, а также на YouTube-канале телеканала «Тивиком». Из интервью с пресс-секретарем Иволгинского дацана и создательницей программы «Буддийская среда» становится понятна специфика медиатизации буддизма через светские СМИ:

Сама идея о необходимости осваивать интернет принадлежит хамбо-ламе. Все выпуски программы «Буддийской среды» полностью посвящены буддизму. Я приглашаю на беседу специалистов из музеев, ректора или проректора Буддийского университета «Даши Чойнхорлин» им. Дамба Даржа Заяева. Есть какие-то вещи, которые они мне поручают сказать и рассказать, потому что ламе не надлежит публично об этом высказываться. Где бы я ни была, необходимо выкладывать учение. Когда в 2020 г. начался карантин, люди стали писать на сайт, в Fb, в Instagram*¹ просьбы с чтением молебнов. Вот на сайте есть возможность подать прошение на молебен, прислать имена. И тогда я предложила, что буду на телевидении регулярно рассказывать о значении различных хуралов, чтобы люди знали, на какой молебен посылать прошение. Три месяца я это делала. Мне позже присылали видео с телевидения, и я выкладывала его в соцсетях. С тех пор каждые три дня я выкладываю в Fb* разъяснения о хуралах. Хотела это уже прекратить, когда закончился локдаун. Но подписчики стали мне писать в личку и просить это продолжать. Так что вот такое просвещение пошло. (Интервью, 2021 г., пресс-секретарь Иволгинского дацана, Бурятия)*

Из приведенной цитаты и контекста интервью отчетливо просматривается рефлексия о том, что специфика медиатизированного буддизма заключается в сотрудничестве светской журналистики с буддийскими профессионалами. Стремясь к расширению своего медиабренда, буддийская организация пригласила на работу профессиональных журналистов и деятелей аудио- и видеопроизвод-

¹ Компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены 20.06.2022.

ства. Журналист выводит в публичное обсуждение темы, недоступные для монаха в силу религиозных обетов, создает повестку и репертуар тем сообразно пожеланиям аудитории передачи. В свою очередь буддийские профессионалы получают возможность контролировать соответствие контента доктринальным и этическим положениям буддизма.

Наряду с указанным форматом взаимодействия со светскими СМИ с течением времени появился встречный интерес к традиционному российскому буддизму со стороны светской журналистики. Ярким примером тому стал один из первых документальных фильмов о бурятском буддизме и феномене «нетленного тела» хамбо-ламы Этигелова, снятом в 2020 г. при поддержке Фонда президентских грантов светскими режиссером и продюсерами².

Яркими кейсами журналистики о буддизме в регионах традиционного распространения направления гелугпа являются также подкасты на YouTube «Медиахолдинга „Бумба“» и телепередачи «Буддийский путь» на телеканале «Тува 24».

Возникновение в 2012 г. подкаста «Медиахолдинга „Бумба“» (39,2 тыс. подписчиков) напрямую связано с процессами формирования медианиши калмыцкого традиционного буддизма. Центральный хурул Калмыкии имеет свой сайт, неоднократно обновленный в течение 2008—2023 гг., зарегистрированный в 2013 г. крупный паблик в социальной сети VK, брендированный канал на YouTube (13,1 тыс. подписчиков). Отдельным направлением стало сотрудничество со светскими медиа.

Тувинский буддизм представлен на цифровой платформе YouTube подкастом еженедельной телепередачи «Буддийский путь», транслируемой цифровым телеканалом «Тува 24» (создан в 2013 г.). Ведущей и создательницей данной передачи является известная тувинская исследовательница тувинского буддизма, социолог. Каждый тематический выпуск подкаста посвящен истории тувинского буддизма или интервью с тувинскими буддийскими наставниками, послушниками, монахами и монахинями. Кроме того, подкаст содержит регулярный еженедельный обзор новостей из жизни тувинского буддизма — лекции приезжающих буддийских наставников, интервью с исследователями буддизма и Тувы.

В большинстве экспертных интервью самым популярным в России называли блог на YouTube «ламы Олега» (12,4 тыс. подписчиков), настоятеля Курумканского дацана. В беседе с нами автор блога подчеркнул, что пришел к идее создания собственного канала в 2013 г., поскольку получал много писем от людей из разных регионов России, просивших его стать для них наставником. Часто они узнавали о буддийском наставнике из Курумканского района Бурятии от своих знакомых, побывавших на йога-турах, организовываемых настоятелем дацана для мирян. Первые годы блог был посвящен преимущественно ежемесячным, потом еженедельным астропрогнозам, готовя которые, «лама Олег» штудировал литературу по буддийской астрологии на тибетском и монгольском языках, адаптируя ее под реалии современного общества. В дальнейшем по запросам стремительно разрастающейся русскоязычной аудитории он ввел лекции по основам учения, по медитации, стал снимать и выкладывать короткие документальные

² Феномен Этигелова. Загадка бурятского ламы. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SzY-NiQwumc> (дата обращения: 20.10.2024).

фильмы о своих буддийских паломничествах с группами подписчиков, интервью, восхождения в горы и т. п.

Обращаюсь через блог не только к бурятам. Это сейчас мы буряты, а потом умрем и родимся в другом государстве, в облике другого человека. Из постоянных рубрик сначала была «Зурхай», появившаяся благодаря моей жене. Она спросила, могу ли я прогноз делать, что это было бы полезно для людей. Как стал выкладывать «Зурхай», пошел резкий рост подписчиков. Мне многие люди писали и говорили, что пользуются блогом. Я стараюсь сделать так, чтобы все было доступно и логично. Все труды буддийские по астрологии на бурятском и монгольском написаны для скотоводов. Я это расширил, сейчас же скотоводов мало. Люди заказывают мне личные прогнозы, обращаются через Telegram, VK, Viber. Интернет увеличивает возможности. Те возможности интернета, которые есть даже у нас в районе, что-то позволяют. <...>. Последние годы люди много обращались с просьбой стать их учителем. Как стал проводить йога-туры, много людей уже на них побывало, стали обращаться. Я объясняю, что у меня еще нет таких реализаций, не могу им быть учителем, но могу быть помощником, советчиком. Огромные армии людей получали посвящения не только у далай-ламы, у разных учителей, хотели заняться учением дальше, но не было такой возможности. Учителя приезжали на короткий срок, выкладывали нам информацию, давали посвящения, а что с этим делать, как двигаться дальше? Я много об этом думал, может быть, это одна из моих миссий — я могу помочь реализовать то, что получили. Этому посвящены йога-туры, когда мы уходим в затвор. (Интервью, 2022 г., настоятель Курумканского дацана, Бурятия)

В приведенной цитате содержится важное указание на последствия медиатизированной коммуникации о буддизме — подписчики блога, привлеченные в цифровой дискурс о буддизме медиаактивностью буддийского блогера, с течением времени включаются в офлайн-взаимодействие с буддийскими наставниками, обретают искомую возможность личного ученичества и взаимодействия с выбранным буддийским наставником.

Заключение

Процессы цифровизации и медиатизации обернулись формированием феномена медиатизированного российского буддизма. Разработанные буддийскими цифровыми стратегами форматы взаимодействия с интернетом и новыми медиатехнологиями способствуют включению традиционного буддизма Бурятии, Калмыкии и Тувы в широкий смысловой контекст культурного публичного медиапространства. Наряду с другими религиями исторического наследия России традиционный буддизм презентует традиционные буддийские ценности в публичном медийном пространстве. Кроме того, мы полагаем, что медиатизация как процесс тотального включения медиа в структуру смыслового конструирования реальности предельно обнажила четыре ключевые тенденции в реинституционализации российского традиционного буддизма Бурятии, Калмыкии и Тувы.

Первая тенденция — это перераспределение религиозного авторитета между различными направлениями буддизма, но при ведущей роли традиционного для

России направления школы гелугпа. Эта тенденция отчетливо просматривается в анализе буддийских интерфейсов в публичной медийной сфере. Так, онлайн-картография самой популярной российской социальной сети VK показала, что по количеству аккаунтов, подписчиков и цифровой активности лидирующие позиции занимают сообщества и паблики гелугпинского направления российского буддизма. Наряду с этим буддийские профессионалы из Бурятии, Калмыкии и Тувы — авторитетные буддийские главы в регионах, наставники, настоятели — активно включаются в формирование контента передач о буддизме для федеральных и региональных светских СМИ. Таким образом медиатизируется продвижение традиционного буддизма направления гелугпа в публичное медийное пространство.

Вторая тенденция — традиционный для России буддизм направления гелугпа презентует себя в культурной публичной медиасфере как коллективный религиозный бренд. В русскоязычном интернете российский буддизм направления гелугпа представлен преимущественно сайтами дацанов, хурулов и хурээ. В самой популярной российской социальной сети VK он продвигается посредством сообществ и пабликов монастырей, учебных заведений, мирян-прихожан конкретных монастырей, пабликов содружеств буддийских наставников. На площадке YouTube — через брендированные каналы дацанов и хурулов, объединения буддийских организаций (например, БТСР).

Третья тенденция — активное расширение медиастратегий российского традиционного буддизма, стартовавшее с началом локдауна в 2020 г. Медиатизированный российский буддизм презентует себя в четырех дискурсах о буддизме. Это, во-первых, дискурс буддийских стратегов, монахов и настоятелей, ведущих или курирующих активность монастырских сайтов и светских СМИ о буддизме. Во-вторых, активно развивающийся дискурс буддийских блогеров, представленный пабликами в социальной сети VK, брендированными YouTube-каналами монастырей и влогами на YouTube. Они делают доступными буддийских наставников из Буддийского университета «Даши Чойнхорлин» им. Дамба Даржа Заяева, из различных дацанов, хурулов и хурээ, отдаленных районов Бурятии и Калмыкии для максимально широкой русскоязычной аудитории. В-третьих, регулярные выпуски программ о буддизме региональных цифровых СМИ, авторами и ведущими которых выступают светские журналисты и ученые. В-четвертых, буддийские медиа, созданные мирянами, — документальные фильмы о выдающихся буддийских учителях, о роли буддизма в истории Бурятии, Калмыкии и Тувы, о биографических нарративах и становлении ныне живущих и активно проповедующих буддийских учителях и наставниках.

Четвертая тенденция — разворот традиционных буддийских наставников в направлении широкого онлайн-продвижения буддизма на различных цифровых площадках и социальных сетях. Как показало наше исследование, медиакommunikации буддийских блогеров становятся этапом на пути к офлайн-практике буддизма. Через общение онлайн с наставниками подписчики буддийских блогов и пабликов получают возможность выбрать подходящего для себя наставника. Они приезжают к любимому блогеру-инфлюенсеру, принимают Прибежище, становятся последователями буддизма. И здесь отчетливо просматривается сравнительно новая для регионов традиционного буддизма тенденция обращения к широкой аудитории.

Список литературы (References)

1. Актамов И. Г., Бадмацыренов Т. Б., Цыремпилов Н. В. Российский буддизм в интернет-измерении // *Власть*. 2015. № 7. С. 125—130.
Aktamov I. G., Badmatsyrenov T. B., Tsyrempilov N. V. (2015) Russian Buddhism in the Internet Dimension. *Vlast' — Power*. No. 7. P. 125—130. (In Russ.)
2. Актамов И. Г., Бадмацыренов Т. Б., Доржиева И. Ц. Буддизм в Интернете: методология изучения виртуальных религиозных сообществ // *Вестник Бурятского государственного университета*. 2015. № 6. С. 86—91.
Aktamov I. G., Badmatsyrenov T. B., Dorzhieva I. Ts. (2015) Buddhism on the Internet: Methodology for Studying Virtual Religious Communities. *Bulletin of the Buryat State University*. 2015. No. 6. P. 86—91. (In Russ.)
3. Бадмацыренов Т. Б., Хандаров Ф. В., Бадараев Д. Д. Российский буддизм и социальные медиа: тувинские буддийские онлайн-сообщества ВКонтакте // *Новые исследования Тувы*. 2020, № 4. С. 120—134. <https://www.doi.org/10.25178/nit.2020.4.9>.
Badmatsyrenov T., Khandarov F., Badaraev D. (2020) Russian Buddhism and social media: Tuvan Buddhist online-communities on Vkontakte. *New Research of Tuva*. 4. P. 120—134. <https://www.doi.org/10.25178/nit.2020.4.9>. (In Russ.)
4. Бакаева Э. П. Центральное Духовное Управление Буддистов: представления и реальность // *Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН*. 2012. № 4. С. 34—44.
Bakaeva E. P. (2012) Central Spiritual Administration of Buddhists: ideas and reality. *Bulletin of the Kalmyk Institute of Humanitarian Research of the Russian Academy of Sciences*. No. 4. P. 34—44. (In Russ.)
5. Бакаева Э. П. Между Центральным духовным управлением буддистов и Объединением буддистов Калмыкии: буддизм в Калмыкии в 1988—1991 // *Вестник Калмыцкого университета*. 2015. № 1. С. 6—14.
Bakaeva E. P. (2015) Between the Central Spiritual Administration of Buddhists and the Association of Buddhists of Kalmykia: Buddhism in Kalmykia in 1988—1991. *Bulletin of Kalmyk University*. No. 1. P. 6—14. (In Russ.)
6. Ванчикова Ц. П. Тибетцы в Бурятии: новый феномен в этническом и культурном многообразии Республики // *Ученые записки ЗабГГПУ Серия: Филология, история, востоковедение*. 2012. Вып. 2. С. 128—135.
Vanchikova Ts.P. (2012) Tibetans in Buryatia: A New Phenomenon in the Ethnic and Cultural Diversity of the Republic. *Scientific notes of ZabGGPU. Series: Philology, History, Oriental Studies*. No. 2. P. 128—135. (In Russ.)
7. Гришаева Е., Шумкова В. Теории среднего уровня в исследовании религии и медиа: медиатизация, медиация и RSST // *Государство, религия, церковь в России и за рубежом*. 2020. № 38. С. 7—40.
Grishaeva, E., Shumkova, V. (2020) Middle-Range Theories in Religion and Media Studies: Mediation, Mediatization and RSST. *State, Religion, Church in Russia and Abroad*. Vol. 38. No. 2. P. 7—40.

8. Дондуков Б. Ц. Особенности формирования буддийского интернет-ландшафта в Рунете // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Философия. 2019. № 4. С. 134—138.
Dondukov B. Ts. (2019) Features of the formation of the Buddhist Internet landscape in Rунet. *Bulletin of Tver State University. Series: Philosophy*. No. 4. P. 134—138. (In Russ.)
9. Ламажаа Ч. К., Бичелдей У. П., Монгуш А. В. Тувинское буддийское паломничество: от традиции к вере. Новые исследования Тувы. 2020. № 4. С. 135—155. <https://doi.org/10.25178/nit.2020.4.10>.
Lamazhaa Ch. K., Bicheldey U. P. and Mongush A. V. (2020) Tuvan Buddhist Pilgrimage: From Tradition to the Faith. *New Research of Tuva*. No. 4. P. 135—155. (In Russ.) www.doi.org/10.25178/nit.2020.4.10.
10. Островская Е. А. Российский буддизм в оправе гражданского общества // Двадцать лет религиозной свободы в России. М.: РОССПЭН, 2009. С. 294—328.
Ostrovskaya E. A. (2009) Russian Buddhism in the Framework of Civil Society. In A. V. Malashenko, S. B. Filatov (eds.) *Twenty Years of Religious Freedom in Russia*. Moscow: ROSSPEN. P. 294—328. (In Russ.)
11. Островская Е. А. Буддийские общины Санкт-Петербурга. 2016. СПб: Алетея.
Ostrovskaya E. A. (2016) *Buddhist Communities of Saint Petersburg*. Saint Petersburg: Aletheia.
12. Островская, Е. А. Российская социология религии: религия общества (вступительная статья приглашенного редактора) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 2. 1—31. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.2.01>.
Ostrovskaya, E. A. (2018) Russian Sociology of Religion: Religion of Society (Introductory Article of the Guest Editor). *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 1—31. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.2.01>.
13. Островская Е. А. Медиатизация православия — это возможно? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 5. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.14>.
Ostrovskaya E. A. (2019) Is the Mediatization of the Orthodoxy Possible? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 300—319. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.5.14>.
14. Островская Е. А., Бадмацыренов Т. Б. Стратегии буддийских сообществ в новых медиа // Социологические исследования. 2022. № 1. С. 109—119. <https://doi.org/10.31857/S013216250019277-7>.
Ostrovskaya E. A., Badmatsyrenov T. B. (2022) Strategies of Buddhist Communities in New Media. *Sociological Studies*. No. 1. P. 109—119. <https://doi.org/10.31857/S013216250019277-7>.
15. Островская Е. А. Институциональный подход социологического изучения медиатизации: концептуальные составляющие и примеры исследований // Медиалингвистика. 2023. Т. 10. № 4. С. 598—620. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.409>.

- Ostrovskaya E. A. (2023) Institutional Approach to the Sociological Study of Mediatization: Conceptual Components and Research Examples. *Medialinguistics*. Vol. 10. No. 4. P. 598—620. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.409>.
16. Хьярвард С. Три формы медиатизированной религии: изменение облика религии в публичном пространстве // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. № 2. С. 41—75. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75>.
Hjarvard S. (2020) Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Face of Religion in the Public Space. *State, Religion, Church in Russia and Abroad*. No. 2. P. 41—75. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75>.
17. Campbell H. (2021) *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. New York, NY: Routledge.
18. Campbell H. A., Bellar W. (2023) *Digital Religion: The Basics*. New York, NY: Routledge.
19. Cheong P. H. (2022) Authority. In H. Campbell, R. Tsuria (eds.) *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York, NY: Routledge. P. 87—102.
20. Hepp A., Krönert V. (2009) *Medien — Event — Religion. Die Mediatisierung des Religiösen*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
21. Hjarvard S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. London; New York, NY: Routledge.
22. Hjarvard S. (2014) Mediatization and Cultural and Social Change: An Institutional Perspective. In: K. Lundby (ed.) *Mediatization of Communication*. Berlin; Boston, MA: De Gruyter Mouton. P. 199—226. <https://doi.org/10.1515/9783110272215.199>.
23. Lundby K. (2013) Media and Transformations of Religion. In: Knut Lundby (ed.) *Religion Across Media: From Early Antiquity to Late Modernity*. New York, NY: Peter Lang. P. 185—201. <https://doi.org/10.3726/978-1-4539-1085-6>.
24. Lövheim M. (2011) Mediatization of Religion: A Critical Appraisal. *Culture and Religion*. Vol. 12. No. 2. P. 153—166. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579738>.
25. Lövheim M., Axner M. (2015) Mediatized Religion and Public Spheres: Current Approaches and New Questions. In: K. Granholm, M. Moberg, S. Sjö (eds.) *Religion, Media, and Social Change*. London: Routledge. P. 38—53. <http://dx.doi.org/10.4324/9781315814339>.
26. Ostrovskaya E., Badmatsyrenov T., Khandarov F., Aktamov I. (2021) Russian-Speaking Digital Buddhism: Neither Cyber, nor Sangha. *Religions*. Vol. 12. No. 6. Art. 449. <https://doi.org/10.3390/rel12060449>.
27. Radde-Antweiler K. 2019. Religion as Communicative Figurations — Analyzing Religion in times of Deep Mediatization. In K. Radde-Antweiler, X. Zeiler (eds.) *Mediatized Religion in Asia. Studies on Digital Media and Religion*. London; New York, NY: Routledge. P. 211—224.