

РЕЛИГИОЗНЫЙ СЕГМЕНТ ИНТЕРНЕТА И НИЖЕГОРОДСКИЕ ПЯТИДЕСЯТНИКИ: СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Аникина Анна Валентиновна,

Нижегородская государственная сельскохозяйственная академия
(г. Нижний Новгород, Россия)

В работе анализируются социальные характеристики пользователей религиозного сектора Интернета в одной из нижегородских Церквей христианской веры евангельской «Библейский Центр «Госольство Иисуса»». Рассматривается частота обращения к религиозному контенту и интернет-сайтам. Делается вывод о наиболее активных потребителях религиозного сегмента глобальной паутины.

Электронные и цифровые медиа в современном обществе играют важную роль в процессах социализации личности, в том числе в религиозной сфере. Степень воздействия религиозных медиа на верующих стала одной из задач пилотажного социологического исследования прихожан нижегородского объединения церквей христианской веры евангельской «Библейский Центр «Госольство Иисуса» (N=259, из них 43,2% мужчин и 56,8% женщин), проведенного в мае-июне 2017 года. Цель - изучение интереса верующих к религиозному контенту в сети Интернет, как одному из способов вовлечения в жизнь религиозной группы. Новизна обследования состояла в том, что выявлялись социально-демографические характеристики пользователей глобальной коммуникации.

Исследованием установлено, что религиозную информацию, помимо Церкви, 25,8% респондентов получают от друзей и знакомых, каждый третий (36,7%) просматривает евангельские сайты, 14,2% – евангельское телевидение, 8,2% читают евангельские газеты и журналы, 3,1% затруднились определить. При этом 12,0% предпочли ответ – «другое». Обратим внимание, что ежедневно интересуются телевидением только 4,8% опрошенных, газетами и журналами менее 3,0%, евангельскими сайтами – 13,3%, а христианским сегментом сети – 16,3% верующих. Поскольку интерес прихожан к Интернету существеннее, проанализируем социально-демографический портрет пользователей.

Гендерный анализ данных не выявил значимого различия в распределении интереса к христианскому Интернету среди мужчин и женщин в пределах недели (таб. 1). Лица женского пола уделяют больше внимания сети Интернет в течение месяца (20,4%), мужчины лишь «от случая к случаю» (17,3%).

Таблица 1

Гендерное распределение интереса верующих к христианскому Интернету, (%)

Варианты ответа	Мужчины	Женщины
Ежедневно	20,9	27,9
Еженедельно	20,0	15,0
Несколько раз в месяц	14,5	20,4
Несколько раз в полгода - год	2,7	2,7
От случая к случаю	17,3	5,4
Не интересуюсь	8,2	8,2
Нет ответа	16,4	20,4
Итого	100	100

Исследованием зафиксировано, что ежедневно интересуется евангельским контентом 23,8% женщин и 15,5% мужчин. В целом, проявляют интерес к подобным ресурсам в равной степени как мужчины (70,1%), так и женщины (69,4%). Отметим, почти половина прихожан (48,3%) в той или иной мере демонстрирует внимание к сайтам: каждый десятый просматривает их еженедельно (11,5%) или «от случая к случаю» (9,2%), 13,3% – ежедневно, 12,0% – несколько раз в месяц, 2,3% – несколько раз в год. При этом, 5,9% респондентов заявили, что вообще не интересуются ими, а 12,0% не дали ответ.

Согласно данным исследования, половина женатых/замужних прихожан (51,0%), треть холостых (29,7%), каждый восьмой из разведенных (12,7%) и 6,6% вдовствующих поддерживают должное внимание к Интернет-ресурсам. В общей сложности, регулярно интересуются религиозным сегментом мировой паутины как семейные (59,0%) и холостые прихожане (58,5%), так и разведенные (57,5%) верующие (таб. 2).

Таблица 2

Распределение верующих, интересующихся христианским Интернетом по семейному положению, (%)

Варианты ответа	Женат / замужем	Холост	Разведен(а)	Вдовству- ющий(ая)
Ежедневно	22,7	28,6	24,2	23,5
Еженедельно	17,4	14,3	18,1	23,5
Несколько раз в месяц	18,9	15,6	15,2	23,5
Несколько раз в полгода – год	2,3	5,2	0	0
От случая к случаю	11,4	13,0	9,1	0
Не интересуюсь	7,6	5,2	18,2	5,9
Нет ответа	19,7	18,1	15,2	23,6
Итого	100	100	100	100

Больше всего христианским Интернетом и евангельскими сайтами увлекаются верующие 35–39 (21,6%) и 30–34 лет (16,6%). Меньше всего – лица старше семидесяти (1,5%) и молодежь 17–19 лет (3,1%). Такие показатели вполне закономерны, поскольку в первом случае повышенное внимание к глобальной сети обусловлено активностью в реализации жизненных установок данных возрастных групп. Во втором, как в случае с пожилыми людьми, либо недостатком знаний по использованию мировой паутины и/или состоянием здоровья, ведущих к снижению интереса к глобальной сети. Либо широким общением в социальных сетях и важным периодом выбора своего профессионального пути в жизни, как у молодежи 17–19 лет.

Исследованием выявлено, что треть (29,7%) верующих, не имеющих детей, а также треть прихожан (30,9%) с одним ребенком в семье, вместе с четвертью (24,7%), воспитывающих двоих, в той или иной степени отмечают интерес к христианскому сегменту сети и евангельским сайтам. Только 9,7% верующих с тремя детьми, 3,1%, воспитывающих четверых и 1,9% пятерых детей отметили, что интересуются глобальной сетью. По-видимому, хлопоты, связанные с воспитанием подрастающего поколения у многодетных семей, не дают родителям возможности быть активными пользователями религиозного контента.

Отметим, что не интересуются христианскими сайтами 8,1% верующих религиозного объединения, которые являются жителями Нижнего Новгорода и незначительное число прихожан (0,8%) из районных центров. В целом, 72,5% горожан и три четверти (75,8%) лиц, проживающих в области так или иначе просматривают религиозный контент Web-пространства.

В исследовании не выявлена зависимость интереса к религиозному сегменту сети от такого фактора, как образование. В целом, каждый пятый (20,5%) верующий, получающий религиозную информацию в сети – лицо со средним профессиональным образованием (техникум, колледж), треть (35,5%) с высшим (18,1% – специалисты и 17,4% – бакалавры) и четверть (27,8%) – среди получивших среднее образование (13,9% – неполное среднее и 13,9% – общее среднее). По-видимому, возможность получения религиозной информации в сети будет и дальше расти в связи с более широким распространением доступного Интернета. Используемые прихожанами ресурсы религиозного сегмента глобальной паутины могут стать маркерами типологизации пользователей в дальнейших качественных исследованиях.

Таким образом, в нижегородском объединении церковью христианской веры евангельской «Библейский Центр «Посольство Иисуса» активными потребителями религиозной информации через Интернет являются лица 30–39 лет с высшим образованием, состоящие в браке и имеющие одного или двух детей. Регулярность обращения к евангельским сайтам более характерна для женщин. В исследовании не зафиксированы значимые различия между женатыми/замужними, холостыми и разведенными прихожанами, а также между горожанами и жителями области при обращении к религиозному сегменту глобальной сети. Тематика, вопросы и ресурсы, интересующие нижегородских пятидесятников в религиозном Web-пространстве, требуют дальнейшего исследования, в том числе качественными методами.