

Секция «Молодежь в трансформирующемся российском обществе»

Факторы, влияющие на религиозность современной российской молодежи на примере студентов г. Москвы

Неробеева Татьяна Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

E-mail: nertatata@gmail.com

На протяжении длительного времени религия играла ключевую роль в жизни социума: как система мировоззренческих установок, помогавших каждому отдельному человеку в его быту и как социальный институт, помогавший разрешать проблемы, возникающие в сообществах [1].

Опрос, посвященный религиозности, который проводился ВЦИОМом в 2022 году [2], помог нам рассмотреть возрастное распределение верующих в России. Так, по данным опроса, чаще всего считают себя религиозными россияне от 35 до 44 лет (66%), от 45 до 59 лет (65%) и старше 60 лет (74%). Заметно выделяется группа от 18 до 24 лет, лишь 23% заявили, что считают себя религиозными.

Проблемным полем гармоничного развития молодежи является низкое религиозное сознание и поведение: неэффективная передача ценностных ориентиров из поколения в поколение, деструктивное информационное воздействие на молодежь посредством СМИ и сетевых сообществ, а также ослабление авторитета Церкви, которые могут привести к росту агрессивности в молодежной среде, национальной и религиозной нетерпимости, а также социальному напряжению в обществе.

Под религиозностью мы понимаем «качество индивида и группы, выражающееся в совокупности религиозных свойств сознания, поведения, отношений» [3].

При изучении типологий религиозности мы основывались на концепциях Э. Шпрангера [4], теоретическую типологизацию религиозности Д. Ленски [5], а также концепции двух типов «религиозной ориентации личности» Г. Олпорта [6].

Мы выделили факторы, связанные с институтами семьи, СМИ и религиозных организаций. Целью нашего исследования стало выявление степени влияния выделенных факторов на религиозное сознание и религиозное поведение молодежи на примере студентов г. Москвы с помощью метода анкетного опроса.

Проведенное исследование показало достаточно низкий авторитет РПЦ среди студенчества и низкую степень ортодоксальности. Но стоит заметить, что в группе тех, кто доверяет этой религиозной организации, достаточно высок уровень убежденности в истинности религиозных догм и правил. Таким образом, религиозные организации обладают потенциалом для повышения авторитета среди населения России, что может привести к положительной динамике религиозности сознания молодежи.

Семья является основным институтом и агентом передачи религиозного опыта молодому поколению. Не смотря на трансформацию ценностных установок и поведения молодежи, в процессе первичной социализации индивиду передаются паттерны поведения членов семьи. Таким образом, в структуре российской семьи по-прежнему важнейшим компонентом являются межпоколенные связи и отношения. Если семья вовлечена в религиозную жизнь - т.е. участвует в главных религиозных праздниках и обрядах, то такое поведение закрепляется у молодого человека.

Средства массовой информации освещают события, которые происходят в религиозной жизни, а также передают и транслируют выступления служителей церкви, поэтому являются важным агентом передачи религиозного знания молодому поколению. Исследование

выявило связь между знанием религиозной истории, священных писаний и основных молитв и уровнем использования СМИ в качестве источника получения религиозной информации. Помимо этого, средства массовой информации являются важным инструментом конструирования образа церкви, религии и религиозного поведения.

Проведенное социологическое исследование показало важность института семьи, средств массовой информации и религиозных организаций в участии молодого человека в религиозных обрядах и праздниках, знании основных священных писаний, молитв и религиозной истории, а также степени убежденности в истинности догм и правил, что в конечном счете ведет к формированию религиозного сознания и поведения молодежи.

Таким образом, мы можем выделить несколько направлений для проведения молодежной политики с целью повышения религиозности молодежи.

Во-первых, необходима интеграция церкви и религиозных организаций в повседневную жизнь молодежи без принудительного вовлечения.

Во-вторых, средства массовой информации являются важным инструментом формирования мнения молодежи относительно важных вопросов. Именно поэтому через передачу информации о вероучении, освящение религиозных событий и праздников, а также трансляцию выступлений священнослужителей возможно распространение ценностей религии, а также повышение доверия служителям церкви.

В-третьих, в условиях глобальной реорганизации общественной жизни социальные сети становятся новыми площадками, на которых фундаментальные институты реального мира воспроизводятся в электронном виде. С помощью сетевых сообществ поддерживается коммуникация между членами религиозных сообществ, распространяется религиозное знание, что в конечном счете влияет на уровень религиозного сознания молодого человека. Таким образом, одним из направлений молодежной политики в сфере религиозности может стать распространение религиозных сетевых сообществ и повышение активности молодого человека, входящего в эти сообщества.

Источники и литература

- 1) Белла Р. Социология религии // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – М.: Прогресс, 1972. – С. 266-267.
- 2) Православная вера и таинство крещения. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/velikii-post-2022>. (Дата обращения 02.02.2023)
- 3) Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии // Социология религии: классические подходы. Хрестоматия / Научн. редакция и сост. М.П. Гапочки и Ю.А. Кимелева. М., 1994. – С. 35-69.
- 4) Шпрангер Э. Основные идеальные типы индивидуальности // Психология личности. Тексты / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, А.А. Пузырева. М.: МГУ, 1982. - С. 55 - 60.
- 5) Lenski, G. The Religious Factor, A Sociological Study of Religion's Impact on Politics, Economics, and Family Life. - Connecticut, 1963. - 414 p.
- 6) Allport G. W. The individual and his religion: a psychological interpretation. - Oxford: MacMillan, 1950. - 147 p.