

Article

Digital Religious Conversion: Cognitive and Behavioral Mechanisms in the Context of the Philosophical and Ethical Challenges of Virtual Religiosity

Oleg Sinyakov * , Vladimir Razumov

Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation

*Corresponding author's email: olegsinyakov85@gmail.com

Abstract

The article is devoted to the analysis of the phenomenon of digital religious conversion within the contemporary platform-based media environment. It examines the cognitive and behavioral mechanisms influencing the formation of religious identity in digital space. Particular attention is paid to the philosophical and ethical challenges of virtual religiosity, including algorithmic influence, the mediatization of religious experience, and the transformation of traditional forms of religious socialization. The article presents theoretical reflections based on the studies of contemporary foreign scholars in the fields of digital religion, media communication, and religious conversion. Using an interdisciplinary approach, the study demonstrates that digital religious conversion constitutes a dynamic process shaped by network communication, digital platforms, and user media behavior. The practical significance of the research lies in the possibility of applying its conclusions to the analysis of contemporary religious processes within Kazakhstan's online environment, as well as to the study of the risks and characteristics of virtual religiosity in the context of societal digitalization and the development of artificial intelligence.

Keywords: digital religiosity; religious conversion; cognitive load; algorithmic personalization; behavioral patterns; philosophy of religion.

Received: 04 June 2026

Revised: 16 June 2026

Accepted: 16 June 2026

Copyright: © 2026 by the authors.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the [Creative Commons Attribution \(CC BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

Цифрлық діни конверсия: виртуалды діндарлықтың философиялық-этикалық сын-қатерлері жағдайындағы когнитивтік және мінез-құлықтық механизмдер

Аңдатпа

Мақала қазіргі платформалық медиакеңістік жағдайындағы цифрлық діни конверсия феноменін талдауға арналған. Зерттеуде цифрлық ортада діни бірегейліктің қалыптасуына ықпал ететін когнитивтік және мінез-құлықтық механизмдер қарастырылады. Виртуалды діндарлықтың философиялық-этикалық сын-қатерлеріне, атап айтқанда алгоритмдік ықпалға, діни тәжірибенің медиатизациялануына және діни әлеуметтенудің дәстүрлі формаларының трансформациясына ерекше назар аударылады. Мақалада цифрлық дін, медиакоммуникация және діни конверсия салаларындағы қазіргі шетелдік зерттеушілердің еңбектеріне негізделген теориялық тұжырымдар ұсынылған. Пәнаралық тәсіл негізінде цифрлық діни конверсияның желілік коммуникациялар, цифрлық платформалар және пайдаланушылардың медиамінез-құлқы ықпалымен қалыптасатын динамикалық үдеріс екендігі көрсетіледі. Зерттеудің практикалық маңыздылығы оның қорытындыларын Қазақстанның интернет-кеңістігіндегі заманауи діни үдерістерді талдауда, сондай-ақ қоғамды цифрландыру және жасанды интеллекттің дамуы жағдайындағы виртуалды діндарлықтың ерекшеліктері мен тәуекелдерін зерттеуде қолдану мүмкіндігімен айқындалады.

Түйін сөздер: цифрлық діндарлық; діни конверсия; когнитивтік жүктеме; алгоритмдік жекелендіру; мінез-құлық үлгілері; дін философиясы.

Цифровая религиозная конверсия: когнитивные и поведенческие механизмы в контексте философско-этических вызовов виртуальной религиозности

Аннотация

Статья посвящена анализу феномена цифровой религиозной конверсии в условиях современной платформенной медиасреды. Рассматриваются когнитивные и поведенческие механизмы, влияющие на формирование религиозной идентичности в цифровом пространстве. Особое внимание уделяется философско-этическим вызовам виртуальной религиозности, включая алгоритмическое воздействие, медиатизацию религиозного опыта и трансформацию традиционных форм религиозной социализации. В статье представлены теоретические размышления, основанные на исследованиях современных зарубежных авторов в области цифровой религии, медиакоммуникации и религиозной конверсии. На основе междисциплинарного подхода показано, что цифровая религиозная конверсия представляет собой динамический процесс, формирующийся под воздействием сетевых коммуникаций, цифровых платформ и пользовательского медиаповедения. Практическая значимость исследования определяется возможностью применения его выводов для анализа современных религиозных процессов в интернет-среде Казахстана, а также для изучения рисков и особенностей виртуальной религиозности в условиях цифровизации общества и развития искусственного интеллекта.

Ключевые слова: цифровая религиозность; религиозная конверсия; когнитивная нагрузка; алгоритмическая персонализация; поведенческие паттерны; философия религии.

Введение

Современные информационно-коммуникационные технологии открывают широкие возможности для распространения религиозных знаний, но и одновременно создают условия для распространения экстремистских, террористических идей, замаскированных под религиозное просвещение. Актуальность статьи обусловлена глубокой трансформацией религиозной коммуникации в условиях цифровизации современного общества. Виртуальная религиозность становится частью повседневной цифровой культуры, что требует комплексного философского, религиоведческого и социокультурного осмысления. В цифровую эпоху процессы мировоззренческого выбора осуществляются под воздействием медиакommunikационных технологий, алгоритмов персонализации, сетевых сообществ и эмоционально ориентированного цифрового контента. В результате религиозная конверсия перестает рассматриваться исключительно как индивидуальный духовный акт и приобретает признаки сложного когнитивно-поведенческого и медиатизированного процесса.

В данном контексте особую значимость приобретает позиция Президента Республики Казахстан Касыма-Жомарта Токаева, изложенная в Послании народу Казахстана на 2026 год, в рамках которого были обозначены стратегические задачи дальнейшей цифровой модернизации государства и развития технологий искусственного интеллекта. Глава государства подчеркнул необходимость комплексной цифровизации общественных процессов, рассматривая ее как один из ключевых факторов национального развития и повышения конкурентоспособности страны. В частности, Президент отметил: «Обнародованные мною задачи критически важны для дальнейшего динамичного развития Казахстана. Они тесно связаны с цифровой модернизацией страны. Ключевым компонентом нашего стратегического курса должно стать повсеместное внедрение искусственного интеллекта и тотальная цифровизация, которые могуткратно усилить потенциал страны во всех сферах» (Tokayev, 2026).

Исследование медиатизации религии и связанными с ним аспектами занимаются ученые из разных стран. В Казахстане исследованием данной тематики занимается ряд ученых: Шаповал Ю. (Shapoval & Lipina, 2023), Сейтахметова Н. (Seitakhmetova & Zhandossova, 2025), Темирбаева А. (Temirbayeva et al., 2023), Купешов К. (Kanat et al., 2025), Калиев К. (Kaliyev et al., 2024) и др. В целом современные исследования цифровой религии показывают, что религиозная конверсия в виртуальной среде трансформируется под воздействием цифровых платформ, алгоритмов и сетевых коммуникаций. В этой связи целью статьи является анализ философско-этических вызовов виртуальной религиозности, связанных с проблемами алгоритмического воздействия, трансформации религиозного авторитета, коммерциализации духовного опыта и рисками манипулятивного влияния на мировоззренческие установки личности.

Материалы и методы

Исследование носит теоретико-аналитический и междисциплинарный характер, объединяя подходы религиоведения, философии религии, медиакommunikационных исследований и цифровой социологии. Основу эмпирического материала составили научные публикации зарубежных исследователей, посвященные феномену цифровой религии, онлайн-религиозности, религиозной конверсии в цифровой среде, медиатизации религии и влиянию алгоритмических платформ на формирование мировоззренческих установок пользователей. В качестве исследовательского материала были использованы статьи, монографии и аналитические работы, опубликованные в международных академических изданиях. Особое внимание уделялось исследованиям, рассматривающим трансформацию религиозной идентичности в условиях цифровой коммуникации, механизмы вовлечения пользователей в онлайн-религиозные сообщества, а также влияние социальных сетей и

рекомендательных алгоритмов на процессы религиозного выбора.

Методологическую основу исследования составляет междисциплинарный подход, объединяющий философию религии, когнитивную науку, цифровую социологию и исследования медиатизации религии. В работе использованы методы философского анализа, сравнительного анализа, концептуального моделирования и интерпретативного анализа цифровых религиозных практик. Использование указанных методов позволило выявить основные когнитивные и поведенческие механизмы цифровой религиозной конверсии, а также определить философско-этические вызовы, возникающие в условиях расширения виртуальных форм религиозности и цифровизации религиозной коммуникации.

Результаты и обсуждение

Теоретическую основу анализа составляют работы Кэмпбел, Эволви (Campbell & Evolvi, 2020), Говер (Hoover, 2025), Хатчингс (Hutchings & Roger, 2010), которые посвящены трансформации религиозной коммуникации в условиях цифрового общества. Кроме того, концепция цифровой религии и трансформации религиозной коммуникации в условиях сетевого общества, которая была сформулирована Кэмпбел и Эволви (Campbell & Evolvi, 2020, p. 18). В рамках данной концепции исследователи пришли к выводу, что цифровые технологии перестают быть лишь каналом передачи религиозной информации и формируют особые гипермедиатизированные пространства, в которых трансформируются религиозная идентичность, авторитет и практики веры. По мнению авторов, «технологические устройства могут восприниматься как духовные артефакты» (Campbell & Evolvi, 2020, p. 10), а цифровая среда становится самостоятельным пространством переживания сакрального опыта. Концепция «смешанной» религии (blended religion) отражает размывание границ между онлайн- и офлайн-религиозностью, при котором цифровые практики интегрируются в повседневную религиозную жизнь.

Существенный вклад в исследование платформенной религиозности вносит работа Аль-Мазайд, Тахат и Аль-Халайле, где авторы рассматривают религию как феномен, структурируемый логикой цифровых платформ и алгоритмов. Исследователи отмечают, что алгоритмическая селекция контента, системы рекомендаций и экономика внимания формируют устойчивые модели религиозного восприятия и вовлеченности пользователя. По мнению авторов, цифровая религия способна как усиливать социальную сплоченность, так и способствовать поляризации и формированию «алгоритмических анклавов» (AlMazaedh et al., 2026, p. 12). В результате религиозная конверсия приобретает постепенный и медиатизированный характер.

Важное методологическое значение имеет работа Говер, в которой религия рассматривается как процесс символического конструирования идентичности в медиакультуре. Развивая данную концепцию, автор обращает особое внимание на процессы цифровой социализации внутри современной семьи. Исследователь показывает, что медиапотребление подростков выходит за пределы жесткого родительского контроля, формируя относительно автономное цифровое пространство коммуникации, самоидентификации и мировоззренческого поиска. В качестве иллюстрации автор анализирует кейс семьи Милликинов, где 13-летний Рэй самостоятельно выстраивает собственные модели взаимодействия с медиасредой. Несмотря на сохранение в семье христианских ценностей и интерес подростка к современной христианской музыкальной культуре, значительная часть его цифрового опыта связана с интернет-коммуникацией, видеоиграми и виртуальными игровыми платформами, вызывающими беспокойство родителей. Особое значение в исследовании Говер приобретает тот факт, что семья не использует жесткую систему медийных ограничений, вследствие чего цифровое

поведение подростка формируется преимущественно в логике индивидуального выбора и самостоятельной навигации в медиасреде. Постепенно Рэй начинает вовлекаться в более маргинализированные сегменты цифрового пространства, проявляя интерес к видеоиграм Starcraft, Carnivore и игровым платформам типа Shockwave. Анализируя процессы цифровой социализации молодежи, исследователь приходит к выводу, что ослабление традиционного институционального контроля усиливает роль цифровой среды в мировоззренческом и религиозном самоопределении личности (Hoover, 2025, pp. 264–265).

Значительный интерес для изучения цифровой религиозной конверсии представляет работа Хатчингс, где исследователь анализирует виртуальные христианские сообщества и показывает, что интернет-религиозность формирует новые когнитивные и поведенческие механизмы религиозного участия. Хатчингс отмечает, что цифровые платформы создают устойчивую эмоциональную вовлеченность и чувство принадлежности, способствующие

Таблица 1. Христианские интернет-сообщества

1.	Англиканский собор виртуального мира «Second Life»	виртуальная церковь, где проводятся богослужения, молитвы и религиозное общение через аватары пользователей	Англиканство
2.	Церковь глупцов «The Church of Fools»	виртуальная церковь, интерактивное онлайн-пространство для молитв и религиозных встреч	Христианство
3.	Святой Пиксель «St Pixels»	интернет-сообщество христиан в формате форума и виртуального прихода, объединявшее пользователей разных стран	Христианство
4.	Онлайн церковь «i-church»	онлайн-сообщество, ориентированное на постоянное цифровое общение, совместные молитвы и дистанционное участие в церковной жизни	Англиканство
5.	Сообщество пророчества «The Community of Prophecy»	виртуальное религиозное сообщество, исследовавшее сочетание онлайн-коммуникации, пророческой традиции и цифровых форм религиозного взаимодействия	Христианство

Так, например, в рамках виртуального религиозного сообщества Церковь глупцов «Church of Fools» богослужебная практика включала широкий спектр цифровых жестов и анимационных реакций, которые интегрировались в новые формы онлайн-литургии либо спонтанно использовались участниками виртуальной церкви. Исследователь приводит пример молитвенного обращения, в котором жест «рвать на себе волосы» становится элементом коллективного религиозного переживания и символического выражения скорби: «Давайте помолимся за народы третьего мира, за людей, у которых нет ни еды, ни чистой воды, за людей, чьи дома были разрушены, за людей, пострадавших от войны. Пожалуйста, используйте жест «рвать на себе волосы», когда думаете о них» (Hutchings & Roger, 2010, p. 82).

Характерным примером является виртуальная церковная экосистема Жизнь. Церковь, основанная К. Грошелом. Концепция «онлайн церковь» была сформулирована им в конце 2000-х годов, задолго до пандемии COVID-19. В своих выступлениях, включая участие на Глобальном Лидерском Саммите в онлайн-формате, он последовательно утверждал идею цифровой среды как полноценного пространства религиозной практики. В рамках этой модели через «Платформа онлайн-церкви» обеспечивались трансляции богослужений, интерактивное участие, молитвенные взаимодействия и групповые формы общения. Позиция К. Грошела фиксировала переход к пониманию онлайн-церкви как самостоятельной формы религиозной общины, функционирующей в условиях устойчивой цифровой религиозности (Groeschel, 2012).

Данные материалы указывают, что религия от институализированной, четко аффилированной с тем или иным местоположением культового здания перешла в интернет-пространство и находит там новые пути для миссионерской деятельности. В современности эти процессы неизбежны, однако трансформации и степень присутствия имеет дискуссионный характер.

Цифровая трансформация религиозной конверсии

Переход к цифровой медиасреде меняет не только способы религиозной коммуникации, но и саму логику религиозного обращения. Конверсия все реже рассматривается как единичное событие, связанное с резкой сменой вероисповедания. В условиях платформенного общества она представляет собой длительный процесс включения человека в определенную символическую и информационную среду, где постепенно размываются границы между интересом, поиском и принятием религиозных идей.

В этом контексте сохраняет значимость подход Рамбо, который рассматривает религиозную конверсию как процесс, разворачивающийся во времени и затрагивающий различные уровни человеческой жизни. Речь идет не только о смене религиозной принадлежности, но и о трансформации идентичности, связанной со стремлением преодолеть экзистенциальную неопределенность и обрести устойчивую систему смыслов (Rambo, 1993, p. 2). Согласно его модели, религиозная конверсия включает несколько этапов: социальный и культурный контекст, кризис, поиск, встречу с религиозной традицией, взаимодействие и закрепление новых установок. Однако в цифровой среде данные стадии перестают быть четко разделенными. Социальные сети, видеоплатформы и мессенджеры создают постоянный фон религиозного присутствия, в котором пользователь сталкивается с религиозным контентом через рекомендации, алгоритмы и сетевые связи, нередко без целенаправленного поиска.

Особенно заметно это проявляется на стадии «поиска». Если в классической модели поиск религиозного смысла предполагает осознанное движение личности к определенным идеям или сообществам, то в цифровой среде алгоритмы платформ начинают выполнять роль посредника между интересом пользователя и религиозным содержанием. Пользователь, однажды проявивший внимание к религиозной тематике, постепенно включается в персонализированный поток контента, усиливающий определенные мировоззренческие установки.

Изменяются и формы религиозного участия. Если ранее ключевое значение имело включение в офлайн-общину, то сегодня все большую роль играют сетевые формы религиозности: онлайн-службы, трансляции богослужений, религиозные чаты и видео сообщества. В результате религиозная идентичность формируется через регулярное цифровое взаимодействие и медиакommunikацию.

Важно отметить, что данные изменения соотносятся с выводами Эволви, где исследователь показывает, что религиозная практика в цифровую эпоху приобретает гибридный характер и распределяется между онлайн- и офлайн-пространствами. Интернет функционирует не только как средство передачи информации, но и как самостоятельная среда религиозного опыта и формирования чувства принадлежности (Evolvi, 2022, p. 12).

Подобная медиатизация влияет и на восприятие религии. Религиозные смыслы становятся более фрагментарными и зависят от логики цифрового потребления информации. Пользователь может не принадлежать формально к религиозной организации, но при этом регулярно участвовать в онлайн-практиках, что постепенно формирует чувство вовлеченности и принадлежности. Особую роль в этом процессе играют алгоритмы цифровых платформ. Так, Радослав Сероцкий показывает, что алгоритмы влияют не только на распределение

информации, но и на формирование религиозных мировоззренческих установок. Он пишет, что в алгоритмическом обществе, влияние алгоритмов распространяется на религию, религиозное мышление и представления о религии (Sierocki, 2024, p. 1).

В результате цифровая среда начинает функционировать как механизм отбора и усиления определенных религиозных нарративов. Повторяющийся контент и визуальные образы формируют устойчивый информационный контур, способный усиливать уже существующие мировоззренческие установки. На поведенческом уровне это выражается в постоянном взаимодействии с религиозным контентом, участии в сетевых сообществах и эмоциональной привязанности к цифровым религиозным группам.

Как видно из вышеуказанного, цифровая религиозная конверсия затрагивает не только сферу религиоведения, но и философско-этические вопросы, связанные с границами автономного духовного выбора и влиянием цифровой инфраструктуры на мировоззренческие установки личности. В цифровую эпоху религиозная конверсия все чаще выступает как длительный процесс формирования идентичности, возникающий на пересечении личного поиска, медиакommunikации и алгоритмической структуры платформ.

Когнитивные механизмы цифровой религиозной конверсии

Цифровая трансформация религиозной конверсии, рассмотренная в первой главе, показывает, что современная религиозность функционирует в пространстве медиатизированной коммуникации, алгоритмической персонализации и сетевой интерактивности. Виртуальная религиозная среда изменяет не только формы религиозного участия, но и механизмы формирования мировоззренческих установок, религиозной идентичности и духовного выбора личности.

В условиях цифрового общества религиозная коммуникация становится частью глобального информационного потока, где внимание пользователя выступает ключевым ресурсом цифровых платформ. Религиозные идеи усваиваются через краткие медиасообщения, эмоционально насыщенные визуальные образы, алгоритмически подобранные рекомендации и механизмы сетевой вовлеченности. В связи с этим исследование цифровой религиозной конверсии требует обращения к когнитивным теориям, объясняющим особенности восприятия и обработки информации в цифровой среде.

Особое методологическое значение в данном контексте имеют теория когнитивной нагрузки Дж. Свеллер и теория двойного мышления Д. Канеман. Теория когнитивной нагрузки позволяет объяснить особенности восприятия религиозного контента в условиях информационного перенасыщения. Исследователь рассматривает когнитивную нагрузку как совокупность ментальных усилий, возникающих в процессе обработки информации. Автор пишет, что теория когнитивной нагрузки использовалась для разработки многочисленных обучающих эффектов, связанных с методами представления информации, способствующими формированию когнитивных схем (Sweller, 2011, p. 48). Более того, он также пишет, что ограниченность ресурсов рабочей памяти приводит к тому, что избыток информационных стимулов снижает способность человека к аналитическому восприятию и критической рефлексии. В цифровой медиасреде пользователь одновременно сталкивается с большим количеством текстов, видеоматериалов, комментариев, уведомлений и алгоритмически подобранных рекомендаций. Подобная среда формирует высокую внешнюю когнитивную нагрузку, усиливающую восприимчивость к эмоциональному и символическому воздействию.

В целом, теория Дж. Свеллер также объясняет механизмы алгоритмического упрощения религиозного восприятия. Цифровые платформы стремятся минимизировать когнитивные усилия пользователя, предлагая короткие видеоролики, эмоционально насыщенные

сообщения, визуальные символы и персонализированный контент. В результате религиозные идеи воспринимаются преимущественно через эмоциональные реакции и повторяющиеся цифровые нарративы.

Для более глубокого понимания процессов мировоззренческого выбора в цифровой среде важное значение имеет теория двойного мышления Д. Канеман. Он выделяет две системы мышления: «Система 1» – быстрое, интуитивное и эмоционально обусловленное мышление и «Система 2» – медленное, аналитическое и рационально контролируемое мышление. Д. Канеман утверждает, что спонтанный поиск интуитивного решения иногда оказывается безуспешным и в подобных случаях человек переходит к более медленной и требующей усилий форме мышления (Kahneman, 2011).

Для исследования цифровой религиозной конверсии особый интерес представляет доминирование механизмов «быстрого мышления» в цифровой среде. Современные социальные сети и медиаплатформы ориентированы прежде всего на эмоциональное вовлечение пользователя и стимулирование автоматических когнитивных реакций. В результате религиозный контент воспринимается через визуальные образы, короткие видеосообщения и эмоционально насыщенные нарративы.

Информационная перегрузка усиливает доминирование «Системы 1» над аналитическим мышлением, вследствие чего религиозные идеи усваиваются через эмоциональную идентификацию, эффект повторяемости и алгоритмически поддерживаемое чувство принадлежности к виртуальному сообществу. Алгоритмы социальных сетей формируют персонализированную информационную среду, в которой пользователь чаще сталкивается с контентом, подтверждающим уже существующие взгляды. Это усиливает эффект подтверждения (предвзятость подтверждения «confirmation bias»), способствует формированию «цифровых эхо-камер» и снижает вероятность критического восприятия альтернативных мировоззренческих позиций.

С точки зрения поведенческих механизмов постоянное взаимодействие с эмоционально насыщенным цифровым контентом формирует устойчивые модели медиаповедения и мировоззренческой вовлеченности. Пользователь начинает воспринимать религиозный контент как часть собственной цифровой идентичности, а виртуальные религиозные сообщества – как источник эмоциональной поддержки и социальной принадлежности. В целом, теория когнитивной нагрузки Дж. Свеллер раскрывает влияние информационного перенасыщения и ограниченности рабочей памяти на восприятие религиозного контента, тогда как теория двойного мышления Д. Канеман объясняет доминирование интуитивных и эмоционально обусловленных механизмов мировоззренческого выбора в цифровой среде.

Анализ показывает, что в совокупности данные концепции позволяют рассматривать цифровую религиозную конверсию как сложный когнитивно-поведенческий процесс, формирующийся под воздействием алгоритмической персонализации, медиатизированной коммуникации и эмоционально насыщенного цифрового контента.

В философско-этическом аспекте возникает проблема границ когнитивной автономии личности в условиях алгоритмически организованной медиасреды, где мировоззренческие установки формируются под воздействием рекомендательных алгоритмов и сетевых механизмов эмоционального вовлечения. В данной связи особую актуальность приобретает анализ поведенческих паттернов цифровой религиозной конверсии, позволяющий исследовать механизмы вовлечения личности в виртуальные религиозные сообщества, особенности формирования цифровой религиозной идентичности и влияние алгоритмически организованной медиасреды на религиозное поведение пользователей.

Поведенческие паттерны и цифровая конверсия

В цифровом пространстве пользователь чаще всего обращается к информации, связанной со здоровьем, успехом, материальным благополучием, саморазвитием, психологической устойчивостью и поиском смысла жизни. Как отмечает Д. Игнатов в романе «Великий Аттрактор»: «Сейчас люди часто ищут ответы в Сети, но раньше искали их в книгах... Считай это последним тестом на человечность» (Ignatov, 2020). Данная тенденция соотносится с логикой цифровой медиасреды, ориентированной на удовлетворение базовых когнитивных и эмоциональных потребностей пользователя.

Для религиозного сознания указанные запросы приобретают особую значимость, поскольку религиозные традиции исторически предлагают интерпретации страдания, счастья, спасения и экзистенциальной неопределенности. В условиях цифрового медиапространства такие смыслы включаются в алгоритмически распространяемый контент, где религиозные идеи подаются в форме эмоционально и психологически значимых сообщений.

Методологическое значение для анализа данных процессов имеет работа Ричард Талер и Касс Санстейн, в которой исследуются механизмы «архитектуры выбора» и мягкого поведенческого воздействия. Авторы показывают, что поведение человека может направляться через организацию среды принятия решений, при которой сохраняется формальная свобода выбора, однако сама структура информации влияет на его траектории. Как отмечают авторы многие люди, поддерживающие свободу выбора, отвергают любые формы патернализма. Они считают, что государство должно позволять гражданам самостоятельно принимать решения, то есть «просто максимизировать количество выборов» (Just Maximize Choices), но не осознают, что между их подходом и жестким обязательным предписанием существует широкий спектр промежуточных решений. Они выступают против патернализма или полагают, что выступают против него. Также они скептически относятся к «подталкиваниям» (nudges) в выборе. Исследователи считают, что подобный скептицизм основан на ложном предположении и заблуждениях (Thaler & Sunstein, 2008).

В контексте цифровой религиозной конверсии это означает, что алгоритмы цифровых платформ не только рекомендуют религиозный контент, но и постепенно формируют устойчивые модели поведения, связывая религиозные нарративы с фундаментальными человеческими потребностями – стремлением к психологической устойчивости, социальной поддержке и поиску смысла жизни. Экзистенциальные запросы пользователя становятся частью алгоритмически организованной медиакommunikации.

Концепция «подталкивания» (nudge) позволяет интерпретировать цифровые платформы как «архитектуру выбора» (choice architecture), в рамках которой религиозный контент распространяется через персонализированные рекомендации, автоматическое воспроизведение видео, push-уведомления, систему лайков и комментариев. В отличие от традиционных форм религиозной социализации, цифровая религиозная конверсия реализуется через микроповеденческие механизмы, формируя эффект постепенного вовлечения без прямого принуждения. Повторяемость цифровых взаимодействий способствует закреплению установок и формированию устойчивых предпочтений (Thaler & Sunstein, 2008).

Таким образом, цифровое религиозное поведение может рассматриваться как результат систематического алгоритмического конструирования пользовательского опыта. Поведенческие паттерны формируются через повторяемость медиаконтактов, эмоциональное подкрепление, социальную валидацию и персонализированную подачу информации. Пользователь постепенно вырабатывает устойчивые модели медиаповедения: регулярное

потребление религиозного контента, участие в виртуальных сообществах и цифровую религиозную идентификацию.

В данной перспективе цифровая религиозная конверсия может интерпретироваться как процесс мягкого поведенческого воздействия, в котором алгоритмы цифровых платформ выполняют функцию скрытого регулятора внимания и предпочтений. Это расширяет понимание виртуальной религиозности как феномена на пересечении когнитивной психологии, цифровой социологии и философии технологий.

Особое значение теория «подталкивания» (nudge) приобретает в философско-этическом аспекте. Возникает вопрос о границах автономии личности в условиях алгоритмически организованной медиасреды, где религиозный выбор может формироваться через незаметные механизмы цифрового подталкивания. В этом контексте виртуальная религиозность становится не только пространством духовной коммуникации, но и средой скрытого поведенческого воздействия, основанного на анализе данных, прогнозировании поведения и управлении вниманием.

Вместе с тем подобная трансформация религиозного опыта актуализирует философско-этические вопросы, связанные со свободой мировоззренческого выбора, допустимостью алгоритмического влияния на сознание и ответственностью цифровых платформ за формирование информационной среды. В условиях цифрового общества религиозная коммуникация включается в более широкие процессы медиатизации сознания и управления вниманием пользователя.

Анализ показывает, что концепция «подталкивания» (nudge) Р. Талер и К. Санстейн позволяет объяснить механизмы формирования поведенческих паттернов цифровой религиозной конверсии и показать, каким образом алгоритмически организованная среда влияет на религиозное поведение, медиапотребление и мировоззренческую вовлеченность личности. В данной связи особую научную значимость приобретает анализ философско-этических вызовов виртуальной религиозности, позволяющий исследовать трансформацию религиозного сознания, проблемы цифровой идентичности и особенности мировоззренческого самоопределения личности в современной медиасреде.

Философско-этические вызовы виртуальной религиозности

Цифровая трансформация религиозной коммуникации оказывает влияние не только на когнитивные и поведенческие механизмы религиозной конверсии, но и на философско-этические основания современного религиозного опыта. В условиях алгоритмически организованной медиасреды виртуальная религиозность включается в цифровую культуру, где духовный поиск, мировоззренческое самоопределение и религиозная социализация тесно связаны с логикой платформ, управлением вниманием и информационными технологиями.

Ключевой проблемой становится автономия религиозного выбора. Традиционно конверсия понималась как результат свободного духовного поиска и внутренней рефлексии, однако в цифровой среде доступ к религиозному контенту все чаще определяется алгоритмами персонализации. Как отмечает К. Санстейн, цифровые платформы формируют «архитектуру выбора», в рамках которой пользователь сталкивается преимущественно с контентом, соответствующим его интересам и прошлым реакциям. Нужно отметить, что данная позиция не предполагает вмешательства государства в форме принуждения к восприятию нежелательных стимулов. В данном случае важна поддержка условий, которые обеспечивают возможность случайного и непреднамеренного получения значимой информации, то есть как пишут авторы «удачная случайная находка» (serendipity) (Sunstein, 2018, p. 7).

В этом контексте религиозный выбор может частично зависеть от алгоритмической

селекции информации. Платформы, функционирующие в логике экономики внимания, усиливают распространение эмоционально насыщенного контента, включая религиозные сообщения, адаптированные к форматам вовлечения и поведенческого «подталкивания» (nudge).

Дополнительную проблему формирует эффект «цифровых эхо-камер», при котором пользователь преимущественно получает подтверждение уже существующих взглядов. Так, К. Санстейн отмечает, что в условиях социально и культурно неоднородного общества эти факторы становятся значимыми. Становится очень сложным формирование взвешенного понимания рисков, если пользователи индивиды самостоятельно конструируют «эхо-камеры», которые ограничивают доступ к альтернативным точкам зрения (Sunstein, 2018). В условиях цифровой религиозной конверсии это усиливает фрагментацию религиозного опыта и ограничивает критическое восприятие альтернативных мировоззренческих позиций.

Вышеуказанное показывает, что процесс медиатизации религии имеет существенное значение. Как отмечает Хьярвард, медиа становятся самостоятельным институтом, влияющим на формы религиозной коммуникации и опыта. Исследования в области медиа и коммуникации сосредоточены на анализе процессов медиатизации. При этом, как отмечает автор, средства массовой информации рассматриваются одновременно как внешние по отношению к обществу и в то же время как встроенные элементы, встроенные в социальные контексты гражданского общества (Hjarvard, 2016, p. 2). В результате религиозные смыслы адаптируются к логике платформенной коммуникации, ориентированной на визуальность, краткость и эмоциональную вовлеченность. Это приводит к фрагментации религиозного опыта и усилению феномена «повседневной религии» (banal religion), при котором религиозные символы интегрируются в повседневную медиакультуру. В подобных условиях трансформируется и религиозный авторитет: он все чаще определяется не институциональной принадлежностью, а медийной популярностью и алгоритмической видимостью.

Цифровая трансформация религиозной сферы подтверждается результатами исследования Кантвелл и Рашид. Авторы проанализировали свыше 150 цифровых проектов и выявили, что наибольший инновационный потенциал показывают проекты, которые интегрируют в себе несколько моделей цифрового присутствия и коммуникации одновременно (Cantwell & Rashid, 2015, p. 18). В своем исследовании авторы показывают, что цифровая религиозность реализуется через различные модели – архивную, сетевую, алгоритмическую, визуальную, интерактивную и «основанный на данных» (data-driven), которые отражают многоуровневую трансформацию религиозной коммуникации.

Сопоставление подходов К. Санстейн, Хьярвард, Кантвелл, Рашид позволяет выделить общий вывод: цифровая среда становится активным фактором формирования религиозного сознания. Алгоритмы структурируют выбор, медиа трансформируют религиозный опыт, а платформы включают религию в общий поток цифровой культуры.

Таким образом, философско-этические вызовы виртуальной религиозности связаны с проблемами когнитивной автономии, алгоритмического воздействия, фрагментации религиозного опыта и трансформации религиозного авторитета. Цифровая религиозная конверсия предстает как результат взаимодействия индивидуального духовного поиска с алгоритмическими и медиатизированными структурами цифровой среды.

Заключение

В результате вышеуказанные данные подтверждают, что цифровая религиозная конверсия представляет собой сложный когнитивно-поведенческий и медиатизированный процесс, формирующийся в условиях алгоритмически организованной цифровой среды.

Современные исследования показывают, что цифровизация трансформирует религиозную коммуникацию, религиозный опыт и механизмы формирования религиозной идентичности личности. Религия интегрируется в пространство цифровых платформ, социальных сетей и медиасервисов, где процессы мировоззренческого выбора начинают зависеть от алгоритмической селекции информации, сетевой коммуникации и цифровых практик вовлеченности.

В современности цифровая религиозная конверсия носит процессуальный характер и развивается через длительное взаимодействие пользователя с цифровыми платформами, виртуальными религиозными сообществами и персонализированным контентом. В условиях цифровой медиасреды традиционные формы религиозной социализации дополняются сетевыми механизмами религиозной коммуникации и медиатизированными практиками духовного участия. Более того анализ данных позволил выявить влияние когнитивной нагрузки, информационного перенасыщения и эмоционально-интуитивного восприятия информации на процессы религиозного выбора в цифровой среде. Было установлено, что алгоритмически организованная медиасреда способствует упрощению мировоззренческого восприятия, снижению уровня критической рефлексии и усилению восприимчивости к эмоционально насыщенным религиозным нарративам и символическим образам.

Более того, цифровые платформы формируют устойчивые модели религиозного поведения посредством алгоритмической персонализации, повторяемости контента и механизмов сетевой вовлеченности. Поведенческие паттерны цифровой среды становятся скрытым инструментом мировоззренческого воздействия и религиозной социализации личности.

Анализ философско-этических вызовов виртуальной религиозности позволил установить, что цифровая религиозность сопровождается медиатизацией религиозного опыта, трансформацией религиозного авторитета, фрагментацией религиозного сознания и усилением зависимости мировоззренческого выбора от цифровой инфраструктуры. Виртуальная религиозность становится частью платформенной цифровой культуры, в которой сакральное пространство интегрируется в общий медиа поток современной коммуникационной среды.

В целом, в ходе анализа установлено, что:

- цифровая религиозная конверсия носит процессуальный и медиатизированный характер;
- когнитивная нагрузка способствует упрощению религиозного выбора;
- поведенческие паттерны цифровой среды формируют устойчивую религиозную вовлеченность;
- алгоритмы выступают скрытым фактором религиозной социализации;
- цифровая среда трансформирует религиозную идентичность, формы духовного опыта и механизмы религиозной коммуникации.

Философско-этическое измерение исследуемой проблемы связано с растущей зависимостью религиозного опыта от цифровых платформ, алгоритмической селекции информации и логики медиапотребления. В условиях платформенного общества религиозный контент адаптируется к требованиям визуальной выразительности, эмоциональной вовлеченности и конкуренции за внимание пользователя, что трансформирует механизмы восприятия сакрального и формы мировоззренческого самоопределения личности.

Практическая значимость исследования для Казахстана определяется необходимостью комплексного анализа новых форм религиозной активности в интернет-пространстве в

условиях цифровизации общества. Полученные результаты могут быть использованы для совершенствования механизмов мониторинга цифрового религиозного контента, выявления потенциальных рисков вовлечения граждан в деструктивные онлайн-сообщества, а также для разработки профилактических и информационно-аналитических мер в сфере государственной религиозной политики.

В данных условиях исследование механизмов цифровой религиозной коммуникации приобретает не только теоретическое, но и прикладное значение. Следовательно, изучение цифровой религиозной конверсии становится не только теоретически значимым направлением современного религиоведения, но и важным элементом понимания социальных, культурных и мировоззренческих трансформаций, сопровождающих цифровую модернизацию Казахстана.

В целом исследование подтверждает, что цифровая религиозная конверсия является не только религиоведческим или социологическим феноменом, но и комплексным когнитивным, поведенческим и медиакоммуникационным процессом, обусловленным трансформацией цифровой культуры современного общества. Это актуализирует необходимость дальнейших междисциплинарных исследований на пересечении философии религии, когнитивной психологии, медиа теории, цифровой социологии, религиоведения и этики технологий.

Вклад авторов

Первый автор – написание текста статьи, техническое оформление, корреспонденция, загрузка статьи на сайт.

Второй автор – написание текста статьи, обзор литературы, редактирование текста.

Конфликт интересов.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Литература

- Грошел, К. (2012). *Шаги навстречу* [Видео]. Глобальный саммит лидеров. БогМедиа. <https://bogmedia.org/videos/17630/globalnyy-liderskiy-sammit-2012-03-kreg-groshel-shagi-navstrechu/>
- Игнатов, Д. (2020). *Великий Аттрактор*. ЛитРес.
- Токаев, К.-Ж. (2025, 8 сентября). *Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана «Казахстан в эпоху искусственного интеллекта: актуальные задачи и их решения через цифровую трансформацию»*. Официальный сайт Президента Республики Казахстан. <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-kazahstan-v-epohu-iskusstvennogo-intellekta-aktualnye-zadachi-i-ih-resheniya-cherez-cifrovuyu-transformaciyu-885145>
- AlMazaedh, I., Tahat, K. M., Alkhalaileh, M., & Tahat, D. N. (2026). Digital religion in platform societies: authority, mediation, and social cohesion in algorithmic publics (2010–2025). *Frontiers in Sociology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2026.1802281>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5–17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Cantwell, C., & Rashid, H. (2015). *Religion, media, and the digital turn*. <https://doi.org/10.7916/90nf-pk82>

- Evolvi, G. (2022). Religion and the internet: Digital religion, (hyper) mediated spaces, and materiality. *Zeitschrift Für Religion, Gesellschaft Und Politik*, 6(1), 9–25. <https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9>
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1), 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>
- Hoover, S. M. (2025). *Religion in the media age*. Routledge.
- Hutchings, T., & Roger, B. (2010). *Creating church online: An ethnographic study of five internet-based Christian communities* (Doctoral dissertation, Durham University).
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kaliyev, K., Temirbayev, T., & Toxanbayev, A. (2024). EXPLORING THE PHENOMENON OF RELIGIOUS CONVERSION AMONG KAZAKH YOUTH IN THE GLOBALIZED SOCIETY. *European Journal of Science and Theology*, 20(6), 27–41.
- Kanat, K., Satershinov, B., Shagyrbay, A., Meymankhozha, N., Aldiyarova, Z., & Nurgul, T. (2025). Cyber-Islamic Environment in the Religious Field of Kazakhstan. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 15(2), 474–485.
- Rambo, L. R. (1993). *Understanding religious conversion*. Yale University Press.
- Seitakhmetova, N., & Zhandossova, S. (2025). The influence of digitalization on religious identity: Socio-political context. *Eurasian Research Journal*, 7(1), 61–71. <https://izlik.org/JA26PC65FY>
- Shapoval, Y. V., & Lipina, T. A. (2023). Islam in Kazakhstan under the coronavirus pandemic conditions: “Testing” with mediatization. *Adam Alemi*, 95(1), 142–155. <https://doi.org/10.48010/2023.1/1999-5849.13>
- Sierocki, R. (2024). Algorithms and Faith: The Meaning, Power, and Causality of Algorithms in Catholic Online Discourse. *Religions*, 15(4), 431. <https://doi.org/10.3390/rel15040431>
- Sunstein, C. R. (2018). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Sweller, J. (2011). Cognitive load theory. In B. H. Ross (Ed.), *Psychology of learning and motivation* (Vol. 55, pp. 37–76). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-387691-1.00002-8>
- Temirbayeva, A. A., Temirbayev, T. T., Ryskiyeva, A. A., & Kuranbek, A. A. (2023). The digital palette of Kazakhstan in the context of the study Tengrian internet communities. *Bulletin of the Karaganda university History. Philosophy series*, 109(1), 323–331. <https://doi.org/10.31489/2023hph1/323-331>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.

References

- AlMazaedh, I., Tahat, K. M., Alkhalaileh, M., & Tahat, D. N. (2026). Digital religion in platform societies: authority, mediation, and social cohesion in algorithmic publics (2010–2025). *Frontiers in Sociology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2026.1802281>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5–17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Cantwell, C., & Rashid, H. (2015). *Religion, media, and the digital turn*. <https://doi.org/10.7916/90nf-pk82>
- Evolvi, G. (2022). Religion and the internet: Digital religion, (hyper) mediated spaces, and materiality. *Zeitschrift Für Religion, Gesellschaft Und Politik*, 6(1), 9–25. <https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9>
- Groeschel, C. (2012). *Shagi navstrechu* [Steps toward each other] [Video]. Global Leadership Summit. BogMedia. <https://bogmedia.org/videos/17630/globalnyy-liderskiy-sammit-2012-03-kreg-groshel-shagi-navstrechu/> (in Russian)

- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1), 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>
- Hoover, S. M. (2025). *Religion in the media age*. Routledge.
- Hutchings, T., & Roger, B. (2010). *Creating church online: An ethnographic study of five internet-based Christian communities* (Doctoral dissertation, Durham University).
- Ignatov, D. (2020). *Velikiy Attraktor* [The Great Attractor]. LitRes. (in Russian)
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kaliyev, K., Temirbayev, T., & Toxanbayev, A. (2024). EXPLORING THE PHENOMENON OF RELIGIOUS CONVERSION AMONG KAZAKH YOUTH IN THE GLOBALIZED SOCIETY. *European Journal of Science and Theology*, 20(6), 27–41.
- Kanat, K., Satershinov, B., Shagyrbay, A., Meymankhozha, N., Aldiyarova, Z., & Nurgul, T. (2025). Cyber-Islamic Environment in the Religious Field of Kazakhstan. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 15(2), 474–485.
- Rambo, L. R. (1993). *Understanding religious conversion*. Yale University Press.
- Seitakhmetova, N., & Zhandossova, S. (2025). The influence of digitalization on religious identity: Socio-political context. *Eurasian Research Journal*, 7(1), 61–71. <https://izlik.org/JA26PC65FY>
- Shapoval, Y. V., & Lipina, T. A. (2023). Islam in Kazakhstan under the coronavirus pandemic conditions: “Testing” with mediatization. *Adam Alemi*, 95(1), 142–155. <https://doi.org/10.48010/2023.1/1999-5849.13>
- Sierocki, R. (2024). Algorithms and Faith: The Meaning, Power, and Causality of Algorithms in Catholic Online Discourse. *Religions*, 15(4), 431. <https://doi.org/10.3390/rel15040431>
- Sunstein, C. R. (2018). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Sweller, J. (2011). Cognitive load theory. In B. H. Ross (Ed.), *Psychology of learning and motivation* (Vol. 55, pp. 37–76). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-387691-1.00002-8>
- Temirbayeva, A. A., Temirbayev, T. T., Ryskiyeva, A. A., & Kuranbek, A. A. (2023). The digital palette of Kazakhstan in the context of the study Tengrian internet communities. *Bulletin of the Karaganda university History. Philosophy series*, 109(1), 323–331. <https://doi.org/10.31489/2023hph1/323-331>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Tokayev, K.-J. (2026). *Poslanie Glavy gosudarstva Kassym-Zhomarta Tokayeva narodu Kazakhstana «Kazakhstan v epokhu iskusstvennogo intellekta: aktualnye zadachi i ikh resheniya cherez tsifrovuyu transformatsiyu»* [Kazakhstan in the era of artificial intelligence: Current challenges and solutions through digital transformation: State of the Nation Address to the people of Kazakhstan]. Office of the President of the Republic of Kazakhstan. <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-kazahstan-v-epohu-iskusstvennogo-intellekta-aktualnye-zadachi-i-ih-resheniya-cherez-tsifrovuyu-transformatsiyu-885145> (in Russian)

Information about authors

Oleg Sinyakov – PhD candidate, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-9411-5145>, olegsinyakov85@gmail.com

Vladimir Razumov – Professor, Doctor of Philosophical Sciences, Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-6904-9764>, vi.razumov@omgau.org

Авторлар туралы мәлімет

Олег Синяков – Аспирант, Достоевский атындағы Омбы мемлекеттік университеті, Омбы, Ресей Федерациясы, <https://orcid.org/0000-0002-9411-5145>, olegsinyakov85@gmail.com

Владимир Разумов – Профессор, философия ғылымдарының докторы, Достоевский атындағы Омбы мемлекеттік университеті, Омбы, Ресей Федерациясы, <https://orcid.org/0000-0002-6904-9764>, vi.razumov@omgau.org

Сведения об авторах

Олег Синяков – Аспирант, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Омск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-9411-5145>, olegsinyakov85@gmail.com

Владимир Разумов – Профессор, доктор философских наук, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Омск, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-6904-9764>, vi.razumov@omgau.org