

# Релігійні комунікації як об'єкт впливу масової культури: український контекст

Марія Петрушкевич – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри культурології та філософії Національного університету “Острозька академія”. 15 жовтня 2019 року вона захистила дисертацію на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.11 – релігієзнавство. Щиро вітаємо її з цим важливим науковим досягненням!

Релігійній спільноті України ця студія прислужиться фаховою оцінкою комунікаційних зусиль церков і релігійних організацій. Зокрема, авторка згадує у своєму аналізі телеканал “Надія”, низку часописів і веб-ресурсів цієї конфесії.

Нижче наводимо бібліографічний опис студії, фрагмент з проспекту дисертації та посилання на її текст.

Петрушкевич М. С. Релігійні комунікації як об'єкт впливу масової культури: український контекст. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.11 – релігієзнавство. – Національний університет «Острозька академія», Острог, 2019.

Читати дисертацію тут

Дисертація є комплексним дослідженням релігійної комунікації у контексті масової культури. Наукова новизна якого полягає у тому, що тут вперше у межах вітчизняного філософсько-релігієзнавчого дискурсу, з позицій позаконфесійного підходу, здійснений філософсько-антропологічний аналіз масової культури та інформаційного суспільства, зацентрована увага на феномені масової людини як основного суб'єкта масової релігійної

комунікації. Розглянуті ідеї М. Шелера про зрівнювання різних аспектів культури та Х. Ортеги-і-Гасета про першопричини та механізми виникнення масової людини та масової комунікації. Осмислені основні напрямки критики масової культури: її розрив з історичними традиціями, репресивність, консюмеризм, ірраціоналізація поведінки.

Охарактеризовані підходи до розуміння масової комунікації та досліджена специфіка медіа-культури у площині якої формуються сучасні релігійні мас-медіа, які творять зовнішній вигляд релігійної комунікації, адаптують релігійний дискурс до сучасних темпів передачі та сприйняття інформації. Осмислені особливості розвитку інформаційного суспільства (Н. Больц) та його вплив на конструювання і риси релігійної комунікації.

Використовуючи методологічний підхід М. Маклюена, його мозаїчний стиль викладу матеріалу, категорію гегемонії А. Грамші та аналіз діючих ЗМК в українському комунікативному просторі розглянуті основні види релігійних мас-медіа: преса, радіо, телебачення, Інтернет, нові медіа. Вони відрізняються з не лише способом передачі інформації, а й специфічністю тем яким надають перевагу та підбором аудиторії.

Окреслені особливості функціонування релігійних друкованих мас-медіа, проаналізовані їх інституційна приналежність, адресованість, позаконфесійні характеристики. Друковані ЗМК особливо відрізняються своєю конфесійною/релігійною приналежністю, більшість із них мають досить конкретну, вузьку аудиторію. Друкованим мас-медіа постійно потрібно підлаштовуватися під виклики комунікативного поля. У релігійній пресі є досить видимими ознаки впливу на неї масової культури.

Виявлена специфіка релігійних радіо та телебачення і їх зв'язок із масовою культурою. Радіо є потужним засобом масової комунікації як світської, так і релігійної. Воно конструє релігійну комунікацію ґрунтуючись на продовжені традиції інтимного, приватного спілкування у якому присутні елементи канонічної релігійної комунікації, містично-сакрального, екзистенційного зв'язку. Особливість використання радіо у релігійній комунікації пов'язана і з масовим характером цього

мас-медіа, воно є механізмом культурної гегемонії, несилового способу маніпуляції. Радіо орієнтоване на канонічне слово, для нього органічними є проповіді та молитви.

Із діяльністю телебачення пов'язана медіа-релігійність – новий спосіб задовольняти свої екзистенційні та культурні потреби, що ґрунтується на повній довірі мас-медіа. Для релігійної комунікації телебачення стає своєрідною симуляцією релігійного життя у якому значну роль відіграє поняття комфорту. Екран телевізора творить ілюзію присутності як на сакральних, так і на офіційних релігійних подіях. Телебачення ґрунтується на візуальному образі і крім наративу пропонує візуальний потік. До сьогодні саме телебачення залишається центром та транслятором масової культури. Радіо та телебачення по різному конструюють соціальну реальність і ефекти від їх використання різні.

Визначена специфіка релігійної Інтернет-комунікації. Інтернет по різному оцінюється та використовується релігіями та церквами. Для традиційних національних та світових релігій комунікація в Інтернеті є одним із способів поширення інформації, його використовують як неофіційний і необов'язковий канал комунікації. Для неорелігій та релігій New Age Інтернет стає домінуючим способом заявити про себе широкому загалу та єдиним дієвим способом масової комунікації.

Проаналізовані значення та можливості нових медіа для розвитку релігійної комунікації, окреслений їх потенціал у розбудові діалогічності. Їх діяльність пов'язана з розвитком технічних засобів. Нові медіа мають подвійну природу: є одночасно і масовим, і діалогічним, інтимним способом комунікації. Для аналізу діалогічності використані поняття Я, Він, Інший, спільнотність (К. Ясперс), симфонічна особистість (Л. Карсавін), хрест дійсності (О. Розеншрок-Гюссі), зустріч (М. Бубер, О. Ф. Больнов, Н. Когартен), межовість (М. Бахтін), автокомунікація (Ю. Лотман), відповідальність, свобода, екзистенція.

Одна із проблем, що піднімається – втрата природності, безпосередності у горизонтальному релігійному спілкуванні.

Опосередкованість загрожує також і спілкуванню з божественним. Тенденції інформаційного суспільства виходу не передбачають, навпаки ускладнюють ситуацію. Такий вихід може бути лише приватним, інтимним – звернення до діалогу, безпосередньої комунікації, до зв'язку суб'єкт – суб'єкт.

З'ясовані особливості конструювання гендерної ідентичності за допомогою релігійних мас-медіа, які транслюють релігійні канони, що засновані на принципах патріархату. У релігійних ЗМК представлені класичні способи конструювання гендерної ідентичності за допомогою візуальних образів, мовних зворотів, транслювання стереотипів.

Розвинуті існуючі підходи до графічних моделей масової комунікації. У них в різних аспектах розкривається внутрішній зв'язок релігійної комунікації з масовою культурою. До таких моделей належать: циркулярні моделі Г. 5 Малецькі, У. Шрамма та Ч. Осгуда, модель зворотного зв'язку М. ДеФльора, ритуальна модель Дж. Кері, динамічна соціологічна модель взаємного комунікативного спілкування Дж. та М. Райлі, модель К. Левіна з використанням поняття гейткіпера, модель мозаїчної культури А. Моля та ін.

Для цілісного розуміння процесів релігійної комунікації у масовій культурі розроблена узагальнена модель масової релігійної комунікації, у якій крім активних адресата та адресанта комунікативного процесу присутнє сакральне, як дієва сила, що опосередковано або безпосередньо впливає на усі аспекти релігійної комунікації. Також складовою цієї моделі є гегемонія, яку чинить інформаційне поле та масова культура на учасників комунікації.

Засоби масової релігійної комунікації переймають усі риси світських масмедіа, більше того, релігійні мас-медіа та їх способи маніпуляції ідентичні світським. Особливості їх функціонування у інформаційному суспільстві та масовій культурі значною мірою залежать від особливостей та структури функціонування світських засобів комунікації.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів дослідження визначається тим, що в ньому вперше здійснено

комплексний аналіз релігійної комунікації в Україні як об'єкту впливу масової культури. Обґрунтовано доцільність використання категорії гегемонії до аналізу релігійних мас-медіа, а також діалогічний характер нових медіа та їх значимість для релігійної комунікації. Розроблена авторська узагальнена графічна модель масової релігійної комунікації, що відображає загальні тенденції комунікативного процесу у масовій культурі та інформаційному суспільстві. Також, спираючись на ідеї Торонтської школи, використаний мозаїчний підхід до аналізу релігійної преси, радіо, телебачення, Інтернету, нових медіа. Значення дисертаційного дослідження підсилюється і тим, що релігійна комунікація у сучасній політичній, соціокультурній ситуації в Україні стає стратегічно важливою річчю, способом ідеологічного тиску та маніпуляції.

Читати дисертацію [тут](#)