

*Алла
Залужна*

РЕЛІГІЇ ТА ЦЕРКВИ ПЕРЕД ВИКЛИКАМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Петрушкевич М.С.

Релігійна комунікація у контексті масової культури

Острог, 2018. – 408 с.

Образи, які виникають, коли чуємо словосполучення «масова культура», найчастіше стереотипні: популярна музика, голлівудські фільми, телебачення, мода, розваги і взагалі нав'язування споживацтва та відсутність глибокого сенсу. Натомість екзистенційні концепти пов'язують із духовністю та релігією. І здається, що ці два світи можуть перетинатися хіба що в якихось екстравагантних неорелігіях чи культурах. Але авторка книги «Релігійна комунікація в контексті масової культури» Марія Петрушкевич показує, що у комунікативному зрізі сучасна релігія не протистоїть масовій культурі, а використовує її методи та надбання, і не лише технічні.

Монографічне дослідження присвячене низці проблем, через аналіз яких розкривається сутність сучасної релігійної комунікації. Вже в анотації авторка ставить досить інтрижливі запитання: «Чи може масова культура впливати та змінювати установлені й випробувані часом способи релігійної комунікації? Як різні релігії та церкви реагують на виклики інформаційного суспільства? Чому сучасний віруючий є носієм усіх рис масової культури та діє як споживач навіть стосовно релігійного спілкування? Що таке медіа-релігійність?»

© А. ЗАЛУЖНА,
2018

Аналізуючи вплив масової культури, інформаційного суспільства та медіа-культури на трансформацію релігійної комунікації в різних релігіях, Петрушкевич звертається до ідей канадського філософа, дослідника мас-медіа та «пророка» медіа-культури Герберта Маршала МакЛюєна. Ідеї вченого осмислено для пояснення особливостей розвитку різних релігійних медіа, зокрема в Україні. Використовуючи мозаїчний підхід до аналізу мас-медіа, який запропонував М. МакЛюєн, авторка звертається не лише до головних релігійних мас-медіа, але й до феноменів, які найкраще відображають тенденції у масовій релігійній комунікації. Це: характеристика медіа-культури та масової людини; конструювання ідентичності, зокрема гендерної, за допомоги мас-медіа; діалогічні можливості масової комунікації; узагальнення та створення моделі релігійної комунікації; поняття гегемонії мас-медіа; трансляція стереотипів засобами масової комунікації.

У монографії зроблено наголос на одному з положень М. МакЛюєна про те, що кожна соціокультурна доба формує свої специфічні способи комунікації, частково модифікуючи і використовуючи вже чинні, інституційні, або по-новому їх інтерпретує. Ці засоби комунікації стають причиною трансформацій самої доби (с. 12). Авторка через аналіз найрізноманітніших характеристик преси, радіо, телебачення, інтернету та соціальних мереж фактично постулює ідеї, що технічні засоби комунікації ефективніше та глобальніше впливають на зміну релігійності, ніж інші чинники. Поряд з іншими соціокультурними феноменами саме медіа-засоби визначають характер суспільних зв'язків і можуть не лише ефективно транслювати релігійний дискурс, але й управляти змінами у ньому. Сама авторка зазначає, що цей підхід є досить новим при екстраполяванні його на релігійні масові комунікації, оскільки традиційно прийнято розглядати релігійну комунікацію у межах канонічної, етичної комунікації, натомість, якщо скористатися методологією М. МакЛюєна, такий розгляд має бути зовсім іншим. Такий постулат дає можливість у новому світлі подивитися на використання сучасними церквами мас-медіа (радіо, телебачення, інтернету, нових медіа). Ці засоби створюють і формують актуальну релігійну комунікацію, тобто така комунікація є кардинально відмінною від класичних форм релігійного спілкування, таких як молитва, проповідь, канонічний текст, хоча вони залишаються як частина трансльованої ЗМІ інформації (с. 47–48).

Петрушкевич осмислює ідеї Торонтської школи при аналізі діяльності релігійних радіо та телебачення і позиціонує їх як такі, що демонструють протиставлення зору та слуху. Тому вона говорить про різні способи, а отже й різні ефекти конструювання соціальної реальності за допомоги радіо та телебачення (с. 256).

Загалом авторка детально аналізує зв'язок масової релігійної комунікації зі змінами комунікативного поля під впливом масової культури та інформаційного суспільства. Дає характеристику масової культури та людини, яка у ній виникає, на ґрунті ідей М. Шелера та Х. Ортеги-і-Гасета. Розглядає ідеї крити-

ків цієї культури щодо розриву з традиціями, репресивності, споживацтва, ірраціоналізації поведінки. А при характеристиці масової комунікації Петрушкевич звертається до категорії інформації, яка у релігійному контексті стає особливо цікавою, оскільки вступає у смисловий конфлікт з екзистенційними категоріями віри, надії, любові. З масовою культурою логічно пов'язана медіакультура, носіями якої, поміж інших, є учасники релігійної комунікації.

Окремий великий розділ у монографії присвячено аналізу мас-медійних тенденцій у релігійному комунікативному середовищі. Марія Петрушкевич дотримується класичної класифікації, але крім преси, радіо, телебачення та Інтернету розглядає ще й нові медіа, до яких відносить соціальні мережі, блоги, Інтернет-телебачення. Крім іншого, ці мас-медіа аналізовано через поняття гегемонії, яке авторка запозичує у неомарксиста А. Грамші. Розроблено поняття гегемонії мас-медіа, яке у принципі є дотичним до смислового поля бачення М. МакЛюеном засобів комунікації. Крім теоретичної частини у поясненні функціонування релігійних мас-медіа, авторка дає детальну класифікацію преси, спираючись на її конфесійні особливості, причетність до офіційних органів управління в релігійних організаціях, наклад періодичних видань та їхню технічну якість, адресованість, присутність рис масової комунікації. У монографії детально класифіковано й особливості комунікації в інтернеті.

Інша позиція, що розкриває новий аспект при аналізі релігійних мас-медіа, — конструювання графічної узагальненої моделі масової релігійної комунікації. Спираючись на існуючі класичні моделі, Петрушкевич намагається не лише узагальнити сам процес релігійної комунікації, але й зацентувати увагу на зовнішніх впливах на нього. Тому у підсумку вимальовується досить цікава картина взаємозалежності і взаємовпливу. Сучасні релігії змушені активно використовувати технічні засоби комунікації, щоб бути спроможними ефективно поширювати свої ідеї та конкурувати з іншими релігіями у межах інформаційного суспільства та масової культури. Але, з іншого боку, риси релігійних мас-медіа та особливості їх використання значною мірою залежать від нематеріальних чинників, присутніх у релігії: вірі, містичній комунікації, діалозі з Богом тощо.

Окресливши головні думки авторки, можна дійти висновку, що наукова монографія Марії Петрушкевич «Релігійна комунікація у контексті масової культури» є досить успішним міждисциплінарним дослідженням, що перебуває на перетині філософії, релігієзнавства, теорії комунікації та культурології. Авторка дотримується не лише наукової об'єктивності, але й позаконфесійності, що дає можливість використовувати її здобутки не лише в теоретичній царині, але й при практичній роботі з релігійними мас-медіа.

Залужна, Алла — доктор філософських наук, професор кафедри філософії Національного університету водного господарства та природокористування
