

УДК 304.659.3

М. А. Рожило – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри видавничої справи та редагування і журналістики Волинського національного університету імені Лесі Українки

Новітні форми релігійної Інтернет-комунікації

Роботу виконано на кафедрі видавничої справи та редагування і журналістики ВНУ ім. Лесі Українки

Проаналізовано актуальні проблеми релігійної комунікації в інформаційному просторі мас-медіа. Досліджено сучасні форми релігійної Інтернет-комунікації.

Ключові слова: релігійна комунікація, концептуальні засади, комунікативні технології.

Рожило М. А. Современные формы религиозной Интернет-коммуникации. Проанализированы актуальные проблемы религиозной коммуникации в информационном пространстве мас-медиа. Исследованы современные формы религиозной Интернет-коммуникации.

Ключевые слова: религиозная коммуникация, концептуальные основы, коммуникационные технологии.

Rozhylo M. A. New Forms of Religious Internet-Communication. The issue of the day of religious communication is analysed in informative space of mass-medias. The modern forms of religious Internet-communication are investigational.

Key words: religious communication, conceptions, communicative technologies.

Постановка наукової проблеми та її значення. Інтернет сьогодні забезпечує нову якість та новий рівень релігійних відносин, що доповнює й поглиблює комунікативний потенціал Церкви. Веб-комунікація дає можливість урізноманітнити спілкування парафіян та залучити до віри релігійно неактивних людей, тобто тих, кому не вистачає часу відвідати богослужіння в церкві, почитати релігійну періодику, подивитися чи послухати духовну теле- чи радіопередачу.

Новітніми формами Інтернет-комунікації є електронні версії друкованих релігійних видань, блоги священнослужителів; парафіяни мають можливість спілкуватися в соціальних мережах, заходити на спеціалізовані веб-сторінки, об'єднуватися в релігійні спільноти, шукати однодумців в Інтернет-просторі, залишати свої відгуки й коментарі на новини світського та духовно-релігійного змісту тощо.

М. Лукіна зазначає, що «web-сторінки різних церков і релігійних об'єднань організують в Інтернеті свою презентацію, публікують розклад заходів, перелік освітніх, благодійних і місіонерських програм. По суті це замінює друковані засоби інформації їх електронною версією. Але Інтернет – то не просто електронна газета. Розумно використаний, він пропонує величезні комунікаційні можливості для прямого партнерського спілкування між окремими людьми та групами за інтересами, між різними конфесіями й окремими деномінаціями, між парафіями і світовими релігіями – причому не однобічне, а із зворотним зв'язком. Традиційним засобом масової інформації – газетам, радіо і телебаченню, які останнім часом дуже активно використовуються релігійними організаціями, робити це набагато складніше» [8, 49]. Погодимось із твердженням дослідниці стосовно великих комунікативних можливостей Інтернет-видань, але не можемо погодитись із тезою щодо заміни друкованих ЗМІ їх електронною версією, оскільки і традиційні, і електронні мас-медіа можуть існувати самостійно, приваблюючи кожен свою аудиторію.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Науковий інтерес до феномену релігійної комунікації як до певної (особливої, специфічної) структури людського існування, у просторі якої здійснюються основні види його діяльності, із часом не тільки не зменшується, а й посилюється. Так, тлумачення понять «релігійна інформація» та «релігійна комунікація» знаходимо в дослідженні професора А. Бойко [4]; особливості й роль богословських концепцій у формуванні протестантських ЗМК України вивчає М. Балаклицький [1]; проблеми співіснування релігії та віртуальної реальності аналізує О. Бегей [2]; місце Церкви в глобальній мережі з'ясовують С. Мінін [9] й ін. Комунікація загалом розглядається як своєрідний простір, інструмент та принцип культури, завдяки якому здійснюється міжкультурний діалог [13, 1]. У такому розумінні комунікація виступає як мета, як засіб і як

умова для вирішення глобальних проблем людства. Однак практично за межами комунікативної філософії залишився релігійний дискурс.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Особливістю релігійної комунікації можна вважати поєднання вербальної (наприклад звичне використання мови під час спілкування священика й пастви, віруючих людей між собою, при написанні матеріалів для газет, журналів, під час підготовки до духовної радіо-, телепередачі) та невербальної (наприклад зовнішній вигляд проповідника; жести, міміка ведучого духовної телепрограми тощо) комунікації, а також усної й письмової, внутрішньої, міжособистісної, міжконфесійної комунікації. Метою релігійної комунікації є вплив за посередництвом преси, радіо, телебачення, Інтернету, усного мовлення (проповіді в храмах) на свідомість аудиторії (прихожан храмів, віруючих людей, усіх, хто сповідує морально-етичні принципи або прагне духовного спілкування).

У сучасних умовах бурхливого розвитку новітніх інформаційних технологій вагомий вплив релігії на суспільство здійснюється за посередництвом Інтернет-мережі. Як зауважує дослідник С. Свистунов, «сьогодні усе ширше розвивається так званий світ онлайн у віртуальному Інтернет-просторі, і, відповідно, “релігія онлайн”. Більша частина людей у сьогоdnішньому світі бере участь у реальних богослужіннях рідше, ніж в онлайн-чатах і відеоконференціях. До мережі звертаються зазвичай частіше, ніж до Біблії або буддйських сур. При цьому притаманна Інтернету анонімність у багатьох випадках робить віртуальне спілкування людини з будь-ким більш “інтимним” і бажаним для нього, ніж звичайна сповідь чи публічна молитва. Відтак нове століття породжує нові релігійні прояви і нові форми існування Церкви» [11]. Підтримуємо тезу науковця щодо впливу релігійних Інтернет-сайтів на свідомість аудиторії.

Однією з новітніх форм релігійної комунікації в мережі є звіти про спеціалізовані конференції. Так, текстові, аудіо-, фото-, відеоматеріали разом із коментарями, відгуками, анонсами детально змальовують подію, що відбулася. Ідеться про конференцію медіа-євангелістів «Media Mobilization» [5], що відбулася восени 2010 р. в Ірпені. Загалом, під час конференції зустрілися аматори та професіонали, працівники медіа й служителі церков, протестанти, католики та православні. «Media Mobilization» стала майданчиком для дискусій, спілкування, обміну досвідом для покращення християнських медіа.

Цікавими й пізнавальними видаються презентації доповідачів конференції: інноваційне благовістя, церковний піар, мобілізація церковників та лобювання інтересів релігійних об'єднань і громад, шляхи досягнення успіху релігійними мас-медіа, проблеми християнської журналістики. Вагомим є той факт, що конференцію відвідали понад 150 учасників з України та закордону. Хто ж не мав такої можливості – прочитає, перегляне, прослухає звітні матеріали конференції за посередництвом блогу релігійної публіцистики [3], а також зі сторінок загальноукраїнського католицького суспільно-релігійного часопису, що висвітлює питання віри в сучасному світі й розрахований на читачів, які хочуть жити свідомою вірою, – «CREDO» [6].

Сайт із однойменною назвою www.credo-ua.org – це місце, де можна отримати інформацію про католицьку церкву західного та східного обряду в Україні й світі, прочитати послання й проповіді Папи та єпископів, ознайомитись із позицією Церкви стосовно різних питань, тенденцій і явищ, дізнатися новини про життя Церкви, про останні події. Сайт залучає цікаві форми спілкування із цільовою аудиторією. Наприклад, рубрика «Помолися за інших», де всі бажаючі можуть висловити прохання щодо молитовної підтримки та знайти однодумців і помолитися за інших. Можливість впливу на роботу редакції (за допомогою оцінювання матеріалів та відповідей в опитуваннях) реципієнти мають, висловлюючи власні думки в блогах. Формою зв'язку зі споживачами інформації є аудіорубрика «Слово редактора». Зацікавить аудиторію також опитування громадськості «Хто Ваш улюблений святий?», бліцопитування «Коли Ви востаннє подавали милостиню?», «Що Вам найбільше подобається у Вашій дружині/Вашому чоловікові?» та ін.

Основним принципом своєї діяльності редакція часопису й сайту «CREDO» вважає тезу «Релігія не відірвана від життя». Саме тому, імовірно, зміст журналу та контент-сайту суспільно-релігійний, де тісно переплетені світське й духовне життя.

Віртуальна комунікація реалізується за посередництвом аудіопроектів, зокрема блог релігійної публіцистики пропонує аудиторії «духовні дари» – духовну музику християнського незалежного «Радіо Марія» [10]. В основі роботи радіо – єдина мета – просвітництво людей.

Професор С. Квіт, аналізуючи масову комунікацію глобального суспільства, стверджує, що «з'являються нові форми для самовираження людини, звільнення її ресурсів через нові можливості в інформаційних технологіях (у т. ч. через появу нових медіа) та об'єднання у мережні суспільства, групи, течії навколо інтересів, потреб та прагнень, переходу від монологу до діалогу в соціумі» [7, 183]. Діалогом у соціумі варто назвати можливість зворотного зв'язку користувачів релігійних сайтів із духівниками, розробниками, редакторами, контент-менеджерами сайтів. Наприклад, російськомовний електронний ресурс «Твоя Библия» [12] – одна з найбільших онлайн-Біблій – дає можливість реципієнту отримати онлайн-відповіді з тексту Святого Письма на свої запитання, а також прочитати відповіді на запитання інших читачів сайта. Для зручності користування інформація згрупована за тематичними блоками: сім'я, богослов'я, апологетика, мораль, вибір, етика й ін. Також сайт містить бібліотеку християнської книги, форум, словник, подає християнські новини тощо.

Отже, релігійна Інтернет-комунікація завжди здійснюється в контексті комунікативних технологій: охоплення широкої аудиторії за посередництвом релігійних друкованих та електронних мас-медіа; вплив на громадськість через нові можливості інформаційних технологій (здійснення релігійної комунікації в електронній мережі й можливість забезпечення діалогу, зворотного зв'язку); поєднання тексту із фото-, відео-, аудіоматеріалами.

Висновки та перспективи подальших досліджень. За допомогою новітніх форм релігійної Інтернет-комунікації досягається ефект довіри до беззаперечних морально-етичних істин (автори та редактори Інтернет-сайтів виступають від імені Церкви, тлумачать аудиторії її позицію щодо важливих для суспільства проблем, активізують духовну свідомість реципієнтів тощо. Позиція Церкви, представлена в матеріалах вищезгаданих сайтів, ґрунтується на засадах духовності, принципах гуманізму, прагненні відійти від надмірного моралізаторства).

Наголосимо, що названі вище комунікативні технології підсилюють та поглиблюють вплив релігії на суспільство. Релігійна комунікація відбувається в специфічному контексті, а тому комунікативні технології дають можливість створити такі ситуації, у яких такий вплив є реальним явищем.

Перспективним, на наш погляд, видається порівняння особливостей комунікативних технологій, у контексті яких відбувається релігійна комунікація, в онлайн-вимірі й на шпальтах традиційних ЗМК.

Список використаної літератури

1. Балаклицький М. Феномен комунікації: релігійний контекст / Максим Балаклицький [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/balaklitsky/fen_com.pdf
2. Береґ О. І. Релігія та віртуальна реальність: проблеми співіснування / О. І. Береґ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/intelekt/2010_8/Begey.pdf
3. Блог релігійної публіцистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pbest.livjournal.com>
4. Бойко А. А. Релігія в мас-медіа України: тексти лекцій / Алла Анатоліївна Бойко. – К. : [б. в.], 2009. – 158 с.
5. Звіт про конференцію медіа-євангелістів «Media Mobilization» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.credo-ua.org/2010/11/36473>
6. Католицький часопис «Credo» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.credo-ua.org/about-us>
7. Квіт С. М. Масові комунікації: підручник / Сергій Миронович Квіт. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
8. Лукіна М. Всесвітня павутина / Марія Лукіна // Людина і світ. – К., 1998. – № 7. – С. 46–49.
9. Минин С. Место Церкви в глобальной сети / С. Минин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://religion.ng.ru/event/2006-12-20/3_mesto.html
10. «Радио Марія» в мережі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://radiomaria.org.ua/>
11. Свистунов С. В. Бізнес-комунікації в новітніх релігійних течіях: проблема громадського та законодавчого контролю / С. В. Свистунов // Релігійна свобода. Законодавство України «Про свободу совісті та релігійні організації»: європейські стандарти та українські реалії: наук. щорічник [Електронний ресурс] / [за заг. ред. А. Колодного (гол. ред.), М. Бабія, Л. Филипович]. – К., 2007. – № 11. – С. 132–138. – Режим доступу : <http://religstudies.org.ua/main.php?display=element&SID=8f08d41&EID=bc4cf90&page=1#bc4cf90>
12. Твоя Библия [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bible.com.ua/>
13. Юнусова Є. Й. Комунікативний простір релігії в європейській культурі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук: спец. 09.00.04 «Філософська антропологія, філософія культури» / Євгенія Йосипівна Юнусова. – Х., 2005. – 17 с.