

ФИЛОСОФИЯ

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ПРАВОСЛАВНОГО МЕДИАКОНТЕНТА

*Манукян Эдуард Эрнестович**бакалавр, Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, РФ, г. Саратов**Личманова Елена Дмитриевна**студент, Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, РФ, г. Саратов**Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-311-70023*

АННОТАЦИЯ

В данной статье определяется степень влияния процесса глобализации на трансформацию православного медиаконтента. Рассматривается роль интенсивного развития цифровых технологий в формировании новой коммуникационной и информационной среды. Определяются основные направления работы православных медиа-ресурсов.

Ключевые слова: глобализация, религия, СМИ, православие, цифровизация, социальные сети, социология религии, социальная философия.

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической, культурной и религиозной интеграции и унификации. Английский социолог Э. Гидденс под глобализацией понимает интенсификацию социальных связей, расширение пространства коммуникации, путём модернизации технологий взаимодействия [3, Р. 63–64]. Благодаря этим технологиям, мир должен преобразоваться в общее социокультурное пространство для взаимодействия в основных сферах жизнедеятельности общества: политике, экономике и культуре [4, Р. 25–44].

После анализа и переосмысления событий, происходивших и происходящих в социокультурной сфере в конце прошлого столетия, было определено, что глобализация несёт комплексный характер и влияет на все социальные институты. Исходя из этого, можно сделать вывод, что данный процесс отразился и на религии [5, с. 21]. Стоит отметить, что глобализация повлияла как на ценностную, так и на институциональную составляющие религии.

В конце XX века религиозные институты переживали период ренессанса. Особенно ярко это отмечалось в России, так как после распада СССР, а вместе с ним и падения советского образа мышления, Церковь вновь получила свободу. Многие люди в тот период пришли в храмы в поисках ответов на те вопросы, которые их волновали. Вместе с ортодоксальными и каноническими религиозными институтами стали появляться новые религиозные движения.

На этом фоне отмечался рост влияния религии на мировую политику, экономику, культуру. Удивительным являлось то, что мир, на тот момент уже выстроившийся на идеях эпохи Возрождения, на время начал вновь соотносить себя с теми ценностями, которые проповедует религия. Общество всё больше обращалось к традициям, и более того, религия начала выполнять миротворческую функцию,

пытаясь найти точки соприкосновения в конфликтах, которые не решались дипломатическим путём. Можно сделать вывод, что эти процессы косвенно или напрямую были связаны с секуляризационной политикой всего двадцатого столетия. Ушедший век оставил за собой огромное количество вопросов, ответы на которые человек решил искать в диалоге с трансцендентным. Религия постепенно, но целенаправленно вновь становилась одним из факторов, влияющих на мировой порядок.

Несмотря на многие положительные черты, процесс восстановления религиозности имел негативные последствия в первую очередь для самих религиозных институтов. Здесь процесс глобализации начал играть свою роль в дальнейшем развитии религии. Для рыночной формы отношений не выгодна ситуация, при которой устанавливается монополия в том или ином вопросе. Для европейской цивилизации христианство многие годы являлось основообразующей религией. Мы стали современниками того, как общество потребления смогло превратить религию в ещё один продукт на рынке социальных услуг. В первую очередь это выразилось в том, что начался процесс религиозного глобал-маркета. В этих условиях индивиду предоставляется возможность создания своей собственной религиозной идентичности. Возможность не только выбирать конфессии, но и брать из них только то, что он считает приемлемым для себя. Человек нового поколения всё чаще призывается к избавлению от любых рамок и созданию вокруг себя зоны комфорта, в которой одним из основополагающих факторов будет являться идеологическая свобода от любых традиционных и нравственных норм.

Человек, ощутив острую потребность в религии в конце XX века, уже в начале века нынешнего превратил её в инструмент собственного жизнеобеспечения. Долгие годы, формируя мораль, этику

и нравственность многих цивилизаций, религия уступила место новой системе ценностей, которая стала главенствовать в мире. На смену традиционным ценностям пришли ценности секулярного мира. А религия стала частным делом отдельных индивидов, и, исходя из этого, каждый сам стал определять форму религиозности, приемлемую для себя.

Несмотря на индивидуализацию религиозности, некоторые из мировых религий, такие как христианство и ислам, стали укреплять свои позиции на мировой арене. В какой-то степени мир начал вступать в фазу постсекулярности. Если раньше государство старалось отсоединить себя от религии, то теперь же политические и религиозные деятели стали представляться в роли союзников Церкви, стоящих на страже безопасности и порядка в противоречивом мире, построенном на принципах глобализации.

Религиозные институты не раз обвинялись в излишней консервативности и нежелании идти в ногу со временем. Папа Франциск, вступив на свой престол, сказал о том, что Церковь не хочет меняться, а некоторые её представители и вовсе хотят идти назад [10, с. 46]. Можно сказать, что тоже самое касалось и представителей других религиозных общин. От Церкви требовали солидарности и соответствия новым мировым тенденциям.

На фоне всех этих процессов большую роль в жизни общества начали играть информационные технологии. Цифровизация стала высшей ступенью глобализации. Интернет стал неотъемлемой составляющей современного общества. В экономической, политической, социальной и культурной сферах он не просто занял свою нишу, а начал кардинально менять те стандарты, которые долгое время не реформировались. Степень проникновения новых технологий в жизнь человека стала настолько высокой, что это больше не просто форма коммуникации и получения информации, а новый способ социального существования [7, с. 234]. Это стало ясно с того момента, как интернет стал влиять на процессы, происходящие в обществе намного сильнее, чем все остальные коммуникационные площадки. Интернет стал основой современного общества, реконструировав его, превратив в информационное буквально за одно десятилетие.

Особое влияние новые технологии оказали на СМИ, заставив их кардинально менять форму подачи информации. Долгое время, телевидение и печатные СМИ владели монополией на информационное вещание. Они не были готовы к тому, что уже в скором времени этот процесс получит свою долю свободы. Интернет в открытом доступе для массового пользователя позволил создание индивидуальной и независимой информационной повестки.

Проявив определённую долю оперативности, крупные издания стали постепенно перемещаться в цифровую среду. Стали появляться сайты, порталы и форумы, которые сей же час обрели огромную популярность, в то время, ещё не столь массового пользования интернет-технологиями. Первое десятилетие XXI века запомнилось как период преобразования печатных СМИ в цифровые.

Интернет в XXI веке – это один из основных факторов влияния на современное информационное общество и его основообразующая структура. Корреляция между событиями в цифровой среде и реальном мире вполне предсказуема в наше время. Испанский социолог Мануэль Кастельс характеризует этот факт, как феномен «реальной виртуальности» [8, с. 65]. Эта система, в которой оффлайн полностью погружен в онлайн-образы, а мир виртуальный не просто является отображением реального, а сам становится таковым.

Постепенно на смену порталам производителей контента начинают приходить социальные сети. Это платформа, которую люди стали использовать для коммуникации, создания новых социальных связей на основе общих интересов. Появившись в середине нулевых XXI века, они довольно быстро обрели свою нишу и популярность. Примерно с 2008 года такие платформы как Facebook и ВКонтакте неумолимо увеличивают свою ежемесячную аудиторию. На январь 2020 года Facebook насчитывал 2,5 млрд. активных пользователей в месяц [2]. То есть около 30 процентов населения земли.

Понятие «социальная сеть» впервые было дано британским учёным, Д. Барнсом [1, Р. 39-58]. Социологи под данным термином подразумевают систему, образующуюся из множества индивидов и комплексом коммуникации между ними [5, с. 4]. Относительно цифрового пространства термин «социальная сеть» впервые приводится в работе Т. О'Рейли «Tim O'Reilly – What Is Web 2.0».

В последние годы в социальных сетях индивид может проводить часами свой досуг. В них буквально есть всё, что необходимо современному пользователю. И, конечно, социальные сети увеличили влияние общества на социальные и религиозные институты. Социальные сети постепенно стали компендиумом всех видов искусства. Основной конкурент интернета – телевидение может предоставить лишь иллюстрацию и звук в строго указанное время. Социальные сети имеют преимущество. В них интегрированы звук, текст, иллюстрации и ко всему этому доступ не фиксирован, открыт в любое время, удобное для пользователя. Все эти факторы кардинально меняют характер социальной коммуникации.

Данные процессы вновь ставят печатные СМИ, или уже цифровые с собственными порталами, перед новым препятствием в рамках продвижения контента. Во-первых, на площадках социальных сетей появляются новые, совершенно неклассические источники подачи информации и выражения мнения. Во-вторых, увеличивается конкуренция за звание быть первоисточником. Новые не классические цифровые СМИ, обладая ресурсами интернета и доступом ко всем событиям, происходящим в мире, при этом, не имея претензий на качественную журналистскую работу, оформление и обработку материала, что необходимо для классических СМИ, опережают их в подаче информации.

Самыми популярными площадками в социальных сетях стали сообщества. В наше время они являются источниками формирования общественно-

го мнения по основным событиям, происходящим в социальной реальности. При этом, они обладают индивидуальной для социальных сетей формой и манерой подачи информации. Объёмные тексты, больше никому не нужны. Поколение клипового мышления, требует максимально краткую формулу подачи информации. Особо показательным подтверждением этого факта стало появление социальной сети «Twitter», которая обладает очень большой популярностью. Её особенностью является то, что информацию в ней можно подать в 140 печатных символов максимум.

Все эти процессы стали влиять и на религиозные институты. Как уже было сказано, не раз обвиняемые в том, что они не хотят следовать «в ногу со временем», они обязаны были реагировать на новые тенденции. Хочется отметить, что именно Церковь на протяжении своей истории являлась сама по себе определённой формой глобализма. Она старалась объединить людей разных стран, групп и слоёв для мирного сосуществования на Земле [9, с. 92]. И теперь, оказавшись в условиях, продиктованных социумом, религия не могла не начать работу по освоению нового механизма влияния на общественное мнение и социальные процессы.

Конфессии оказались перед необходимостью быть представленными на цифровых платформах. И оказались перед пользователем, приученным информационным полем к определённой форме подачи контента, поставившим свои условия восприятия конфессиональной специфики в социальных сетях [11].

Но прежде чем рассматривать православные СМИ, с учётом веяний времени и глобализационных процессов, повлиявших на них, необходимо разобраться, что в принципе представляют собой право-

славные медиа, какой контент транслируют и кто их целевая аудитория?

Для начала рассмотрим понятие православный контент – это совокупность информации, транслирующая жизнь православного религиозного института в информационное пространство. Повестка православных СМИ формируется из совокупности наследия традиции и событий, происходящих в наши дни. В зависимости от этапа развития преобладает та или иная составляющая в формировании повестки. Целевой аудиторией для данного контента являются актуальные и потенциальные члены Церкви.

Процесс трансформации контента происходил на протяжении всей истории творчества православных мыслителей, богословов, писателей и отцов церкви. В начале истории это были беседы, послания, трактаты. Часть из них являлась сводом правил для клира, другая для мирян. В какой-то мере многое из того, что писали отцы Церкви, открылось большой аудитории читателей, не так давно. Благодаря описанию событий происходивший в тот период стала зарождаться церковная история.

Оказавшись в не самых удобных для себя условиях, представители религиозных институтов постарались разработать приемлемый для себя, и своей целевой аудитории, язык позиционирования в социальных сетях. Речь здесь идёт о том, что по сравнению с другими информационными ресурсами Православные медиаресурсы, обладают строгими границами допустимого в изложении своих идей и продвижении своего контента. Данное явление позволяет нам говорить о том, что в цифровой среде православный контент занимает свою определённую нишу и обладает собственной спецификой.

Список литературы:

- 1 Barnes, J.A. Class and Committees in Norwegian Island Parish / J.A. Barnes. – New York: Human Relations, 1975. – P. 39-58.
- 2 Digital 2020: 3.8 billion people use social media [Электронный ресурс] // We are social [Электронный ресурс]: социологический портал. – URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата обращения 02.05.2020) – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- 3 Giddens, A. The Consequences of Modernity / A. Giddens. – Stanford: Stanford University Press, 1990. – 200 p.
- 4 Robertson, R. Globalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity / R. Robertson // Global Modernity. – London: Sage Publications, 1995. – P. 25-44.
- 5 Губанов, Д.А., Новиков, Д.А., Чхартишвили, А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили. – М.: Физматлит, 2010. – 228 с.
- 6 Данилов, С.А., Орлов, М.О. Государство, общество, религия в пространстве Западноевропейской цивилизации / С.А. Данилов, М.О. Орлов // Известия Саратовского университета. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2008. – Т. 8. – Вып. 1. – С. 20-26.
- 7 Кастельс, М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; пер. с англ. А. Матвеева. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
- 8 Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. О.И. Шкартан. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 458 с.
- 9 Орлов, М.О. Место и роль религии в глобальных процессах современности / М.О. Орлов // Власть. – 2008. – №4. – С. 92-95.
- 10 Риккарди, А. Удивляющий папа Франциск. Кризис и будущее Церкви / А. Риккарди. – М.: ББИ, 2015. – 275 с.

- 11 Судариков, В. Православная миссия в глобальной компьютерной сети интернет: возможности, проблемы, перспективы [Электронный ресурс] / В. Судариков // Библиотека православного христианина [Электронный ресурс]: электронная библиотека. – URL: <http://www.wco.ru/biblio/books/sudar1/main.htm> (дата обращения: 02.05.2019). – Загл. с экрана. – Яз. рус.