

Список источников

1. Арнаут Е.К. О критериях религиозности личности в условиях перестройки. Кишинев. Общество «Знание», 1990. 27 с.
2. Гараджа В.И. Социология религии. М., Аспект-пресс, 1996. 236 с.
3. Демьянов А.И. Религиозность: тенденции и особенности проявления. Воронеж. Изд-во Воронеж. ун-та, 1984. 184 с.
4. Зубов С.В. Использование духовных инструментов в воспитательной работе со студентами в светском вузе. Статья в сборнике материалов международной образовательной конференции «Теология и богословие: сотрудничество для сохранения и укрепления российского духовного наследия», 1-3 ноября 2022 г., Башкирский гос.-пед. ун-т им. М.Акмуллы, Уфа, 2022. Том 1, с. 77-80.
5. Казаков Б. Духовная жизнь человека: начало, развитие и суть духовной жизни. // Статья на сайте «Океан знаний. Совершенное знание ведической философии», 04.02.2022. URL: <https://supremasea.ru/duhovnaya-zhizn.html> (дата обращения: 18.11.2023).
6. Колякина Е.А. Определение сущности понятия «религиозность». // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2007, т. 13, № 3, с. 51-55.
7. Магомедова М.З. Современная религиозность: основные методы и подходы к ее изучению. // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017, вып. 4(78), с. 130-133.
8. Что такое духовная сущность человека. // Статья на сайте «Для чего нужно учиться?», 30.04.2022. URL: <https://linguist-school.ru/articles/chto-takoe-duhovnaya-suschnost-cheloveka.html> (дата обращения: 18.11.2023).
9. «Что такое религиозность? Зачем и, главное, как подходить к ее исследованию?» – Интервью с профессором СПбГУ Е.А. Островской. // Статья на сайте «Среда. Некоммерческая исследовательская служба», 20.01.2014. URL: <https://sreda.org/2014/chto-takoe-religioznost-zachem-i-glavnoe-kak-podhodit-k-ee-issledovaniyu-intervyu-s-professorom-spbgu-e-a-ostrovskoy/44008> (дата обращения: 18.11.2023).

**Оксана Леонидовна Дариенко,
Иоанн Викторович Ивлев**
(Россия, г. Горловка, ДНР)

РОЛЬ РЕЛИГИОЗНЫХ МЕДИА В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. Рассмотрена роль религиозных средств массовой коммуникации в формировании мировоззрения общества в новых общественно-политических реалиях. Отмечена роль Церкви как

авторитетного актора или арбитра в государство-образующих процессах формирования общественного сознания. Выделен ряд новых проблем, характерных для современных религиозных медиа в информационно-коммуникативном пространстве.

Ключевые слова: информационно-коммуникативное пространство, религиозные медиа, Церковь, религиозная проблематика, религиозная коммуникация.

Религиозный фактор, вне всяких сомнений, является одной из приоритетных составляющих общественной жизни. И хотя история Церкви на постсоветском пространстве слаживалась достаточно сложно, сегодня уже невозможно говорить об определенных событиях в политической, экономической или общественной сферах, не принимая во внимание религиозный аспект. События последних лет вывели Церковь в разряд институтов, вызывающих большое доверие населения.

В современных общественно-политических реалиях стоит обратить внимание на тот факт, что Церковь, как влиятельный общественный институт, сегодня получает новый кредит доверия от общества. И речь идет не только о верующих той или иной конфессии, а обществе в целом, поскольку даже граждане, которые не являются активными практикующими христианами, рассматривают Церковь как носитель ценностей и духовности. Это способствует тому, что религиозные организации получили возможность оказывать влияние на общественные процессы, активно развивая коммуникацию с общественностью, поскольку религия является тем незыблемым фактором, который формирует мировоззрение человека и общества [1, с. 160].

В условиях затяжного военно-политического кризиса, Специальной военной операции на Донбассе, информационного давления со стороны Украины и недружественных стран коллективного Запада, а так же слабой позиции новых авторитетных политических и общественных деятелей, Церковь может стать весомым актором или арбитром в государственных и политических процессах.

Конфессиональная периодика как важная составляющая общероссийской журналистики стала объектом научного исследования значительного числа ученых. Нужно отметить, что Церковь как социальная структура, корректирующая, регулирующая и вдохновляющая личность и общество на духовные поиски в лоне христианства, всегда находила адекватные времени и социальным требованиям средства воздействия на верующих и в целом на общество [2, с. 27]. Сегодня получили широкое распространение десятки изданий, отображающих деятельность различных конфессий, церквей, религиозных организаций. Также стоит упомянуть о значительном количестве теле- и радиопередач, которые оказывают значительное синергетическое воздействие на мировоззрение личности, а, следовательно, и на формирование общественного мнения [3, с. 174].

Целью данной статьи является анализ роли религиозных медиа в формировании мировоззрения общества в новых общественно-политических условиях, что ставит перед нами задачу выявления новых особенностей религиозной проблематики в современном информационно-коммуникативном пространстве.

Рассматривая религиозные медиа в современном общественно-политическом формате, необходимо обозначить задачи, которые ставит перед собой религиозная коммуникация. В частности можно выделить следующие:

1) разъяснение религиозной доктрины с целью укрепления религиозных убеждений верующих, выработывая тем самым устойчивый иммунитет к атеистическим и другим конфессиональным воздействиям, формирование умений сознательно и аргументированно отстаивать свои убеждения;

2) популяризация основ религиозного учения для иноконфессиональной и атеистической аудитории, проведение теологической и церковно-исторической полемики и дискуссии;

3) информирование сторонников данного вероисповедания и всех потенциально заинтересованных религиозной проблематикой о различных аспектах церковной жизни; оценка с позиций определенной идеологии событий всех сфер (политической, экономической, культурной и т. д.) жизнедеятельности общества с целью формирования специфического церковного взгляда на обозначенные проблемы.

Указанные задачи касаются не столько религиозной коммуникации в целом, но и религиозных СМИ, как системы информационно-пропагандистского и издательского обеспечения всех сторон функционирования религиозных структур различного статуса и уровней.

Остановимся более подробно на проблемах, возникающих в данной специализированной сфере в призме вызовов современности.

Прежде всего, стоит отметить, что религиозные средства массовой коммуникации имеют в основном постоянную реципиентную аудиторию. В частности, периодические печатные издания распространяются преимущественно по подписке или же через храмы, специализированные магазины – то есть среди сторонников конфессии или религиозной организации, которой принадлежит конкретное издание. Охват и распространение только среди узкого традиционного сегмента аудитории недостаточно для того, чтобы полноценно и эффективно выполнять свои основные функции.

Следует также отметить, что популяризация религиозных медиа была и остается достаточно низкой, что не способствует росту популярности и расширению аудитории. Тем не менее, существует положительная тенденция, наблюдаемая в последнее время: религиозные СМИ все активнее осваивают свои ниши в социальных сетях, как в форме официальных страниц, так и в виде отдельных публикаций на страницах социально активных верующих со ссылками на первоисточники. Использование данных коммуника-

ционных контентов свидетельствуют о положительных сдвигах в сторону популяризации конфессиональных СМИ и расширении аудитории, в частности, за счет привлечения внимания молодежи.

Таким образом, наблюдается тенденция, характеризуемая двумя диаметрально противоположными аспектами: с одной стороны, религиозные СМИ имеют значительный потенциал для воздействия на общественное мнение и формирование мировоззрения, освещая проблемы современности через призму религиозного учения. За счет доверия широких слоев населения страны, они теоретически могут подкреплять морально-этические ориентиры для утверждения добра и справедливости, нивелировать уровень напряженности (не только в межконфессиональной сфере, но и, например, в социально-экономической). Учитывая ситуацию, сложившуюся в современном обществе, Церковь может взять на себя роль авторитетной инстанции, влияние которой может оказать неоценимое содействие на пути к стабилизации ситуации в стране. Но этот огромный потенциал теряется по ряду причин. В частности, церковные СМИ не учитывают новых реалий информационного общества, не отвечают на информационные вызовы, довольствуясь узким сегментом собственной традиционной аудитории, не прилагая усилий для ее расширения. Проблема очевидна: значительное количество потенциальных читателей, зрителей и слушателей остаются неохваченными, не получая информации, которая могла бы способствовать переосмыслению убеждений и позиций, переоценке текущих явлений и ситуаций.

Впрочем, это не единственная проблема. Значительно более серьезным вызовом для религиозных медиа является фрагментарное приобретение ими форм участника политического процесса. Не редким остается такое явление, как политизация религиозных средств массовой коммуникации. Периодические издания, теле- и радиопрограммы втягивают в политическое противостояние, а их редакционные коллективы, отказываясь от принципов объективности и беспристрастности, начинают отстаивать интересы политических элит различной ориентации. Иногда в конфессиональных СМИ отмечаются попытки манипулирования отдельными сегментами аудитории, вследствие чего происходит сознательное формирование у реципиентов ложных представлений о тех или иных событиях в религиозной жизни общества. Как правило, такая манипуляция направлена в пользу конкретной деноминации или религиозной организации. Часто подобные явления противоречат морали и даже учению конфессии – поскольку искажение информации само по себе уже является отходом от правды. И все же иногда принцип «цель оправдывает средства» можно проследить в публикациях или передачах церковных медиа, несмотря на недопустимость подобного подхода в сфере религии.

Не утешает и тот факт, что в последнее время участились случаи использования инструментов информационного противоборства на межконфессиональном уровне, публикаций материалов провокаци-

онного характера для разжигания межрелигиозной розни, обострения межконфессиональных конфликтов и противостояний. Учитывая напряженность, наблюдаемую в стране, кризис и боевые действия, подобная политика религиозных СМИ не способствует нормализации морально-этических основ и утверждению ценностей общины, а лишь усиливает разрозненность и разобщенность.

В то же время наблюдается и чрезмерная консервативность, сдержанность в информативном наполнении религиозных средств массовой коммуникации, хотя сейчас общество ожидает (даже больше – требует) более четкого, откровенного освещения тем и проблем современности через призму религиозного мировосприятия.

При этом не стоит забывать и о положительных моментах. Так, большинство религиозных средств массовой коммуникации не остались в стороне от проблем, стоящих перед российским обществом. Их значительный тематический спектр регулярно находит отражение на страницах религиозных печатных изданий, сайтов, в теле- и радиопрограммах. Это, в частности, интервью и беседы со священнослужителями, которые духовно поддерживают военнослужащих, как в зоне вооруженного конфликта, так и в центрах, где они проходят реабилитацию; публикации патриотического характера; объявления о сборе гуманитарной помощи для военнослужащих и мирного населения; объявления о сборе средств для оказания адресной помощи пострадавшим; молитвы за мир в России; просьбы о молитве поддержки и единения.

Именно такие аспекты деятельности религиозных средств массовой коммуникации способны сейчас исправить ситуацию, сложившуюся вокруг них. Поскольку данные публикации и передачи как нельзя лучше отражают функции религиозной периодики и идеи, которые пропагандирует религия – идеалы любви, терпимости, взаимопомощи. И если религиозные конфессии будут идти именно путем помощи обществу, а не конкуренции между собой, то доверие общества к ним и, как следствие, их роль в государствообразующих процессах, будет только расти.

Таким образом, в современных общественно-политических условиях Церковь выступает весомым и общественным институтом в вопросах формирования мировоззрения, как конкретной личности, так и общества в целом. Она должна активно развивать коммуникацию с общественностью и таким образом позитивно влиять на формирование системы ценностей общества в сложный для нашего государства период.

Но, как видно из вышеизложенного, на этом пути перед Церковью возникает ряд проблем, присущих сегодня профессиональным средствам массовой коммуникации. Основные из них: ограниченность реципиентной аудитории, недоступность для широкого круга общественности из-за низкой популярности религиозных медиа, политизированность, ангажированность религиозных СМИ, чрезмерная консервативность, наличие информационных материалов про-

вокационного характера. Все это ограничивает аудиторию религиозных СМИ и снижает уровень доверия к ним, поскольку Церковь, прежде всего, призвана прививать обществу высокие духовные и нравственные ценности и ни в коем случае не должна поступаться этими принципами для решения преходящих проблем.

Положительным фактором является попытка профессиональных медиа коммуницировать с обществом с помощью социальных сетей, где сосредоточено значительное количество пользователей. Большинство религиозных СМИ не остались в стороне насущных потребностей общества, информационная наполненность относительно этой проблематики дает достаточно устойчивое ощущение единства, сопереживания и соучастия в проблемах, как отдельного индивида, так и общества в целом.

Религиозные средства массовой коммуникации обладают значительными возможностями для влияния на общественные процессы через призму морали, а Церковь благодаря их корректному использованию могла бы стать весомым актором в государствообразующих процессах. Но для реализации данного потенциала следует осознать и преодолеть недостатки, имеющие место на этом этапе.

Список источников

1. Мусохранова, М. Б. Прологомены межкультурной коммуникации в медицине: религиозно-философский аспект / М. Б. Мусохранова, И. Л. Муль, Э. Н. Астафьева // Философия образования. – 2023. – Т. 23, № 3. – С. 158-174.
2. Федорова, М. В. Особенности религиозной коммуникации в современном цифровом обществе / М. В. Федорова // Технологии социально-гуманитарных исследований. – 2023. – № 1. – С. 21-35.
3. Нимяев, Э. А. Место религии в системе цифровых коммуникаций: «пространство для сообщества» и цифровой религиозный суррогат / Э. А. Нимяев // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2023. – № 3. – С. 171-183.

Рената Рамильевна Абашкина
(Россия, г. Липецк)

РОЛЬ СПОРТА В ЖИЗНИ ПРАВОСЛАВНОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье говорится о роли спорта в жизни православной молодежи. О необходимости вовлечения и приобщения молодежи к занятиям спортом с целью укрепления телесного здоровья, формирования положительных личностных качеств, укрепления дружеских связей. Также в статье рассматривается связь телесного и душевного здоровья человека.

Ключевые слова: спорт, физическая активность, физические упражнения, православная моло-