

МЕДИАТИЗАЦИЯ РЕЛИГИИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ: ТИПЫ ВЛИЯНИЯ

Новицкая Татьяна Евгеньевна

соискатель, Институт философии Национальной академии наук Беларуси

Республика Беларусь

E-mail: navitskaya.philosophy@gmail.com

Аннотация. Выявлено два типа влияния медиатизационных процессов на религиозную сферу: формальное и содержательное. Формальное влияние связано со сменой волн медиатизации и предполагает трансформацию доминирующей модели коммуникации, и как следствие, преобразование религиозных практик и идей. Содержательное влияние медиатизации основывается на репрезентации образа религии в медиа, которая задается профессиональной журналистикой, социальными медиа, массовой культурой.

Ключевые слова: религия; социальный институт; медиатизация; медиарепрезентация; репрезентация.

MEDIATIZATION OF RELIGION IN MODERN SOCIETY: TYPES OF INFLUENCE

Tatsiana Ye. Navitskaya

Degree-seeking Candidate, Institute of Philosophy of the National Academy of

Sciences of Belarus

Republic of Belarus

E-mail: navitskaya.philosophy@gmail.com

Abstract. Two types of influence of mediatization processes on the religious sphere have been identified: formal and content. Formal influence is associated with changing waves of mediatization and involves the transformation of the dominant model of communication, and as a consequence, the transformation of religious practices and ideas. The content influence of mediatization is based on the

representation of the image of religion in the media, which is set by professional journalism, social media and mass culture.

Keywords: religion; social institution; mediatization; media representation; representation.

В современном обществе возрастает зависимость жизни социума от медиа. Новые медиа становятся социальным институтом, а не просто служат другим институтам. В меняющихся условиях происходит адаптация последних к нормам медиа. Говоря о влиянии медиатизационных процессов на религиозную сферу, выделим два его типа: формальное и содержательное. Формальное влияние связано с переходом от одной волны медиатизации к другой, их наложением. Сегодня оно проявляется в трансформации доминирующей модели коммуникации. Один из ее результатов – преобразование связанных с религией практик и идей. Активное использование ИКТ затрагивает и религиозную сферу: индивид использует социальные сети, мессенджеры в ассоциированных с религией практиках (рассылки, поздравления, публикация религиозного контента, участие в дискуссиях и комментировании, репосты цитат и пр.) Социальные медиа могут широко использоваться в религиозных целях. Особенно отчетливо это выразилось в период глобальной пандемии COVID-19. Пандемические ограничения мобильности и собраний усилили значение дистанционных религиозных практик. В изменившейся ситуации появились новые возможности – вплоть до дистанционной исповеди. Использование мобильных гаджетов стало частью социальной рутины: они встраиваются и в религиозное поведение, служат трансляции и обмену религиозными представлениями и чувствами. Медиатизация ведет к модернизации религии, к нормализации применения медиакommunikаций в институциональной религии.

Трансформация современной религиозности в связи влиянием медиа амбивалентна. С одной стороны, углубляется сетевой индивидуализм в религиозной сфере. Будучи включенным в глобальную сеть, пользователь «капсулируется», превращаясь в один из ее узлов. Здесь он может находить интересующую информацию о религии в различных форматах, познавать и обретать новый опыт. С другой стороны, новые медиа могут служить достаточно

эффективной платформой для организации (как институциональной, так и самоорганизации) онлайн-сообществ, выстроенных вокруг религиозной тематики. Группы, чаты, форумы могут объединять верующих или людей, интересующихся религией. Институциональная религия может применять медиа в миссионерских и прозелитических целях. Этому служат религиозные медиа. Но интернет-пространство наполнено также контентом, продуцируемым «гуру», целителями, эзотериками и «магами». Так создается почва для распространения нетрадиционной религиозности. А поскольку медиа становятся значимым социальным институтом, имеющим власть и влияние, возрастает потенциал агентности нерелигиозных (порой – деструктивных) акторов в религиозной жизни общества.

Содержательное воздействие медиатизации на религиозную сферу жизни общества связано с репрезентациями образа религии в медиасфере и со спецификой их фреймирования. Во-первых, они задаются профессиональной журналистикой (как в религиозных медиа, так и в медиа, контролирующихся нерелигиозным акторами). Здесь есть вероятность социального заказа на представление того или иного образа религии в медиа, согласования его с господствующим политическим, идеологическим дискурсом, его ангажированности. Во-вторых, религиозная тематика широко артикулируется и рядовыми пользователями социальных медиа, она представлена в различной продукции массовой культуры, где зачастую может не находиться на первом плане, воспроизводиться в фоновом режиме, тем не менее оказывая влияние на образ религии в обществе. В социальных медиа синкретизируются содержательные аспекты религиозных представлений, создается почва для альтернативной религиозности. Зачастую такие эклектичные репрезентации религии формируют фоновые культурные представления о религии.

В результате медиатизации публичное пространство становится полисемантическим, гетерогенным, что провоцирует взаимодействие и столкновение религиозных и секулярных ценностей, итогом чего становится пересмотр норм и представлений в общественном сознании. Отсутствие

привычных институциональных механизмов контроля в медиасфере способствует продвижению нетрадиционной религиозности, магии, различных деструктивных культов, вовлечению в секты и распространению духовных угроз в современном обществе. С одной стороны, социальные сети и новые медиа могут быть использованы церковью как инструменты для расширения присутствия религии в публичном медиапространстве, с другой – это не влечет за собой ее автоматического институционального усиления (например, роста числа прихожан, воцерковления).