

МЕДИАТИЗАЦИЯ РЕЛИГИИ

И. Ю. Тихонова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 15 марта 2023 г.

Аннотация: в статье проводится исследование феномена медиатизации религии через обращение к процессам секуляризации и десекуляризации. Это позволяет осмыслить роль медиа в структуре взаимодействия религии и современного мира и проанализировать возможные формы медиатизации. Медиа рассматриваются с точки зрения их возможности политизировать религию, а также влиять на приватную сферу существования индивида за счет создания религиозного нарратива.

Ключевые слова: медиатизация религии, медиа, философия информационного общества, секуляризация, десекуляризация, социальное конструирование.

Abstract: the article investigates the phenomenon of mediatization of religion through the appeal to the processes of secularization and desecularization. This makes it possible to comprehend the role of media in the structure of interaction between religion and the modern world and analyze possible forms of mediatization. The media are considered from the point of view of their ability to politicize religion, as well as to influence the private sphere of an individual's existence by creating a religious narrative.

Key words: mediatization of religion, media, philosophy of the information society, secularization, desecularization, social construction.

В современных социально-философских исследованиях отчетливо проявляется стремление осмыслить феномен медиатизации. Вызвано оно необходимостью описать влияние медиа на социокультурную среду и человеческие взаимодействия вследствие усиления зависимости социальных процессов от информационных технологий и медиапространства. Одной из ключевых тем в исследовании влияния медиа является медиатизация религии. Обращение к ней позволяет проанализировать роль медиа в распространении религиозных образов, в представлении религиозных событий и в репрезентации религиозных проблем в медиапространстве.

Для рассмотрения этого вопроса необходимо обратить внимание на то, что XX век в социально-философских исследованиях рассматривается под углом зрения секуляризации. Так, М. Вебер указывал на «расколдовывание мира» и его демифологизацию под влиянием стремления к рациональному объяснению действительности как на главную тенденцию формирования современного общества. Э. Фогелен писал об ослаблении роли религии в современной цивилизации: «Чем с большим пылом все человеческие силы оказываются брошенными на великое предприятие спасения через деятельность внутри посястороннего

мира, тем более человеческие существа, предающиеся этому, отходят от жизни духа» [1]. Т. Адорно говорил о «нейтрализованной» религии, которую необходимо в контексте современного общества воспринимать не ради ее истины, а как средство для достижения целей [2]. Современный исследователь Т. Асад указывает на то, что «секуляризация позволяет заключить религиозную веру и практики в рамки, которые не позволяют им угрожать политической стабильности или свободам свободомыслящих граждан» [3, с. 281].

Действительно, в обществе на протяжении долгого времени наблюдались трансформация отношений между индивидом и религиозными организациями, снижение влияния последних на социальное пространство и повышение значимости светских установок в общественном сознании.

В свете этого основной мотив размышлений на данную тему сводился к пониманию того, что секуляризация проявлялась как ослабление роли религиозных институтов и религиозных авторитетов. Расширение прав человека, ориентация на идею высшего блага обусловили представление о возможности достижения этих благ индивидуально каждым человеком, живущим в цивилизованном обществе, независимо от его веры в Бога. Соблюдение законов и



последовательная реализация прав и свобод всё больше уводила человека к деистическим представлениям о Боге.

Однако параллельно с этим ощущается повышение интереса к религии. В публичной сфере происходит политизация религии, а в приватной – распространяются индивидуализированные религиозные практики. Основные причины десекуляризации заключаются, в первую очередь, в необходимости для общества постидеологии (С. Жижек), при формировании которой происходит обращение к религиозным символам и ценностям и их трансляция в медиапространстве. Постиндеология позволяет осмыслить конфликты в современном глобализованном обществе и выработать отношение к другим народам как представителям различных конфессий. Кроме того, именно религия позволяет преодолеть атомарность индивида, связав его с другими на основе общих ценностей и приоритетов. Как писал Ю. Хабермас, «аудитория всегда откликнется на универсалии религии» [4].

Современный этап существования религии связан с ее адаптацией к новому социальному пространству, пронизанному медиакommunikациями и подверженному десекуляризации и индивидуализации.

Важно понимать, что медиатизация религии связана, в первую очередь, с новыми способами распространения религиозных идей в информационном пространстве, свободным доступом к ним и возможностью выбирать свой формат религиозности, избегая санкций со стороны социальных институтов. Привлекая внимание индивидов к наиболее острым темам общественного бытия, размышлениям о личных проблемах и т. п., медиа становятся основным источником информации по религиозным вопросам. С. Хьярвард указывает на следующую форму медиатизации религии [5] – популяризацию религии со стороны священнослужителей для увеличения ее значимости в социокультурном и политическом пространстве. Сами представители религиозных направлений обращаются к медиа, посредством которых демонстрируют свое отношение ко многим общественным процессам, занимая определенную позицию. Со стороны СМИ происходит ритуализация социальных процессов за счет отсылки к религиозным организациям и отстаиваемым ими идеям и создания религиозных медианарративов. Зачастую журналисты стремятся приписать разного рода процессы и происшествия определенным религиозным организациям, повинувшись так называемому «герменевтическому соблазну» найти глубокий смысл в насильственных действиях индивидов. Ф. Джеймисон говорит об «отсутствии когнитивного картографирования» [6], что приводит к невозможности отсылки к значимому Другому при интерпретации

своего опыта в рамках плюрального информационного пространства. Именно функцию воссоздания ценностных ориентиров выполняет религия, позволяющая свести необъяснимые и, казалось бы, беспричинные действия к некоему единому смысловому основанию. Так, множество событий получает свое объяснение в информационном пространстве благодаря указанию на «взявших на себя ответственность» лидеров религиозных организаций. Зачастую, как считает С. Жижек, последние не имеют никакого отношения к происходящему, их главное требование – «требование признания, основанного на размытом, голом ресентименте» [7, с. 63], их цель – распространить информацию о себе, и они с готовностью включаются в процесс создания медиафакта. Для участников же событий информирование позволяет преодолеть анонимность повседневности, обрести сущность посредством выражения коллективной идеи, придав ей наглядность и значимость.

Таким образом, на смену процессу секуляризации, со свойственным современному обществу снижением потребности в религиозных практиках, отсутствием контроля со стороны церкви как социального института над жизнью человека приходит процесс десекуляризации. Примером десекуляризации является политизация религии, связанная с усилением ее роли в обществе: происходит ритуализация социально-политических процессов, включение религии в публичную сферу, популяризация религии. Ю. Хабермас описывает эту новую форму существования религии как «постсекуляризм» [4], под которым он понимает стремление осмыслить общественные конфликты в контексте религии, осуществить возврат к ценностям через воскрешение религиозных универсалий, выработать отношение между разными религиозными конфессиями в результате их сближения под влиянием глобализационных процессов. Действительно, современные медиа обращаются к религии в связи с необходимостью общества и публичной власти сконструировать модель интерпретации социальных явлений. В связи с этим религия либо ориентируется на формирование толерантного отношения к вопросам культуры, либо, напротив, усиливает конфликтные ситуации, драматизируя противоречия посредством четкого противопоставления своих и чужих.

Еще одна форма медиатизации религии, на которую указывает Хьярвард, и которую мы отчетливо видим в медиапространстве, – это банальная религия [5]. Последняя связана с созданием общего контекста, пронизанного верой в наличие сверхъестественного, в котором культ представляет собой способ связи человека с ним. Распространение этой формы религии посредством символов и идей предполагает формирование общественного религиозного сознания, мо-

ральных ориентиров и эмоционального отношения к миру у индивидов. При этом Хьярвард уточняет, что это сверхъестественное имеет очень универсальный характер, заполняя повседневное пространство информацией о религиях, о потусторонних силах, о религиозных практиках, о разного рода религиозных проблемах, медиа наполняют повседневность религией. Конструируя пространство трансцендентного, СМИ создают медиафакт, через постоянные отсылки к этому сверхъестественному. Фильмы, телепередачи о гадалках, выступления иллюзионистов, популяризаторов мистических практик придают потустороннему пространству весьма тривиальный характер.

Таким образом, снижение роли религиозных институтов сопровождается ростом индивидуальных форм религиозного сознания.

Кроме того, медиатизация религии отражает общую логику трансформации социального пространства, для которого средства коммуникации прежде выступали как способ связи между отдельными его частями, а в настоящий момент стали автономными от социальных институтов и позволяют индивидам упростить взаимодействие. Медиапространство становится первичным, оно не столько репрезентирует социальные отношения, сколько формирует их за счет выделения наиболее значимых образцов и норм поведения. В связи с этим медиасреда становится пространством для формирования медианарративов, в том числе содержащих советы и рекомендации по религиозным вопросам. Последние интерпретируются в информационном пространстве согласно современным стандартам существования, ориентированного на эмоциональное потребление, культурную индустрию и решение экзистенциальных проблем личности. Коммерциализация повседневности, как следствие, приводит к восприятию религии как культурного продукта, а потому такие современные направления, как нью-эйдж, викканство, феминистская теология и др. распространяют свои учения в медиапространстве в качестве практических рекомендаций.

Десекуляризация усиливает практический эффект от следования религиозным канонам. Недаром Дж. Александер пишет о последовательном переходе от рациональности и научности к «чистой технологичности институтов» [8, с. 472], придавая огромное значение тому, как религиозные институты влияют на приватную и публичную сферы. Как следствие, чем больше медиа освещают возможные жизненные миры, в которых может проявить свою активность человек, тем более актуальными они становятся для индивида, гарантируя достижение целей через следование религиозным поведенческим практикам.

Интересна позиция П. Бергера, который указывает на одновременность процессов секуляризации общества и десекуляризации индивидуального созна-

ния. На уровне общества в целом он замечает отсутствие религиозного поведения и необусловленной религиозности. На уровне индивидуального сознания «современный мир чрезвычайно религиозен» [9], возникают новые направления, которые призваны дать людям уверенность в правильности их существования. Х. Казанова секуляризацию осмысливает как следствие индивидуализации XX в., для которой была свойственна приватизация религии – обособление ее границами приватного. В XXI в. мы видим, по его мнению, обратное движение – деприватизацию, для которой характерны переход религии в публичную сферу, включение религиозных деятелей в обсуждение вопросов морали, государственного регулирования социальных процессов, расширения прав граждан. Казанова приводит примеры проявления такой деприватизации религии, например, в Польше, где религия способствует росту солидарности граждан, в Латинской Америке католическая церковь ослабляет политические конфликты и др.

Роль медиа в деприватизации религии заключается в максимальном освещении событий, формировании общественного мнения и, что самое значимое, на наш взгляд, в формировании религиозной окраски политических событий (через их интерпретацию в СМИ) и отношения граждан к ним. Медиа выступают уже не промежуточным звеном между общественными институтами и личностью, напротив, религия как форма общественного сознания формируется посредством медиа. То, как в медиапространстве представлено отношение религии к публичной сфере общества, воспринимается индивидами как непосредственная точка зрения церкви.

Что касается влияния медиа на приватную сферу, то здесь медиапространство становится той средой, в которой индивиды черпают информацию о религиозных принципах и практиках, слушают проповеди представителей церкви по разным вопросам и формируют свое представление о гражданском обществе и своих правах. Закономерным является своеобразный калейдоскоп принципов, который складывается не под влиянием определенной религиозной традиции, а в результате самостоятельного выбора приемлемых для субъекта религиозных принципов, воспринимаемых и осмысливаемых в связи с ориентацией на спасение в этом земном мире. Здесь уместно будет вспомнить такую черту современного общества, как рефлексивность (термин Э. Гидденса), которая именно в контексте нового религиозного опыта воспринимается наиболее отчетливо. Только осмысливая отдельные положения вероучения, соотнося их с собственными целями и ориентациями, личность воспринимает их как возможные к принятию. Опять же опосредованное восприятие через СМИ препятствует безусловному восприятию положений веры. Лич-

ность критически подходит к информации, получаемой в медиапространстве, ориентируясь в большей степени на ее полезность и «технологичность».

Следствием такой деинституционализации религии и распространения религиозных образцов в медиапространстве становится переориентация человека на практическую сторону религии, а не на верование. Это связано в первую очередь с тем, что современное общество стимулирует человека к духовному опыту, позволяющему достичь согласия с собой и сформировать новую духовность, где религия занимает лишь небольшую часть в контексте более широкой духовной жизни человека. Новая духовность представлена совокупностью разнородных культурных феноменов, посредством которых возможно сформировать представления о смысле жизни, личностном росте и развитии. Именно поэтому выход за пределы традиционных религий, как и за пределы какой-либо религиозной системы вообще, не представляется экстраординарным. Индивид вправе формировать свой духовный опыт на основе различных практик, в том числе и религиозных. Человек, получивший в XXI в. право на инаковость, считает допустимым совмещение различных обоснований своей деятельности и морали, в том числе и с религиозной точки зрения. Проект собственного Я, ставший делом каждого, подразумевает появление личной ответственности за свое духовное состояние и развитие, сосредоточение на своих переживаниях и процессе формирования религиозной идентичности. Всё это проявляется как автономия в вопросах веры, возможная не только в силу недоверия к социальным институтам, институционализированной религии, сосредоточенности на своем Я и индивидуализированных практиках, но и в связи с расширением религиозного медиарынка. Если в конце XX в. отечественное и западное общества в основном сталкивались с телевангелизмом (распространения Евангелия на телевидении и популяризация христианства), то на сегодняшний день посредством заполнивших медиапространство семинаров и духовных практик разного направления, религия упрощается и рационализируется, всё более приближаясь к набору правил, объясняющих смысл существования человека и его ориентацию в мире. Человечество, отстаивающее плюрализм мнений и возможность самоконструирования, занято поиском «подходящей» религии, которая способствовала бы успеху.

С. Гувер, анализируя молодежь XXI в., называет ее «поколением искателей» [10], подразумевая под его представителями тех, для кого характерна новая религиозная чувствительность, реализуемая в поиске оснований, на которых можно было бы осмыслить свою повседневность. Важно здесь, что новая религиозность строится не в рамках церкви, а через обра-

щение к распространенным в медиапространстве религиозной символике, религиозным практикам и опыту других индивидов, столкнувшихся с положительными эффектами от реализации религиозных установлений. Именно этой направленностью на культурную индустрию, замещающую собой традиционные религиозные институты, характеризуется процесс искания.

Медиагизация религии предполагает, что религия становится обсуждаемой в публичном пространстве за счет освещения религиозной проблематики, оправдания положений веры с точки зрения современной культуры. Именно в медиапространство попадают истории «зановорожденных», чей опыт становится более значимым для потребителей в вопросах собственного понимания религии, нежели догматы церкви. Искатели – не основная, но наиболее заметная группа верующих. Естественно, в пространстве современной культуры, отчетливо видна и группа так называемых «догматиков», для которых религия в целом и собственная вера оказываются неотделимы от авторитета церкви, семейного наследия и традиций религиозной общности. Однако трендом в современном обществе являются дистанцирование от традиции и восприятие религии как одной из форм духовного поиска, в котором личный опыт веры оказывается преобладающим.

Повседневность ощущается наполненной разного рода отсылками к сверхъестественному, однако вполне поддающейся человеческому воздействию и изменению. Религиозные идеи позволяют лишь придать нашим убеждениям правильную форму. Как указывал Р. Белл, ссылаясь на многочисленные исследования американского общественного сознания, «человек приходит к Богу не независимо от церкви» [11], он идет по пути, в свое время указанном И. Кантом. Отсюда и чрезмерный акцент на субъективном восприятии религиозных истин, которые не зависят от Бога, но являются проявлением присущей каждому цивилизованному обществу морали. По мнению Р. Белла, американское общество (здесь можно говорить в целом о современном западном мировоззрении) осмысливает себя через успех, свободу и справедливость как ориентиры своей жизни. Вот как он описывает в своем труде «Привычки сердца» религиозное мировоззрение некой Шейлы (названное Беллом шейлаизмом, что указывает на индивидуализацию религиозной традиции), выработавшей свое отношение к религии: «Вера в Бога – просто попытка любить себя и быть нежным с собой, я думаю, Бог хотел бы, чтоб мы заботились друг о друге» [7]. Подобное инициировано недоверием к церкви как институту, личной ответственностью за свое существование и попыткой определить свое отношение к трансцендентному.

Таким образом, медиатизация религии становится в современном пространстве повседневности тем феноменом, который позволяет включить в контекст жизненного мира человека религиозные практики, популяризируемые медиа, сокращающими разрыв между мирским и священным и берущими на себя функцию презентации духовного продукта.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Voegelin E.* The New Science of Politics / E. Voegelin. – Chicago : The University of Chicago Press, 1952. – P. 107–132. – URL: <https://antimodern.ru/gnosticism-prigroda-sovremennosti/> (дата обращения: 01.04.2023).
2. *Адорно Т.* Исследование авторитарной личности / Т. Адорно. – М. : Серебряные нити, 2001. – 416 с.
3. Возникновение секулярного. Христианство, ислам, модернизм / Т. Асад ; пер. с англ. Роман Сафранов. – М. : НЛО, 2020. – 376 с.
4. *Хабермас Ю.* Против «воинствующего атеизма». «Постсекулярное» общество – что это такое? / Ю. Хабермас // Русский журнал. – URL: <http://www.russ.ru/pole/Protiv-voinstvuyuschego-ateizma> (дата обращения: 01.04.2023).
5. *Хьярвард С.* Три формы медиатизированной религии : изменение облика религии в публичном пространстве Религия и новые медиа : основные подходы к исследованию / С. Хьярвард // Религия и новые медиа: основные подходы к исследованию. – 2020. – № 2 (38). – С. 41–75. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tri-formy-mediatisirovannoy-religii-izmenenie-oblika-religii-v-publichnom-prostranstve/viewer> (дата обращения: 01.04.2023).
6. *Джеймисон Ф.* Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма / Ф. Джеймисон. – М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. – 808 с.
7. *Жижек С.* О насилии / С. Жижек. – М. : Европа, 2010 – 184 с.
8. *Александр Дж.* Смыслы социальной жизни : культурсоциология / Дж. Александр. – М. : Праксис, 2013. – 640 с.
9. *Berger P.* The Desecularization of the World : A Global Overview / P. Berger. – URL: https://edu.vsu.ru/pluginfile.php/6476526/mod_resource/content/1/Berger-Desecularization_World.pdf (дата обращения: 01.04.2023).
10. *Гувер С.* Медиация религиозных смыслов и новая религиозная чувствительность / С. Гувер // Религия и новые медиа : основные подходы к исследованию. – 2020. – № 2 (38). – С. 159–183.
11. *Bellah R. N.* Habits of the Heart : Implications for Religion / R. N. Bellah. – URL: http://www.robertbellah.com/lectures_5.htm

*Воронежский государственный университет
Тихонова И. Ю., кандидат философских наук, доцент
кафедры онтологии и теории познания
E-mail: tikhonovaiu@yandex.ru*

*Voronezh State University
Tikhonova I. Yu., Candidate of Philosophical Sciences,
Associate Professor of the Ontology and Theory of Knowledge Department
E-mail: tikhonovaiu@yandex.ru*