

ПРОСТІР ПУБЛІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ СУЧАСНИХ РЕЛІГІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Розповсюдження інформаційних технологій значно вплинуло на умови існування людини у світі. Інформаційні технології посприяли можливому миттєвому розповсюдженню інформації і зростанню її кількості. Електронні засоби комунікації зробили малозначущими обмеження, які накладаються на обмін інформацією у просторі і часі. Вони створюють нові можливості для людської спільноти, сприяють формуванню нових спільнот на основі "віртуального", а не реального спілкування. Технічний прогрес нині перетворився в невід'ємну складову життя сучасної людини і потребує постійного рефлексивного відслідковування, оскільки породжує все нові і нові проблеми.

Публічна сфера є неформальною мережею для обміну інформацією і точками зору, а повсякденне використання мови створює для неї соціальний простір. Подібно "життєвому світу", публічна сфера відтворюється через комунікативну дію як інформаційно-комунікативний простір у якому виділяються й обговорюються суспільно значимі теми й формується суспільна думка.

Нині публічна сфера маніфестується як відкрита мережа різноманітних субкультурних публік, які мають досить рухливі, тимчасові, соціальні, субстанціальні кордони. Структури такої публічної сфери розвиваються досить спонтанно. Поток публічної комунікації направляються мас-медіа і проходять через різні соціокультурні сфери, які неформально розвиваються усередині цього руху. Таким чином, публічна сфера, з одного боку, не може бути організована, адміністрована, укладена в замкнуті спільноті, а з іншого боку, не може становити єдину й недиференційовану аудиторію.

Сьогодні комунікативний простір публічної сфери зазнає суттєвої трансформації внаслідок переходу до якісно нової стадії соціального розвитку суспільства, яке виражається в інтенсивному розвитку засобів масової комунікації, побудові глобальних інформаційних мереж, розробці технологій віртуальної реальності та інших технічних інновацій, які настільки глибоко проникли в життя людей, що вже перестали належати тільки світу науки і техніки. В свою чергу, цей розвиток призводить до трансформації соціальних структур суспільства та комунікативного простору публічної сфери.

Технології масової комунікації, втілені в системі засобів реалізації групових, національних, державних, приватних, соціальних інтересів, стають способами формування людини, її освіти, виховання, управління, маніпуляції її свідомістю.

Глобальні зміни, які несуть людству мас-медіа розширюють і проблематизують інформаційно-освітній простір. Нині вони охопили навіть такі сакральні сфери людського буття, які підвідомчі релігійним організаціям. Спостерігаючи зміни, що відбуваються в релігійно-церковному житті, можна побачити "чисті" феномени переформатування під впливом публічних комунікацій.

Найбільші зміни відбуваються в способах дії і житті протестантських церков, які за своєю сутністю більш відкриті і відгукуються на соціальні зміни. Зокрема, активно працюють сайти Патріархії, найбільш відомих монастирів, по телебаченню виступають провідні діячі церкви, створений окремий православний ТВ-канал, багато священників мають власні блоги в Інтернеті. Бренд церкви – це спосіб розповіді своїм прихожанам нинішнім і потенційним, що вона робить, в чому її ідеали, цілі і т.д. Брендінг церкви – це реалізації публічності і відкритості церкви і релігійної освіти, вибудовування спеціальних текстів і подій, направлених зовні, включених в публічні комунікації в сфері релігійної інформації. Слід відзначити, що необхідність збереження християнських основ змушує зберігати ідентичність церкви при достатньо різкій зміні форм організації її діяльності в умовах публічності. Сучасні соціокультурні трансформації неминуче впливають і на зміну найконсервативніших церковних форм, що вирішує ті чи інші можливі проблеми ціннісних розривів із власною ідентичністю.

Брендінгова церква – це церква, яка розуміє, хто вона є і ким вона прагне стати, така її діяльність є ефективною в сфері релігійної поінформованості. Сьогодні релігійні організації прагнуть формувати світ облік, вмело демонструють його публічно. Не існувати в просторі публічних комунікацій – означає не існувати для багатьох з тих, хто потребує допомоги церкви. В сучасному соціумі навіть церква при її глибинному онтологічному фундаменті і довготривалій історії не може бути виключенням з нових правил і норм.

Значний резонанс на релігійну свідомість справив російський фільм "Острів", вийшовши в публічний простір. Фільм "Острів" став індикатором того, наскільки люди інформовані про те, що собою являє православ'я, як традиція. Для більшості глядачів все показане в фільмі стало справжнім одкровенням, хоча з внутрішньої православної позиції фільм майже не показує тих справжніх глибин і чудес православ'я. Багато ідей опинились за рамками їх розуміння взагалі. При чому це стосується і тих глядачів, які хрещені і навіть відвідують церкву.

Таким чином, недостатня присутність церкви в публічному просторі привело до того, що знання і розуміння того, чим є православ'я, як побудоване православне життя, розповсюджується і транслюється надто недостатньо.