

Відгук

офіційного опонента доктора філософських наук, професора,
Сауха Петра Юрійовича
на дисертаційну роботу Петрушкевич Марії Стефанівни
«Релігійні комунікації як об'єкт впливу масової культури: український
контекст»,
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук
за спеціальністю 09.00.11 – релігієзнавство

Дисертаційна робота М. С. Петрушкевич «Релігійні комунікації як об'єкт впливу масової культури: український контекст», без сумніву, є достатньо актуальною й важливою для вітчизняного релігієзнавства. Дослідження проблем, пов'язаних з релігійною тематикою в масовій культурі, в останні роки стають особливо затребуваними у зв'язку із «новим образом» релігії та її майбутнім. Щоб переконатися у цьому, достатньо звернути увагу на великий потік англомовних праць, пов'язаних із трансформацією способів релігійної комунікації в умовах сучасної маскультури. Ця проблематика займає помітне місце на міжнародних релігієзнавчих конференціях, у відповідних навчальних курсах зарубіжних університетів та висвітлюється в популярних засобах масової інформації. Що ж стосується вітчизняних релігієзнавчих досліджень, які б розглядали проблему релігії у сучасній масовій культурі, то їх практично немає. Усе це ще раз свідчить про безперечну актуальність та нагальність наукового дослідження М. С. Петрушкевич.

Дисерантка переконливо показує, що сучасні релігійні організації, церкви та об'єднання фактично перебувають у ситуації вибору щодо способів комунікації із своїми віруючими та світом. Стратегія, яку обирає церква, впливає не лише на якість комунікації, але й на довготривалу перспективу розвитку та конкурентоспроможність щодо інших релігій. Крім того, перебуваючи під постійним впливом досить агресивної масової культури, релігійна комунікація зазнає серйозних трансформацій. Сьогодні оцінити їх досить важко, тим паче, відповісти на питання, чи підуть вони на користь

релігії. Проте, є усі підстави з упевненістю сказати, що усе це трансформує не лише традиційну релігійну комунікацію, але й релігійність загалом, створює умови для універсалізації культур і релігій в добу глобалізації.

Обравши метою дослідження комплексний філософський аналіз релігійної комунікації як об'єкта масової культури, дисертантка здійснює його, спираючись не лише на визначені нею особливості сучасних релігійних мас-медіа, а розкриває внутрішній, генетичний зв'язок сучасної масової релігійної комунікації із основними тенденціями в масовій культурі та інформаційному суспільстві. «Анатомія» масової релігійної комунікації розкривається дослідницею на основі аналізу широкого спектру як вітчизняних конфесійних мас-медіа, так і позаконфесійних мас-медіа і ЗМК з релігійною тематикою. Така широка представленість дала можливість дисертантці окреслити загальну картину та тенденції функціонування масової релігійної комунікації в Україні.

Грунтовність дисертаційного дослідження, його цілісність, аргументованість основних положень і висновків певною мірою обумовлені добре продуманою методологією та широкою джерельною базою, яку задіяла і опрацювала дисертантка. В першому розділі М. С. Петрушкевич, характеризуючи джерела, звертається як до визнаних теоретиків масової культури, інформаційного суспільства, масових комунікацій Х. Ортеги-і-Гасета, Т. Адорно, М. Маклюена та інших, так і до дослідників, які займаються питаннями преси, радіо, телебачення, інтернету. Окремо здійснено грунтовний аналіз дисертаційних робіт, які так чи інакше причетні до осмислення явища масової релігійної комунікації.

У другому розділі роботи «Масова комунікація та релігійний дискурс» М. С. Петрушкевич осмислює підходи до розуміння масової комунікації, з'ясовує особливість понять медіа-культури та інформаційного суспільства та окреслює їх важливість у процесі функціонування масової релігійної комунікації. Дисертантка робить висновок, що «мас-медіа непомітно поступово формують зовнішній вигляд релігійної комунікації, особливо

масової; адаптують релігійний дискурс до сучасних темпів передачі та сприйняття інформації (с. 140). Тобто переконливо доводить, що філософсько-релігієзнавчий аналіз релігійних мас-медіа практично неможливий без вписування його в площину масової культури та інформаційного суспільства.

Логічним продовженням такої лінії розмірковувань є третій розділ дисертаційного дослідження «Мас-медійні тенденції у релігійному комунікативному середовищі», в якому розглядаються риси та особливості конкретних релігійних мас-медіа: друкованих ЗМК, релігійних радіо та телебачення, Інтернету. Дисерантка акцентує на тому, що кожне мас-медіа по своєму трансформує релігійний дискурс. Зокрема, аналізуючи релігійну періодику вона, серед іншого, використовує класифікацію як спосіб за допомогою якого розкриває особливості цього мас-медіа в українському комунікативному середовищі. Зв'язок релігійної преси із масовою культурою осмислюється тут через взаємопов'язаність і взаємопроникнення релігійної преси та Інтернету; копіювання інформації з інших видань; маніпулювання свідомістю, використання стереотипів та цитат (основна мета такої маніпуляції – замінити власну думку читача уже готовою відповіддю). Сюди ж дисерантка відносить й політичну тематику та присутність реклами у релігійній пресі (с. 307). При розгляді релігійної тематики у діяльності радіо та телебачення М. С. Петрушкевич робить важливий для релігієзнавства висновок про те, що вони є потужними засобами гегемонії мас-медіа. Вона переконливо доводить, що телебачення є значним конкурентом для такої сфери релігії як культова діяльність, а відповідно і культова комунікація. У свою чергу, аналізуючи Інтернет дисерантка зазначає, що він «не тільки дозволяє релігійним організаціям висвітлювати свою діяльність і шукати нових адептів, а й впливає безпосередньо на релігійні практики, роблячи інститут релігії більш відкритим» (с. 309). На цій основі у дослідженні підкреслюється, що відкритість до такого способу комунікації для традиційних релігій є ефективним каналом швидкої комунікації, а для

неорелігій, фактично, одним із основних способів інформування про їх діяльність широкому загалу.

Особливо цікавим є четвертий розділ дисертації, у якому, спираючись на українське комунікативне поле, дисертантка робить філософсько-релігієзнавчий аналіз нових медіа (до яких вона відносить соціальні мережі, блоги та суспільне Інтернет-телебачення), піднімає питання про особливості конструювання гендерної ідентичності за допомогою релігійних ЗМК, та пропонує авторську графічну модель масової релігійної комунікації. Не дивлячись на те, що авторська модель ґрунтується на ідеях визначних теоретиків масової комунікації, заслуга М. С. Петрушкевич передусім у тому, що вона систематизує різноманітність проявів масової релігійної комунікації, надавши їм усталених параметрів у сучасній релігієзнавчій думці. Складовими цієї моделі є «сакральне спілкування», «масова комунікація» та «гегемонія мас-медіа». М. С. Петрушкевич використовує тут категорію сакрального як таку, яка пронизує і впливає на усі компоненти моделі.

Хоча дисертаційне дослідження носить концептуальний і системний характер та відрізняється високим ступенем новизни, дозволимо собі висловити деякі побажання й зауваження, спрямовані на подальше осмислення даної проблематики при здійсненні подальших досліджень.

По-перше, щодо структури роботи. Вона є логічною та безпосередньо відображає послідовність виконання поставлених завдань та досягнення мети. Проте, на мій погляд, доречнішим було б розміщення підрозділу 3.1. «Аналіз поняття та видів релігійної комунікації» у першому розділі роботи. Тим паче, що метою цієї частини роботи ставилось завдання визначення суті релігійної комунікації, аналіз її структурних елементів та видів (с. 177).

По-друге, текст дисертації засвідчує сумлінність М. С. Петрушкевич у прагненні не лише теоретичного аналізу та пояснення особливостей функціонування релігійних мас-медіа, але і прагненні максимально широко проілюструвати та підтвердити ці теоретичні положення. Але тексти

підрозділів 3.2. «Особливості функціонування релігійних друкованих ЗМК» та 3.4. «Інтернет: специфіка використання в релігійній комунікації», як видається мені, є надто переобтяжені прикладами релігійної періодики та посиланнями на Інтернет-адреси.

По-третє, у вже згаданому підрозділі 3.2. «Особливості функціонування релігійних друкованих ЗМК», пропонується розгорнута авторська класифікація релігійної періодики. Серед інших характеристик пропонуються й такі як «технічна якість преси» та «адресованість» (с. 230 – 235). У мене виникає сумнів щодо їх доречності, оскільки вони безпосередньо не демонструють ті характерні риси, що дають можливість показати вплив масової культури на діяльність релігійної преси.

По-четверте, з теоретичної та методологічної точок зору цікавим є використання у дисертаційному дослідженні поняття «медіа-релігійності» (своєрідного нового способу задовольняти свої екзистенційні та культурні потреби), що ґрунтується на повній довірі мас-медіа (с. 3). Дисерантка застосовує це поняття переважно до аналізу релігійної тематики на радіо та телебаченні, але чомусь уникає осмислення медіа-релігійності щодо Інтернет-комунікації та діяльності нових медіа.

В цьому ж ключі незрозумілим є вибіркове звернення дисерантки до окремих представників Торонтської школи комунікації, на які авторка спирається у поясненні особливостей діяльності релігійних мас-медіа, а також характеристиці сучасного віруючого – споживача масової комунікації. Зокрема, широко використовуючи науковий доробок Маршала Маклюена та Гарольда Інніса, обходить таких теоретиків цієї школи як Ерік Хевлок, Дороті Лі чи Едмунд Карпентер, ідеї яких посилили б переконливість авторських доведень.

По-п'яте, стосовно стилю викладу роботи, відзначу, що в окремих її фрагментах він надто метафорично-символічний. Така «бароковість» індивідуального авторського стилю, хоча й демонструє постмодерністський дух, але не додає наукової переконливості. До того ж, у рукописі

дисертаційної роботи мають місце повтори думок окремих авторів, граматичні неузгодженості та деякі стилістичні недоречності.

Однак висловлені побажання й зауваження не впливають на загальну позитивну оцінку дослідження та значущість одержаних результатів і висновків. Вони не принижують загалом високий теоретичний рівень та практичну цінність дисертації, яка отримала вагому аprobaciю у вигляді одноосібної монографії, наукових статей та виступів на міжнародних наукових та науково-практичних конференціях. Зміст автoreферату цілісно відображає основні положення новизни, висновки дисертаційної роботи, її структуру.

На основі проведеного аналізу дисертаційної роботи Петрушкевич Марії Стефанівни «Релігійні комунікації як об'єкт впливу масової культури: український контекст» вважаю, що вона відповідає вимогам, закріпленим у п.п. 9, 10, 12, 13, 14 «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24 липня 2013 року (із змінами та доповненнями, внесеними згідно постанови Кабінету Міністрів України № 656 від 19 серпня 2015 р., № 1159 від 30 грудня 2015 р. та № 567 від 27 липня 2016 р.), а дисертантка – Петрушкевич Марія Стефанівна заслуговує присудження наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.11 – релігієзнавство.

Офіційний опонент

доктор філософських наук,
професор, член-кореспондент НАПН України,
академік-секретар Відділення вищої освіти
НАПН України

П. Ю. Саух

