

18. Spiegler, M. 2000. "Globalization: Easier Said Than Done." *The Industry Standard*, October 9: 136–155.

19. Steger, Manfred B. 2013. "It's About Globalization, After All: Four Framings of Global Studies. A Response to Jan Nederveen Pieterse's 'What is Global Studies?'" *Globalizations* 10 (6): 771–777.

20. Turner, Bryan S. 2007. "The enclave society: Towards a sociology of immobility." *European Journal of Social Theory* 10(2): 287–304. <https://doi.org/10.1177/1368431007077807>

21. Abysova, Mariia. 2018. "Komunikatyvnyi potentsial kulturnykh vidminnosti v informatsiinom suspilstvi" ["Communicative potential of cultural differences in the Information society"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seria: Filozofia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology* 1(27): 39–43. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.27.13053>.

22. Batchenko, L. 2004. "Dialektyka hlobalizatsii, abo lokalizatsiia yak vidpovid na vyklyky hlobalizatsii" ["Dialectics of glocalization, or localization as a response to the challenges of globalization"]. *Prometei, Prometheus* 1 (13): 25–29.

23. Honcharova, O. "Poniatino-katehoriina sutnist ta osnovni zasady hlobalizatsii" ["Conceptual-categorical essence and basic principles of glocalization"]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seria: Mizhnarodni vidnosyny, Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University, Series: International relations* 22: 464–472.

24. Drotianko, Liubov, Abysova Mariia, Poda Tetiana, and Serhii Ordenov. 2020. "Filozofia dialohu v komunikatyvnykh praktykakh informatsiinoho suspilstva" ["Philosophy of dialogue in communicative practices of the information society"]. In *Sotsialni komunikatsii*

informatsiinoho suspilstva: teoretychni ta prykladni aspekty, Social communications of the information society: theoretical and applied aspects, edited by Artur Hudmanian and Serhii Yahodzinskiy, 8–27. Kyiv: Talkom.

25. Zhukov, S. 2014. "Hlobalizatsiia yak suchasnyi i perspektyvnyi protses rozvytku svitovoho hospodarstva ta mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn" ["Glocalization as a modern and promising process of development of the world economy and international economic relations"]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu, Scientific Bulletin of Uzhhorod University* 3: 199–201.

26. Kleshnia, Hanna. 2023. "Perspektyvy podolannia hlobalnykh vyklykiv XXI storichchia v postmodernii realnosti" ["Prospects for overcoming the XXI century global challenges in a post-modern reality"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seria : Filozofia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology* 1(37): 28–34. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.37.17571>

27. Kryvytska, O. 2017. "Doslidzhennia pohranychchia u konteksti paradyhmy prostoru" ["Studies of boundaries in the context of the paradigm of space"]. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I.F. Kurasa NAN Ukrainy, Scientific notes of the Institute of Political and Ethnonational Studies named after I. Kurasa of the National Academy of Sciences of Ukraine* 2 (88): 77–90.

28. Lukianenko, Dmytro, Poruchnyk, Anatolii, Kolot Anatolii et al. 2008. *Hlobalna ekonomika XXI st.: liudskiy vymir [Global economy of the XXI century: the human dimension]*, edited by Dmytro Lukianenko and Anatolii Poruchnyk. Kyiv: KNEU.

**H. Kleshnia**

#### GLOBAL AND GLOCAL IN MODERN COMMUNICATION AS A FACTOR OF SOCIOCULTURAL TRANSFORMATIONS

**Introduction.** Globalization discourse testifies to a double impact on human existence at the individual and societal levels, transforming the multicultural space, and homogenizing it. Understanding the relationship between global and glocal processes in scientific discourse is present mainly in sociology, politics, and economics. The abovementioned actualizes the need to study the glocal and the global in the activity-communication paradigm, reproducing the substantial foundations of human existence. **The aim** is the cultural-philosophical understanding of the phenomenon of linguistic discourse of globalization and glocalization in the scientific communication space of postmodernity. **Research methods.** A sociocultural methodological approach and a complex of methods of scientific knowledge: systems analysis, comparison, and critical analysis were used to achieve the defined goal. A systems approach was used to examine the theoretical, methodological, and source base of the study. **Research results.** The study of communication processes acquires special relevance in the era of the information society when the communication essence of social realities and the role of communication in the globalized world are being reviewed. A key feature of globalization is the ability of regional production structures to capitalize on the localized effects of agglomeration, stimulating the emergence and long-term consolidation of specific conditions, assets, and opportunities, based on which transnational capital is formed. One of the reasons for the popularity of the theory of glocalization is its sharp contrast with the theory of modernization, which predicted the inevitability of all civilizations following the stages of progress through which Western civilization had passed. The idea of glocalization denies the idea that the whole world will inevitably follow the path of liberalization, the development of capitalist relations, will be more oriented towards consumption, etc. **Discussion.** Conceptual approaches make it possible to capture the main views on interaction in the space of the global-local binary. It is still quite early to talk about the completion of the ontological and theoretical understanding of glocalization. Researchers have not reached a final agreement on the demarcation of the ontological fields of terms in the chain of "global" - "glocal" - "local". However, the biggest problem lies in the ambiguous interpretation of the very concept of global. **Conclusions.** The analysis conducted on scientific discourse reveals an ambiguity in the terminological-conceptual vocabulary. While some scientists view globalization and localization as interconnected and mutually reinforcing processes, others see them as two opposing phenomena with significant contradictions between them.

**Keywords:** globalization, glocalization, scientific communication space, sociocultural transformations.

УДК 101.1:316.28:2-1(045)

**О.А. Матюхіна**

#### ІОАНН ПАВЛО ІІ ПРО РОЛЬ ЗАСОБІВ ТА МОВИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Національний авіаційний університет  
E-mail: kievfilozofia@gmail.com, ORCID-0000-0003-2789-0237

**Анотація.** У статті аналізується розвиток Іоанном Павлом ІІ католицького вчення про засоби та мову масової комунікації. Його погляди на роль і місце ЗМІ в суспільстві, їхню сутність, закладені в них можливості виступають інтегральною складовою його цілісного соціально-антропологічного вчення. З урахуванням реалій сучасного інформаційного суспільства Іоанн Павло ІІ осмислює трансформацію мови комунікації. Особливу увагу приділяється його поглядам на завдання, що стоять перед ЗМІ, на роль особистості в їхній реалізації.

**Ключові слова:** інформація, засоби масової комунікації, засоби суспільної комунікації, мова комунікації, гідність людини, «електронна епоха».

## Вступ

У сучасному світі ЗМІ відіграють величезну роль у всіх сферах суспільного життя. Фактично вони формують комунікативний простір сучасного суспільства: як суспільний, так і особистий. М. Маклюєн у праці «Війна і мир в глобальному селі» наголошує, що світосприйняття і світорозуміння, стиль мислення, спосіб життя суспільства залежать від засобів та мови комунікації і змінюються з появою нових (Див. McLuhan M., Fiore Q.). Розвиток ЗМІ, все ширше використання ними цифрових технологій, перетворює їх на один із провідних інструментів епохи електронної комунікації. На основі сучасних інформаційних технологій мас-медіа прискорюють процес передачі інформації, здійснюючи її обіг у планетарному масштабі. ЗМІ визначають і легітимізують форми, способи, стратегії комунікації, її характер, мету та спрямованість. ЗМІ, особливо в інтернет-просторі, здійснюють величезний вплив на мову комунікації, як медійну, так і міжособистісну. Загалом роль ЗМІ в суспільстві оцінюється, визначається скоріше як негативна, ніж позитивна. Маніпуляція суспільною та особистою свідомістю здійснюється саме через ЗМІ. Вони формують «суспільну думку», вигідну не суспільству, а його владним верствам. Якщо в XVI-XX ст. стала поширюватись та затверджуватись у суспільній свідомості наукова картина світу, то з кінця XX ст. завдяки ЗМІ стала утверджуватись і поширюватись у масовій свідомості медіальна картина світу, порівняно з якою міфологічна картина світу, притаманна стародавнім цивілізаціям, може вважатись зразком об'єктивності та істинності. Засоби комунікації починають домінувати над її змістом. Особливого значення набуває мова передачі інформації, яка окреслює спосіб її сприйняття. Інформація проходить відповідні відбір і обробку. В свідомість реципієнтів вкорінюються певні шаблони сприйняття інформації. І здійснюється це при використанні найновіших інформаційних технологій. «В інноваційному суспільстві XXI ст. інформаційні технології розглядаються як потужний засіб впливу на масову свідомість, а інноваційна техніка тлумачиться як частина людини. Сьогодні існують різні технічні можливості маніпулювання свідомістю людини за їхньою допомогою» (Ченбай 2014, 115). На негативну роль ЗМІ в сучасному світі звертають увагу науковці, філософи, громадські та політичні діячі, митці.

У той же час у соціальному вченні католицької церкви наголошується частіш на позитивних, ніж негативних сторонах ЗМІ та їхній ролі у суспільній комунікації. Чому? Представники комунікативної філософії, сучасної культурології, публіцисти, певною мірою розглядають ЗМІ як суб'єкт комунікації. Католицька церква розглядає та оцінює ЗМІ як засіб комунікації, який використовується людьми для досягнення своїх цілей. Суб'єктом виступає людина: спільнота людей, що користуються всією системою ЗМІ або її складовими. В соціальному вченні католицизму наголошується на сутнісних рисах ЗМІ – бути ефективним засобом збору, передачі та поширення інформації, створення

комунікативного поля. З метою підкреслення особливої ролі мас-медіа в суспільстві в документах Католицької Церкви використовується термін «засоби суспільної комунікації». Здатність ЗМІ (радіо, преси, телебачення, цифрових ЗМІ) збирати, накопичувати та передавати інформацію досягла невірогідних обсягів, що створює величезну кількість нових можливостей для людства. Людське суспільство функціонує на основі знань та інформації. Вже М. Маклюєн доводив, що мас-медіа на новій технологічній основі здатні повернути людству втрачені синкретизм, цілісність, сприяти формуванню загальнолюдської спільноти. Необхідно згадати, що з 1975 року М. Маклюєн був радником Комісії з проблем соціальної комунікації Ватикану.

Особливе місце в розвитку вчення католицької Церкви про ЗМІ та їхню роль у сучасному світі належить Іоанну Павлу II. З повним правом можна казати про концепцію Іоанна Павла II про сутність і роль ЗМІ. Вона виступає як складова гуманістичного соціального-філософського вчення Іоанна Павла II, в центрі якого – гідність і права людини. Проблеми міжособистісної та суспільної комунікації він поглиблено досліджує з урахуванням реалій сучасного інформаційного суспільства. Особливу увагу в цьому контексті він приділяє засобам і мові масової, точніше суспільної, комунікації. «Під час аудієнції членів Папської комісії соціальних комунікацій 7 березня 1985 р. Святіший Отець вказав на суттєві причини інтересу Церкви до цих засобів. Між іншим, Він сказав, що ЗМІ «здійснюють глибокий вплив на розум, бажання та поведінку людини» (Góral Jerzy 1989).

## Мета дослідження

Основною метою даної статті є окреслення своєрідності підходу Іоанна Павла II до проблеми сутності засобів масової інформації, мови комунікації, закладених у них можливостях гуманізації сучасного суспільства.

## Методологія дослідження

Методологія статті обумовлена предметом дослідження. Для досягнення поставленої мети використовується феноменологічний, соціокультурний методологічні підходи, аналітичний та логічний методи.

## Результати

Іоанн Павло II широко використовував можливості сучасних мас медіа в своїй пастирській діяльності. Він розумів, що медіа створюють величезний комунікативний простір, небачену за розміром платформу, на якій відбувається обмін ідеями, думками, цінностями. Тому понтифік вважав, що користування всіма технічними можливостями сучасної комунікації повинно стати інтегральною складовою діяльності Церкви в світі. «У засобах масової інформації Іван Павло II побачив можливість для Церкви керуватися у проголошенні Євангелія «свіжими» методами, які сприяють розумінню повсякденної реальності людського життя, відкритості до всіх нових знань, що виникають сьогодні, і спілкуванню новим, переконливим і навіть захоплюючим способом» (Maciej Szczepaniak 2020) Він приділяв

значну увагу не лише питанню використання ЗМІ в діяльності Церкви, але і з теологічних та філософських позицій осмислював сутність мас-медіа, закладені в них можливості, роль у сучасному світі. Концепція Іоанна Павла II про роль та місце ЗМІ побудована на засадах августинізму, персоналізму і в ряді моментів перегукується з концепцією історичної динаміки суспільства М. Маклюєна. Він наголошує, що людина створена Богом за власним образом та подобою, і тому наділена гідністю. Люди створюють суспільство, поле суспільної комунікації. У своїй промові в ЮНЕСКО в 1980 році Іоанн Павло II казав: «Людина завжди живе згідно з притаманною їй культурою, яка, в свою чергу, створює між людьми притаманні їм зв'язки, визначаючи міжлюдський і суспільний характер людського існування» (Jan Pawel II 1988, 5).

Загальнолюдська спільнота функціонує на основі культури. В культурі і засобами культури людська спільнота створює і відтворює себе. Інтегральною частиною, складовою культури є способи, форми та засоби комунікації. М. Маклюєн доводив, що зміна комунікаційних технологій виступає важливим критерієм періодизації історичного процесу, визначаючи характер і особливості його окремих етапів. Кожному етапу відповідає особлива мова комунікації. В «електронну епоху», наголошував філософ, мас-медіа функціонують на новій технологічній основі, створеній внаслідок розвитку інформатики. Вони здатні повернути людству втрачену в попередню епоху включеність у спільноту, але вже не обмежену, «племінну», а загальнолюдську. Інформаційні технології створюють можливість розвитку всіх форм міжособистісної комунікації, використання всіх багатства мовних засобів для її оптимізації і гуманізації..

Іоанн Павло II розглядав ЗМІ як важливий елемент сучасної культури, який демонструє, наскільки технічний прогрес здатний сприяти прогресу соціальному, і, при відповідному використанні, прогресу культурному. Він виділяв наступні ключові риси ЗМІ:

- оптимальна модель комунікативної взаємодії;
- важливий елемент функціонування сучасного соціуму;
- ефективний інструмент інфообміну;
- здатність використовувати аудіо-, візуальну, текстову мови комунікації, синтезувати їх;
- формування специфічного модуля світосприйняття;
- створення можливості розширення інформаційного простору;
- засіб формування і розвитку особистісної та суспільної культури;
- бути засобом як інтеграції, так дезінтеграції суспільства.

В «засобах соціальної комунікації» (за термінологією католицької соціальної доктрини) закладено широке віяло можливостей від негативних до позитивних. Іоанн Павло II доводить, що імпліцитно в них закладена можливість бути важливим засобом гуманізації суспільства, розвитку його духовності. Внаслідок свого всеохоплюючого характеру, здатності до миттєвої передачі

інформації до всіх куточків планети, створення швидкого, широкого комунікативного зв'язку ЗМІ мають величезний потенціал формування взаєморозуміння і миру в світі. Святіший Отець підкреслює: «Мое душпастирське служіння, «соборна ментальність», про яку я часто мав нагоду говорити і яку завжди заохочував, особистий досвід і переконання людини, християнина і єпископа, змушують мене підкреслювати можливості добра, багатства та провиденційної природи засобів соціальної комунікації» (Jan Pawel II 1981). Але цей потенціал здатний розкритися лише за умови пошани до гідності кожної людини. Центром всього є людина, наділена гідністю. Характер ЗМІ може і повинен визначатись не окремими владними прошарками суспільства, що використовують їхні можливості в своїх вузьких інтересах, а суспільством.

Папа Римський наголошував, що «в такому плюралістичному світі, як нинішній, який характеризується безпрецедентною технологічною революцією, очевидно, що засоби соціальної комунікації – якщо їх використовувати для неналежних цілей, або, ще гірше, пристосовувати до логіки будь-якої влади, можуть завдати подальшої та навіть глибшої шкоди системі зв'язків, що тримає суспільство разом» (Jan Pawel II 1981). Використання їхнього потенціалу у вузьких партикулярних цілях, з метою отримання швидкого економічного або політичного прибутку окремими групами суспільства, викривлюють їхню сутність, перетворюють із засобу прогресу на знаряддя регресу. Всеохоплююче поле суспільної комунікації «епохи електронної комунікації» (за М. Маклюєном) опиняється перед загрозою втрати цілісності, перетворення на дисгармонійну мозаїчність антагоністичних складових. Реальність цієї загрози підтверджує повідомлення на сайті МВФ про зростання індексу світової невизначеності, що свідчить про процес фрагментаризації глобалізованого світу (Див. К्लешня 2023).

Засоби масової комунікації здатні відігравати значну роль у розвитку гуманістичної комунікації тільки за умови опори на базові цінності людства. В промові «ЗМІ в службі братерства і солідарності» на XXII-му Світовому дні засобів масової інформації Іоанн Павло II наголошує на базових принципах функціонування людського суспільства: «Тут я хотів би пригадати деякі з них: повага до інших людей, дух діалогу, справедливість, здорова етика особистого та громадського життя, свобода, рівність, мир в єдності, праця заради гідності людської особи, здатність взаємодіяти та ділитися» (Церква і соціальна комунікація 2020). Комунікація, яка відповідає гідності людини як створеної за образом і подобою Божою, має спиратись на базові цінності суспільства. Вони мають визначати мову комунікації. Особливо Іоанн Павло II наголошував на неприпустимість звертання ЗМІ до мови ненависті, особливо при висвітленні кризових ситуацій. «Аналізуючи діяльність ЗМІ в кризових ситуаціях, останні виступають засобом оперативного інформування, знаряддям впливу на свідомість людей, способом контролю суспільно-політичної поведінки» (Пода 2022, 117). Тому і спосіб

висвітлення кризи ЗМІ, використання тої або іншої мови комунікації здатні вплинути як на підвищення, так і зменшення інтенсивності кризи.

Всі мови комунікації, що використовуються ЗМІ, мають сприяти врегулюванню кризових ситуацій, формуванню гуманістичного поля комунікації. ЗМІ зобов'язані оперувати інформацією, а не створювати і модифікувати її. Коли ЗМІ передають інформацію на основах істинності та об'єктивності, то виступають як одна з рушійних сил розвитку особи і суспільства. Достатньо згадати науково-популярні передачі та статті, передачі, матеріали, які інформують, знайомлять із досягненнями світової та національних культур. Тут мас-медіа відіграють свою сутнісну роль – бути засобами максимально широкої та ефективної, адекватної передачі інформації, що сприяють формуванню поля спілкування, заснованого на взаєморозумінні та дискусії. Також вони роблять внесок у підвищення загального рівня інформованості та обізнаності. В енциклопедії *Redemptoris missio* 1990 року підкреслюється, що нова сучасна медіа культура формується «новими способами спілкування, новими мовами, новими техніками та новими психологічними установками» (Іоанн Павло II *Redemptoris missio* п. 37). Реалізації гуманістичного потенціалу ЗМІ має сприяти зміна моделі комунікації.

В наш час панує модель комунікатор-повідомлення-реципієнт, яка служить інтересам комунікатора. Її пропонується замінити іншою – повідомлення-месенджер-реципієнт. Тобто ЗМІ мають перш за все бути засобом передачі об'єктивної інформації, знань. «В органічній і правильній моделі людського розвитку ЗМІ можуть і повинні поширювати справедливість і солідарність, викладаючи події точно і правдиво, ретельно аналізуючи ситуації і проблеми, представляючи різні думки. У зрілому та відповідальному використанні свободи вищі критерії правди та справедливості становлять горизонт, усередині якого існує автентична деонтологія, яка регулює використання потужних сучасних медіа», – підкреслюється у Апостольському листі Іоанна Павла II до відповідальних за засоби масової інформації 24.02.2005 (Церква і соціальна комунікація 2020). Іоанн Павло II у своєму вченні завжди наголошує на особистісному аспекті діяльності людини та її відповідальності. Процес медіальної комунікації здійснюється людьми, що визначають його зміст та спрямованість. ЗМІ створені людьми та використовуються ними. Тому негативна чи позитивна роль ЗМІ визначається людьми, які здійснюють процес комунікації. Саме від їхніх совісті, намірів, моральних якостей, професіоналізму залежить, будуть ЗМІ служити прогресу чи регресу, розвитку чи поглибленню глобальної кризи людства. Іоанн Павло II підкреслює особливу соціальну відповідальність працівників сфери засобів масової комунікації. Їхня діяльність здійснює настільки великий вплив на сучасний світ, що особиста позиція кожного з них, система цінностей, якою вони керуються, набуває суспільного виміру. Він наголошує не просто на актуальності, а на обов'язковості для

кожного католика, що працює в сфері ЗМІ, дотримуватись принципів, викладених в Душпастирській інструкції *Communio et Progressio*: «Сумління мусить зобов'язувати цих людей бути компетентними в мистецтві комунікації, щоб діяльно провадити свою працю. І що більший вплив має людина на процес спілкування, то більші її обов'язки» (Церква і соціальна комунікація 2020). Усвідомлення своєї людської гідності, пошана до гідності інших людей має бути підставою діяльності в сфері ЗМІ. І особистісну, і суспільну комунікацію Іоанн Павло II трактує перш за все як спілкування, засноване на взаєморозумінні, взаємній пошані, дискусії. Усвідомлення і прийняття базових цінностей суспільства як власних мають стати основою діяльності кожного представника сфери засобів масової інформації. Це усвідомлення має стати основою трансформації мови комунікації. Відповідальне ставлення людини до своїх обов'язків, виконання їх в усвідомленні особистої суспільної відповідальності в сфері ЗМІ здатні надати їм гуманістичну спрямованість. Допомогти в цьому, зміцнити відповідну шкалу цінностей має віра. В промові на XXXVI Світовому дні засобів масової інформації у 2002 році Іоанн Павло II казав: «з цієї галактики образів і звуків постало обличчя Христа і пролунав Його голос. Світ пізнає Добру Новину про спасіння лише тоді, коли зможе побачити обличчя Христа і почути Його голос. Це мета евангелізації» (Jan Paweł II 2002). Засоби суспільної комунікації є могутнім засобом евангелізації. Католики мають активно працювати в ЗМІ, реалізуючи свою працю перш за все з позицій віри і пошани до загальнолюдських цінностей, служіння істині. Всі досягнення людства, наголошував Іоанн Павло II, мають служити всебічному розвитку особистості.

Іоанн Павло II протягом усього понтифікату в своїй пастирській діяльності активно взаємодіяв з ЗМІ. Саме взаємодіяв, залучаючи їх до комунікації як діалогу. В умовах медіатизації життя людини в сучасному світі ЗМІ надавали йому величезну можливість діалогу, спілкування як особистісного, так і глобального, дійсного «*Urbi et orbi*». Він здійснив справжню комунікативну революцію, зробивши ЗМІ інтегральною складовою місії Церкви, розкривши їхні можливості в справі евангелізації та гуманізації суспільства.

### Обговорення

Проблема засобів масової комунікації, їхньої сутності, ролі в світі, осмислення їх з позицій католицького віровчення з першої половини ХХ-го століття займає вагомe місце у соціальному вченні Католицької Церкви. Основні положення соціального вчення Католицької Церкви щодо засобів масової комунікації сформульовано в декреті II-го Ватиканського Собору про засоби масової комунікації *Inter Mirifica*. В щорічних посланнях Пап Римських у Всесвітній день комунікації, що відзначається у травні кожного року, розвиваються і конкретизуються окремі положення вчення про ЗМІ. В Душпастирській інструкції Папської Ради у справах соціальної комунікації *Communio et Progressio* 1971 року

наголошується на головній меті соціальної комунікації – досягнення єдності і поступу людей, які живуть у суспільстві. Тому перед засобами масової інформації стоїть завдання налагодження діалогу, сприяння всьому, що створює умови для взаєморозуміння представників різних культур, країн. Ці завдання мають визначати мову комунікації, параметри її трансформації в нових соціокультурних умовах. Підкреслюється необхідність усвідомлення представниками ЗМІ, особливо католиками, своєї особистої відповідальності. В 1991 році, з нагоди 20-ї річниці *Communio et Progressio*, була опублікована Друга Душпастирська інструкція Папської Ради у справах соціальної комунікації *Aetatis Novae*. В ній аналізуються «революційні технологічні зміни», що відбулись на той час, можливості, які вони розкривають перед ЗМІ. В інструкції відзначається: суспільство має усвідомити, «... що сьогодні немає такого місця, де релігійні та моральні погляди людей, освіта, політичні та соціальні системи не були б позначені впливом медіа» (Церква і соціальна комунікація 2020). Тому в нових умовах зростає роль ЗМІ як важливого інструменту духовного розвитку, гуманізації суспільства, евангелізації. Концепція Іоанна Павла II про роль і місце ЗМІ в сучасному світі та у діяльності Церкви виступає не просто продовженням, а новим етапом у розвитку католицького вчення про ЗМІ та реалізації його на практиці.

Погляди Іоанна Павла II на ЗМІ, ширше – проблеми соціальної комунікації в контексті соціального вчення Католицької Церкви викликають особливу увагу науковців. Вже в 2005 році була опублікована праця Назарете Т. «Папа Войтила і «нова» мас-медіа культура: нова евангелізація, нова комунікація». В ній автор приділяє особливу увагу розробленим Іоанном Павлом II принципам медійної діяльності Церкви в аспекті евангелізації. В 2006 році на симпозиумі «Папа Кароль Войтила та нова медіакультура» (Італія, Ла Спеція) науковці велику увагу приділили проблемі мови комунікації в енцикліках, промовах, працях Папи Римського. В Університеті кардинала Стефана Вишинського в Варшаві, Папському університеті Іоанна Павла II у Кракові досліджується внесок Іоанна Павла II в розвиток католицького вчення про ЗМІ. Достатньо згадати чисельні праці – монографії, (зокрема двотомну працю «Нова евангелізація в дусі II-го Ватиканського Собору»), статті відомого теолога і філософа А. Левека, присвячені теологічно-філософському осмисленню основних положень католицького вчення про медіа, вкладу Іоанна Павла II в його розвиток. В 2011 році вийшов збірник статей «Не бійтесь. Іоанн Павло II і медіа», присвячений філософському осмисленню вчення Іоанна Павла II стосовно ЗМІ, їхньої сутності та ролі в сучасному світі. На значимість взаємодії християнської духовності із ЗМІ, кіберпростором у справі їхньої гуманізації, формування їхньої людиновимірності, наголошує В. Миштаць. У монографії С. Присухіна «Поліфонія культури життя: філософсько-богословська спадщина Іоана Павла II в сучасному дискурсі. Релігійнознавчий аспект» автор ґрунтовно досліджує філософсько-богословське вчення Папи Римського Іоанна Павла II. В працях

українських та польських дослідників І. Недошитко, П. Вишковського, А. Міцкевича, Є. Гураля, Г. Ленцицького, Ч. Дронжека на основі аналізу енциклік, пастирських послань, промов, інших документів розглядаються основи і провідні принципи, положення вчення Іоанна Павла II щодо ЗМІ.

## Висновки

У статті розглянуті базові положення вчення Іоанна Павла II про ЗМІ та їхню роль у сучасному світі, мову комунікації. З позицій єдності соціального та антропологічного підходів Іоанн Павло II осмислив можливості ЗМІ в сферах соціальної, ширше – міжлюдської комунікації. Він обґрунтував імперативність базових цінностей людського суспільства для ЗМІ. Базовими людськими цінностями мають визначатися не лише зміст, що передається ЗМІ, але й мова, до якої при цьому звертаються. Тільки за цієї умови ЗМІ здатні відігравати в суспільстві роль засобу його прогресивного, гуманного розвитку. Реалізація сутнісних рис ЗМІ залежить, наголошував Папа Римський, від особистої позиції та відповідальності кожного, хто визначає та реалізує їхню діяльність.

## Список літератури

1. Іоанн Павло II. Енцикліка Вселенського Архидієєса. Місія Відкупителя. *Redemptoris Missio*. URL: <http://katekhytyka-6.blogspot.com/2018/01/redemptoris-mission-ii-1990.html>
2. Клешня Г. Перспективи подолання глобальних викликів XXI сторіччя в постмодерній реальності. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць*. 1 (37). 2023. С. 28-34. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.37.17571>
3. Пода Т. Дискурс кризових комунікацій: соціокультурний аналіз. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць*. 2 (36). 2022. С. 115-120. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.36.16984>
4. Ченбай Н. Соціокультурний зміст інформаційно-комунікаційних технологій в інноваційному суспільстві. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць*. 2 (20). 2014. С. 114-117. DOI: <https://doi.org/10.18372/2412-2157.20.10602>
5. Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа. Упор. і наук. ред. М. Перун. Львів: *Видавництво Українського Католицького Університету*, 2004. <https://issuu.com/credo/docs/communicat>
6. Góral Jerzy Jan Paweł II o środkach społecznego. *Ethos. Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II*, 4(8): 246–258. [http://cw.kul.lublin.pl/Content/24930/32\\_ethos1989\\_nr%208\\_G%3%B3ral.pdf](http://cw.kul.lublin.pl/Content/24930/32_ethos1989_nr%208_G%3%B3ral.pdf)
7. Jan Paweł II List apostolski do odpowiedzialnych za środki społecznego przekazu (24.02.2005 [https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan\\_pawel\\_ii/listy/szybkir\\_24022005](https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/listy/szybkir_24022005))
8. Jan Paweł II. Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, w: «*L'Osservatore Romano*» wyd. polskie, n. 4/2002, [https://opoka.org.pl/biblioteka/T/TA/TAP/media\\_nau\\_jp](https://opoka.org.pl/biblioteka/T/TA/TAP/media_nau_jp)
9. Jan Paweł II Środki społecznego przekazu w służbie odpowiedzialnej wolności – Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, „*L'Osservatore Romano*”, poi., 2(1981), nr 5, s. 5
10. Jan Paweł II. W imię przyszłości kultury. Przemówienie do przedstawicieli UNESCO, w: *Jan Paweł II. Wiara i kultura*, Rzym-Lublin 1988, s. 64-81
11. McLuhan M., Fiore Q. *War and Peace in the Global Village*. [https://monoskop.org/images/9/9d/McLuhan\\_Marshall\\_Fiore\\_Quentin\\_War\\_and\\_Peace\\_in\\_the\\_Global\\_Village\\_1968.pdf](https://monoskop.org/images/9/9d/McLuhan_Marshall_Fiore_Quentin_War_and_Peace_in_the_Global_Village_1968.pdf)
12. Szczepaniak Maciej. Komunikacja w mediach według Jana Pawła II. *Polonia Sacra* 24 (2020) nr 2 (60) S. 99–114

[https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pl/encyclicals/documents/hf\\_jp-ii\\_enc\\_07121990\\_redemptoris-missio.html](https://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pl/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html).

## References

1. Ioann, Pavlo II. 1990. "Encyklika Redemptoris Missio". *Encyclics of Pontiffs*. <https://cutt.ly/wwT5JcWF>
2. Kleshnia, Hanna. 2023. "Perspektyvy podolannia hlobalnykh vykykiv XXI storichchia v postmodernii realnosti" ["Prospects for overcoming the XXI century global challenges in a post-modern reality"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seria : Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology 1 (37): 28–34*. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.37.17571>
3. Poda, Tetiana. 2022. "Dyskurs kryzovykh komunikatsii: sotsiokulturnyi analiz" ["Discourse of crisis communications: socio-cultural analysis"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seria: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology 2 (36): 115–120*. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.36.16984>
4. Chenbai, Nataliia. 2014. "Sotsiokulturnyi zmist informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii v innovatsiinomu suspilstvi" ["Socio-cultural content of information and communication technologies in innovative society"]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seria: Filosofiia. Kulturolohiia, Proceedings of the National Aviation University. Series: Philosophy. Culturology 2 (20): 114–117*. <https://doi.org/10.18372/2412-2157.20.10602>
5. Perun, Mykhailo, ed. 2004. *Tserkva i sotsialna komunikatsiia: Naiholovnishii dokumenty Katolytskoi Tserkvy pro presu, radio, telebachennia, Internet ta inshii media [Church and social communication: The most important documents of the Catholic Church about the press, radio, television, the Internet and other media]*. Lviv: Vydavnytstvo Ukrainskoho Katolytskoho Universytetu. <https://issuu.com/credo/docs/communicat>
6. Góral, Jerzy. 1989. "Jan Paweł II o środkach społecznego przekazu" ["John Paul II on the media of social communication"]. *Ethos. Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Ethos. Journal of John Paul II Catholic University of Lublin 4 (8): 246–258*. [http://cw.kul.lublin.pl/Content/24930/32\\_ethos1989\\_nr%208\\_G%20C3%B3ral.pdf](http://cw.kul.lublin.pl/Content/24930/32_ethos1989_nr%208_G%20C3%B3ral.pdf)
7. Jan Paweł II. 2005. "List apostolski do odpowiedzialnych za środki społecznego przekazu" ["Apostolic letter to those responsible for the media of social communication"]. *L'Osservatore Romano, The Roman Observer 7-8*. [https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan\\_pawel\\_ii/listy/szybkir\\_24022005](https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/listy/szybkir_24022005)
8. Jan, Paweł II. 2002. Orędzie na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu [Message for the 36th World Day of Social Communications]. *Proceedings of the L'Osservatore Romano and Polish Bishops Conference. № 4, Watykanie, Stycznia 24*. <https://deon.pl/kosciol/>
9. Jan Paweł II. 1981. "Środki społecznego przekazu w służbie odpowiedzialnej wolności. Orędzie na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu" ["The media of social communication in the service of responsible freedom. Message for the World Day of Social Communications"]. *L'Osservatore Romano, The Roman Observer 2, nr 5: 5*.
10. Jan Paweł II. 1988. "W imię przyszłości kultury. Przemówienie do przedstawicieli UNESCO". In *Jan Paweł II. Wiara i kultura [Pope John Paul II. Faith and culture]*, 64–81. Rzym-Lublin.
11. McLuhan, Marshall and Quentin, Fiore. 1968. *War and Peace in the Global Village*. [https://monoskop.org/images/9/9d/McLuhan\\_Marshall\\_Fiore\\_Quentin\\_War\\_and\\_Peace\\_in\\_the\\_Global\\_Village\\_1968.pdf](https://monoskop.org/images/9/9d/McLuhan_Marshall_Fiore_Quentin_War_and_Peace_in_the_Global_Village_1968.pdf)
12. Szczepaniak, Maciej. 2020. "Komunikacja w mediach według Jana Pawła II. Studium przypadku" ["Communication in the media according to John Paul II"]. *Polonia Sacra, Sacred Poland vol. 24, 2 (60): 99–114*. <https://czasopisma.upjp2.edu>.

## O. Matyukhina

### POPE JOHN PAUL II ON THE ROLE OF MEDIA AND LANGUAGE OF MASS COMMUNICATION IN THE MODERN WORLD

**Introduction.** The article examines John Paul II's development of the Catholic doctrine of means and language of mass communication. **The aim and tasks.** The aim of this study is an outline the originality of John Paul II's approach to the problem of the essence of the mass media, the language of communication, and the possibilities inherent in them. To achieve this goal it is necessary to carry out a philosophical and textological analysis of encyclicals and other documents devoted to media issues. The goal and objectives of the article determine **research methods**. The research uses phenomenological, sociocultural methodological approaches, and analytical and logical methods. **Research results.** John Paul II viewed mass media as a crucial component of contemporary culture that can play a role in social and cultural advancement, as well as act as an effective tool for evangelization. John Paul II's beliefs about the role and importance of media in society, their essence, and the opportunities they present are a fundamental part of his socio-anthropological teaching. Within the framework of the doctrine of human dignity, the Pope emphasized the special social responsibility of media workers. John Paul II also recognized the need for transforming the language of communication in response to the realities of the modern information society. Additionally, the article focuses on his ideas about the tasks that mass media should undertake in the present-day world and the ways to implement them. **Discussion.** The problem of mass media, their essence, role in the world, and the language of communication occupy an important place both in the documents of the Catholic Church concerning its social teaching and in the research of scientists. In the second half of the 20th century, the attention of scientists was primarily focused on the media concept of John Paul II. It is regarded as a new word not only in the social doctrine of Catholicism but also in the philosophical understanding of such a phenomenon as mass media with their inherent language of communication. **Conclusions.** John Paul II's understanding of the essence of mass media and their role in society served as the theoretical foundation for a genuine revolution in communication. This revolution made mass media an integral part of the Church's mission. Through his writings and practical activities, John Paul II demonstrated the humanistic potential inherent in mass media. He also proved that this potential can be realized only if the means and language of social communication are based on fundamental human values.

**Keywords:** *information, means of mass communication, means of social communication, language of communication, human dignity, "electronic age."*

УДК 316.454.52(045)

Л.І. Мокляк

## СПІЛКУВАННЯ ЯК МОРАЛЬНО-ЕТИЧНЕ ПІДҐРУНТЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ СУЧАСНОСТІ

Національний авіаційний університет  
e-mail. kaljalja1947@gmail.com

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню морально-етичного підґрунтя комунікативних процесів сучасності. Завершення ХХ століття і початок нової історичної епохи ознаменувався докорінними змінами в усіх сферах соціально-економічного життя людства. Ці зміни були викликані розгортанням інформаційно-технологічної революції, що призвела до становлення нового типу суспільства, так званого «інформаційного суспільства». Як ці процеси вплинуть