

цілісність системи функціональності релігії забезпечується динамічністю взаємодії всіх структурних елементів.

2.3 Алла АРІСТОВА. СУТНІСТЬ ТА СПЕЦИФІКА КОМУНІКАТИВНО-ТРАНСЛЮЮЧОЇ ФУНКЦІЇ РЕЛІГІЇ

Предметом нашого розгляду стало питання щодо сутності та специфіки виконання релігією комунікативно-транслюючої функції. Завдання, які висунуті в межах підрозділу: 1) охарактеризувати специфіку і структуру релігійної комунікації в парадигмі загальної теорії комунікації; 2) проаналізувати трансформації релігійної комунікації у сучасну добу; 3) висвітлити специфіку комунікативно-транслюючої функції релігії та напрями її трансформації у глобалізованому світі.

Наразі співіснують чимало напрямів наукової інтерпретації поняття «релігійна комунікація»: від філологічно-лінгвістичного й культурологічного до соціально-психологічного й історичного, соціологічного й теологічного. Без сумніву, ідейно-теоретичні передумови для комплексного осмислення феномену релігійної комунікації вже склалися, проблемою лишається вибір евристично-продуктивних методологічних підстав для його концептуалізації. Такою можливою методологічною базою може слугувати загальна теорія комунікації як міждисциплінарна сфера наукового знання, що спрямована на пізнання універсальних закономірностей і механізмів обміну інформацією, ролі і місця комунікацій в суспільстві, а також комунікаційних систем, методів, засобів, закономірностей їх функціонування і розвитку. В її координатах феномен релігійної комунікації постає як важливий компонент глобальних соціально-комунікативних процесів.

Численні визначення комунікації можна умовно угрупувати у два основні підходи. Перший практично не розмежовує комунікацію і спілкування, витлумачує комунікацію як «соціальне спілкування», форму взаємодії індивідів чи соціальних груп, безпосередній обмін навичками, уміннями, знаннями досвідом, інформацією, а також результатами діяльності. Другий – розглядає комунікацію передусім як процес передачі (обміну) інформації, ідей, емоцій за допомогою різноманітних засобів (знаків, символів, матеріальних носіїв, тощо). Ця розбіжність у підходах цілком прозоро відчитується і у визначеннях релігійної комунікації. Так, Н. Мечковська визначає релігійну комунікацію як таку, що об'єднує всі види спілкування у сфері релігії. На думку М. Федорової, релігійна комунікація – це відносини, в процесі яких відбувається передавання і обмін інформацією релігійного змісту за допомогою певної (тобто визначеної для кожної релігії) системи знаків.¹³¹ М. Петрушкевич вказує, що «суть

¹³¹ Федорова М. В. Религиозная коммуникация: сущность и специфика современного состояния / Марина Владимировна Федорова [Электронный ресурс] // Международный электронный научный журнал «SCIENCE TIME». – №4 (4), 2014. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/religioznaya-kommunikatsiya-suschnost-i-sptesifika-sovremennogo-sostoyaniya>

релігійної комунікації полягає у обміні релігійною інформацією, орієнтації на спілкування віруючих між собою та з божеством».¹³²

Виходимо з того, що поняття «релігійна комунікація» позначає як систему, в межах якої здійснюється обмін релігійною (релігійно-значущою) інформацією, так і сам процес обміну такою інформацією, і способи взаємодії, за допомогою яких вона створюється, транслюється, отримується і зберігається для наступних поколінь.

Релігійна комунікація має низку специфічних рис, котрими позначені всі компоненти її структури та змісту.

По-перше. Релігійна комунікація постає як живе втілення діалогічної сутності релігії. Напевне, що жодна інша форма суспільної свідомості, не містить діалогізм як фундаментальну засаду свого функціонування. Отже, ознакою релігійної комунікації є саме її тотальність в межах релігійного комплексу: всі його складові так чи інакше мають комунікаційне призначення і виконують комунікативні функції.

По-друге. Структура релігійної комунікації та самий процес комунікування виявляються і реалізуються у двох площинах - вертикальній і горизонтальній. Вертикальна спрямованість релігійної комунікації – це зв'язок між людиною і Богом (богами, надприродними силами); зв'язок, реальність якого для віруючої людини є безсумнівною. Горизонтальна – це мережа зв'язків між віруючими, членами релігійної громади. Важливо, що кожен з векторів релігійної комунікації має свої особливості. Так, вертикально спрямована релігійна комунікація:

а) сприймається вірянином як взаємна, зворотня, але при збереженні суворой ієрархії головних суб'єктів комунікації (Бог, священник, мирянин);

б) висхідний канал вертикальної комунікації (від людини до Бога) і низхідний (від Бога до людини) постають як принципово різні за своєю природою: людський, природний, соціально-історичний і трансцендентний, надприродний, позаісторичний, містичний;

в) є асиметричною не тільки за природою, але й способами, засобами, змістом, цілями спілкування (зокрема, висхідний канал релігійної комунікації постає у вигляді усталеної культової практики, низхідний – як Одкровення, дива, видіння, озаріння, знамення, містичні знаки та ін.; висхідний найчастіше постає як повідомлення від багатьох суб'єктів одному, низхідний – від одного багатьом та ін.). Така «асиметрія», з точки зору загальної теорії комунікації, породжує надзвичайно цікавий феномен – проблему автентичності отриманого повідомлення та адекватності його сприйняття і витлумачення адресантом;

г) має чітко визначений хронотоп;

д) їй притаманні жорсткі комунікативні норми (особливо при колективному богослужінні, літургії), поведінка учасників релігійної комунікації та самий її перебіг чітко регламентовані. Вертикальна комунікація, відтак, реалізується переважно через культову діяльність; у горизонтальній – значне місце посідає позакультова діяльність вірян;

¹³² Петрушкевич М. С. Релігійні комунікації: християнський контекст. Монографія. – Острог, 2011. – С. 6.

е) безперервність (адже Бог, на переконання віруючого, постійно підтримує зв'язок зі своїм творінням, опікується ним, знає думки і наміри);

є) диглосія – тобто співіснування двох мовних систем (або двох форм однієї мови) – традиційно-етнічної, профанної і сакрально-релігійної, *sacra lingua* (наприклад, латини і національної мови, церковно-слов'янської і російської, іврити й національної мови, арабської і національної, санскриту і хінді та ін.)¹³³; регулярне і нормативне використання архаїчних мовних форм;

ж) особлива емоційна насиченість, афективність.

Разом з тим, різноманіття уявлень про надприродне і багатство релігійного досвіду дають підстави виокремити різні типи вертикальної релігійної комунікації – умовно назвемо їх інтравертною та екстравертною комунікацією. Йдеться, передусім, про те, як в межах тієї чи іншої релігії (або ж індивідуальної релігійної свідомості) постає Бог – чи як трансцендентний, потойбічний, надприродний Абсолют, неспіввимірний і неприступний людині, чи як містична сила, схована й «розчинена» в самій людині, приступна для містичного осягнення та навіть злиття з нею. У разі, коли вертикаль «людина – Бог» є чіткою й суворою максимою релігійної свідомості, зримою стає і екстравертність релігійної комунікації – її звернення назовні, до надприродного і надлюдського суб'єкта (саме тому популярний серед науковців термін «автокомунікація» вважаємо неадекватним). В іншому випадку – коли звернення до надприродного втілюється не у зовнішньо-ритуалізовану діяльність, а в особливу внутрішню зосередженість, містичні практики самопізнання й самопробудження, медитацію, тощо – радше говоримо про інтравертну комунікацію.

Натомість у горизонтальній площині реалізується переважно соціальний зміст релігійної комунікації. Складна мережа горизонтальних релігійних зв'язків також не є і не може бути однорідною; кожен її сегмент має свої комунікативні особливості. В межах горизонтальної комунікації можна виділити, принаймні три відмінні складові: (1) комунікація з одновірцями (звична, повсякденна, відкрита, психологічно комфортна); (2) комунікація з духовенством, кліром (ритуалізована, врегульована нормами особливого релігійного етикету, передбачає особливі форми взаємодії й спілкування, неприпустимі щодо пересічних одновірців); (3) комунікація з іншовірними (нерідко напружена, навмисно обмежувана, агональна, психологічно дискомфортна). Крім того, доводиться враховувати гендерний критерій при описі горизонтальної релігійної комунікації, зважаючи на інституалізовані відмінності у спілкуванні з чоловіками і з жінками; в історичному контексті не обійтися без врахування кастового, етнічного, расового тощо складу віруючої спільноти.

По-третє. Для релігійної комунікації притаманна сакралізація комунікативного простору, його протиставлення повсякденному спілкуванню,

¹³³ Взагалі, вертикальна комунікація вирізняється іншими формами вербальності (вживання священної мови, архаїчних мовних форм, специфічної лексики, закріплених молитовних, літургійних текстів, звертань, висловів, мантр абощо), на відміну від вербальної горизонтальної, де значне місце посідає звична, буденна мова.

ширше – мирському і профанному. Така сакралізація зорієнтовується до тотальності.

По-четверте. Переважно символічний характер: саме символи стають головними засобами комунікування, насичують кожен акт спілкування, пронизують вербальні і, особливо, невербальні комунікації. Специфіка релігійного символу саме й полягає у втіленні та забезпеченні зв'язку сакральної і профанної, трансцендентної і фізичної, духовної і чуттєво-даної реальностей. Символи онтологічно укорінюють смисли і тяглість релігійної комунікації, причому їх смислова наповненість з бігом часу ускладнюється, нашаровується, вони стають особливого роду посланнями, повідомленнями, перетворюючись, по суті, із засобу комунікації на своєрідний («віртуальний») суб'єкт комунікації. Осягнення символу, перетворюється, одночасно, і на його пізнання, і на відкриття цінностей певної релігійної традиції, і на акт комунікації зі священним. Відтак, і в цьому полягає ще одна важлива риса релігійної комунікації, остання здійснюється в єдності гносеологічного, онтологічного і аксіологічного аспектів.

Специфікою релігійної комунікації є і особливе ставлення віруючого до мови релігії, символу і знаку, ознаками якого є: а/ не конвенціональне розуміння; б/ безумовне прийняття; в/ підкреслена шанобливість, благоговіння.

По-шосте. Створення специфічних механізмів контролю за релігійною комунікацією (наприклад, церковна цензура, вилучення з обігу книг і текстів, заборона на читання тих чи інших книг мирянам, жінкам, неповнолітнім, контроль за регулярністю відвідування храму, мечеті та ін.).

По-сьоме. Вироблення в межах релігійного дискурсу специфічних комунікативних стратегій: молитовної, висповідальної, закличної, прогностичної, тлумачної, тощо та закріплення відповідних моделей поведінки.

По-восьме. Надзвичайно тісний зв'язок вербальної комунікації з невербальною (паралінгвальною і поведінковою) аж до синкретичної цілісності.

Комунікаційні системи кожної релігії (християнства, ісламу, іудаїзму, буддизму, індуїзму і сотень інших) мають власну специфіку, сформовану під впливом численних факторів (соціально-історичних, цивілізаційних, ментальних). Втім, попри їх розбіжність, у розвитку змісту, каналів і способів релігійної комунікації простежується внутрішня логіка, спрямована на вирішення антиномічних завдань: з одного боку, зберегти смислову повноту Одкровення, а з іншого – передати його якомога ширшим колом людей – новим поколінням, у нові землі й часи. Це диктує відповідні процеси інституалізації релігійної комунікації, спільні для різних релігійних комплексів. У тому числі:

== внутрішнє структурування релігійного тексту, формування ієрархії смислів та ідей та їхня догматизація, виділення ядра вищих і абсолютних істин та периферії вторинних повчань;

== формування особливого лексичного складу і жанрової своєрідності мови релігії, функціональна диференціація цієї мови;

== формування власної наративної традиції, кодифікація та чітка ієрархізація релігійних

текстів: складання релігійного канону як сукупності найбільш вшанованих і безумовно авторитетних текстів і корпусу тлумачень до них; рольовий розподіл текстів на канонічні, богослужбові, дидактичні, богословські, агіографічні, полемічні, тлумачні та інші, а також закріплення спеціальних правил і ритуалів поводження з книгами і текстами;

== формування комунікативних механізмів, які дозволяють поширювати релігійне вчення та адаптувати його під різні вікові, етнічні, соціальні, професійні та інші аудиторії, зберігаючи незмінними його вихідні смисли: способи навчання нових поколінь вірян, способи його коментування, популярного викладу, способи його поширення серед іновірних, способи його експансії у позаконфесійні сфери (наприклад, науку, філософію, громадську чи політичну діяльність);

== розвиток в межах релігії специфічно-комунікативних форм: таких як корпус молитовних текстів, богословські та релігійно-філософські диспути, практика висповідання, усталені етикетні формули і правила (привітання, благословення, звертання, свідчення) та інше;

== створення механізмів контролю за додержанням правил релігійної комунікації та збереженням накопиченої релігійної інформації.

Релігійна комунікація трансформується разом із становленням глобального інформаційно-комунікативного простору. Можна виділити такі зміни, яких зазнала релігійна комунікація сучасної доби:

1) інтенсивне й неконтрольоване розширення релігійно-комунікативного простору, залучення в процеси релігійного обміну нових людей і груп;

2) нова якість всіх елементів структури релігійної комунікації: від соціально-психологічних характеристик її суб'єктів до змісту релігійних повідомлень, каналів і засобів зв'язку;

3) технологізація релігійної комунікації, яка перетворюється на двоєдиний процес: з одного боку, модернізація засобів релігійної комунікації, з іншого – перетворення релігійно-комунікативних актів на технологію досягнення визначених соціальних цілей (навернення, релігійної пропаганди, мобілізації віруючих, церковної іміджології тощо);

4) медіазація релігійної комунікації (в. 4) умовах інтенсивного розвитку мас-медіа, формування нових типів, каналів і засобів масової комунікації). Для релігійних лідерів, еліт і організацій стає життєво важливим впливати на велетенські, відкриті, гетерогенні, анонімні, непостійні, розпорошені, ситуативно-поведінкові масові аудиторії. Релігійні повідомлення, основними каналами трансляції яких є мас-медіа, адаптуються під запити і рівень масової аудиторії, часто втрачають значущий ціннісний зміст, сакральні смисли, поступаючись розважальним, пропагандистським, інформативно-популярним, масово-просвітницьким, комерційним цілям;

5) віртуалізація – перенесення релігійної комунікації у віртуальний простір та, як наслідок, виникнення віртуальних релігійних співтовариств та екомунікативних майданчиків, мереж, форумів; поширення дистанційних форм участі у релігійному життєві, культовій практиці;

б) зниження цінності релігійної (сакральної) мови, звуження сфери її використання, редистанціювання релігійного і світського вербального простору¹³⁴;

7) розмивання ідентичності традиційних релігійно-комунікаційних систем, а відтак і їх десакралізація. Ознаками сучасності стають: довільне оперування релігійними знаками і символами та конструювання їх змісту; інтенсивний обмін вирваними з контексту релігійними ідеями, приписами, нормами, прикладами довільного витлумачення священних текстів; еклектизація всіх складових релігійного комплексу; використання позарелігійної символіки і мови для цілей і потреб та активне продукування квазі-релігійних ідей, символіки та вчень;

8) ускладнення і розвиток горизонтальної релігійної комунікації при одночасному відсуванні й змирщенні вертикальної. Горизонтальна релігійна комунікація, гетерогенна й ризомна, стає важливішою за спілкування із трансцендентним, ретранслює релігійний досвід і релігійні переживання поза богословськими догмами й інститутованими традиціями.

Отже, сучасна доба позначена кризою традиційної релігійної комунікації. Новий комунікативний простір сприяє не стільки збереженню традицій, скільки їх модифікації, синкретизації, трансформації. Традиційні релігії з їх історичною спадщиною щодалі поступаються місцем «детрадиційним» квазі-релігіям: шоу-релігії, бізнес-релігії, ринку-релігії, симулякру-релігії, ПР-релігії, тощо. Віруючий, занурений в світ «семіотичних міксів» і конструктів, нововитворів і симулякрів, приречений на розмивання релігійної ідентичності.

Загальні наукові дискусії щодо переліку, змісту, вияву функцій релігії не обминули соціально- й особистісно-комунікативні можливості релігії. До слова, в переліку соціальних функцій релігії комунікативна функція виокремлюється доволі пізно. Якщо філософи і теологи міркували про легітимуючу, світоглядну, пізнавальну, регулюючу, культуротворчу функції ще з античних часів (хай навіть у звичних для тогочасного інтелектуального дискурсу термінах), то про комунікативну функцію релігії мова ведеться лише від першої половини ХХ ст. Дана функція може позначатися в науковій і навчальній літературі як «комунікативна», «комунікаційна», «соціально-комунікативна», «комунікативно-транслуюча», «комутативна» (іноді розрізняють комутативну і комунікативну функцію).

Найчастіше саме обмежене розуміння комунікації суто як спілкування, форми міжособистої і міжгрупової взаємодії веде і до вузького тлумачення комунікативної функції релігії лише як забезпечення зв'язку між одновірцями, віруючими і Богом, рідше – ще й міжрелігійного діалогу. Поза увагою тоді лишається величезна значущість масштабних процесів інформаційного обміну між поколіннями в релігійній сфері, без яких існування релігій як сталих комплексів і тяглих світоглядно-практичних традицій неможливе/

¹³⁴ На такі приклади багата історія ХХ століття: визнання Римо-Католицькою Церквою припустимості використання національних мов у богослужінні; осучаснення і нові літературні переклади Біблії та богослужбних текстів; стрімке збільшення перекладів різними мовами смислів Курану, перетворення івриту на мову повсякденного спілкування та ін.

В історичному вимірі комунікативна функція виступає як здатність релігії зберігати, накопичувати, закріплювати і транслювати наступним поколінням світоглядно-ціннісні масиви інформації, забезпечувати зв'язок-сполучення між різними історичними епохами, континентами, культурами, народами; зберігати і поширювати релігійний досвід часів і генерацій. З огляду на це, термін «комунікативно-транслююча функція» видається більш ємним. Комунікативна функція релігії постає як:

- реалізація індивідуальних та соціально-групових потреб у релігійному спілкуванні;
- соціально-, конфесійно-, психологічно- обумовлений процес встановлення і постійного, безперервного підтримання зв'язку, спілкування між віруючими у вертикальній і горизонтальній площинах та його інституалізація;
- процеси передавання, обміну, засвоєння, закріплення, історичної трансляції релігійної та релігійно-значущої інформації; завдяки чому відбувається сполучення і зв'язок традиційного і новаційного, сакрального та профанного, конфесійного і позаконфесійного;
- створення спеціальних знаково-символічних систем, аудіальних, візуальних, кінестетичних образів, що транслюють багатосмислові релігійно-інформаційні повідомлення;
- стимуляція соціально-групової інтеграції, гуртування віруючих на основі контактування, спілкування й порозуміння;
- спосіб здійснення релігійної соціалізації індивідів;
- чинник впливу на інтелектуально-мислинневу та емоційно-вольову поведінку індивідів і груп; на масову свідомість та масову поведінку;
- процес взаємодії релігійних організацій і спільнот з різноманітними елементами, підструктурами, інститутами суспільства.

Тільки у своїй сукупності ці аспекти складають зміст комунікативної функції релігії і більш-менш цілісно відтворюють феномен релігійної комунікації у сучасному суспільстві.

Комунікативно-транслююча функціональність релігії виявляється на мікро-, мезо- і макрорівнях. Усе значніше місце у сфері релігійної комунікації посідають інституалізовані форми виробництва і розповсюдження публічних повідомлень та професійна діяльність з їхнього створення (напр. конфесійні мас-медіа, релігійна агітація, релігійна пропаганда, релігійне просвітництво, масовий книгодрук, наповнення релігійним контентом значних сегментів Інтернет-мережі, тощо).

Відкритість інформаційних процесів у сучасному суспільстві, доступ до різних інформаційних потоків впливають на зміст і функціонування релігійної комунікації, розмикаючи її «закриті» від широкого загалу сегменти (напр. богословський дискурс), вводячи у глобальний медіа-простір.

Комунікативна функція релігії в усі історичні часи була пов'язана і з реалізацією влади (ідейної, світоглядної, церковної, політичної) над масами населення. В епоху сучасних мас-медіа вона, скоріше, трансформується на владу над масовими аудиторіями, отримання нових можливостей впливу на

громадську думку, масову свідомість, політичні преференції, ціннісні орієнтації, на поведінку, очікування, ставлення, запити населення, на спосіб функціонування громадянського суспільства.

Аксіоматично, що кожна функція релігії сталою не є, а специфічно трансформується в різні періоди розвитку соціально-історичних систем. Отже, її комунікативна функція релігії не лишалася сталою, а набувала нових якостей, властивостей, характеру, способів реалізації в кожен історичну епоху.

Які напрями трансформацій комунікативно-транслюючої функції релігії можна виділити? Перелічимо деякі, на наш погляд, найбільш суттєві: розширення комунікативного простору релігії, а відтак і якісні зміни її функціональності; адаптація релігійного дискурсу до сучасних темпів передачі і сприйняття інформації (попри характерні для неї сталість, традиційність, консервативність); формалізація цілої низки актів релігійної комунікації; усереднення та деіндивідуалізація медіа-комунікації, яка здійснюється переважно через ЗМК і слабко враховує ціннісні орієнтації реципієнтів інформації, локально-часові умови, рівень культурно-мовної компетенції аудиторії; інституалізація зовнішніх релігійних комунікацій за трьома основними напрямками – міжрелігійний/міжконфесійний діалог, Public Relations (PR), державно-конфесійні відносини (Government Relations, GR); зміна способів і форм соціорелігійної інтеграції, падіння значущості релігійної парафії, громади, групи й тенденція до перетворення останніх на несталі, добровільні асоціації, які поволі втрачають значення референтних для індивіда груп; витіснення безпосередньо-міжособистого спілкування віртуально-мережовим, де роль комунікативних центрів переходить до соціальних мереж, Інтернет-форумів, блогів, чатів групового спілкування; набуття маніпулятивного характеру (запускаються в дію принципово нові технології психологічного впливу, нові механізми й засоби масовізації індивідуальної психіки); формування медіарелігійності як особливого типу світобачення і світовідчуття, і водночас специфічного релігійного медіа-середовища; перетворення масової релігійної аудиторії з пасивного споживача і об'єкта впливу ЗМІ (яким вона була в епоху аналогових медіа), на активного учасника комунікації (у добу цифрових медіа); формування ринку релігійних і квазірелігійних послуг, комерціалізація інтересу до надприродного і потойбічного та ін.

В сучасному світі, в умовах інформаційної й комунікативної революції спостерігаємо іншу якість зв'язку комунікативної та інтегративної функцій релігії. Нові способи і технології комунікації одновірців употужнюють у процесах релігійної інтеграції інтегративно-мобілізаційну складову, стають засобом спонукання до активних і зорганізованих масових дій (найчастіше протестної форми).

Нині спостерігаємо доволі суперечливий, з точки зору здійснення релігійно-комунікативної функції, процес: чим більше новітніх комунікативних засобів отримує у своє розпорядження суспільство, тим меншою стає значущість суто релігійної комунікації, яка витісняється іншими формами

спілкування й інформаційного обміну. В цьому сенсі нова комунікативна революція, на відміну від попередніх, «зіграла з релігією злий жарт». Найрозвинутіші у сфері інформаційно-комунікативних технологій суспільства, де релігійні інституції отримали можливості надзвичайно широкого впливу на масову аудиторію через мас-медіа, новітні засоби комунікації, опинилися на периферії інформаційно-комунікативного обміну.

Трансформаційні процеси, відтак, захопили всі аспекти функціонального вияву релігії – і способи, і рівень, і форми, і напрями її впливу на суспільство. Виразно це позначилося саме на комунікативно-трансляційній функції релігії, яка істотно видозмінювалася з бігом історії, а відтак впливала і на трансформаційні процеси у релігії в цілому.

2.4 Олександр САГАН. РОЛЬ РЕЛІГІЙНОГО ЧИННИКА В УКРАЇНСЬКОМУ НАЦІЄ- ТА ДЕРЖАВОТВОРЕННІ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ

Передусім зауважимо, що та чи інша релігія може відігравати надзвичайно різну (аж до протилежності) роль у становленні націй чи державотворенні. Крім того, критерій оцінки її ролі у цих процесах залежить як від місця, де це відбувається, так і від часу, у який відбуваються згадані процеси.

Поєднання етнічних та релігійних факторів утворює явище, що у науковій літературі отримало назву етноконфесійних спільнот (ЕКС). У своїй оцінці ЕКС ми послуговуємося також тим, що ті із них, які сформувалися та діють в Україні, є явищами політичного процесу і національної історії передусім нашої країни. Це важливо пам'ятати і враховувати при оцінці діяльності ЕКС, створеними як представниками інших етносів, які проживають тут як національні спільноти інших народів, так і українцями, які сформували кілька власних ЕКС, що у різні часи відігравали/відіграють різну роль у націє- чи державотворенні. Наявність кількох ЕКС характерне не лише для українців: це явище прослідковується і в угорців, ромів, німців, курдів та інших етносів/народів, що населяють Україну.

У часи незалежності, у зв'язку із приєднанням України до низки міжнародних угод та зміною чинного законодавства, в Україні з'явилася значна кількість мігрантів, переважно нехристиян. Вони фактично створюють нові етноконфесійні утворення, історично не характерні для українських земель. Йдеться про арабів, афганців, в'єтнамців, китайців та представників інших східних чи азійських народів. Окрім релігійних утворень (ЕКС), вони об'єднуються також у міжнаціональні громадські об'єднання (Міжнародна громадська організація «Інтернаціональний союз», Рада національних товариств України, ГО «Арабська міжнародна діаспора України» тощо), що сприяє їх інтеграції в українське суспільство.

Проте мусимо зазначити, що дослідження зазначених ЕКС, в силу їх