

Петрушкевич Марія Стефанівна,

кандидат філософських наук, старший викладач кафедри культурології та філософії Національного університету “Острозька академія”

ІНТЕРНЕТ ТА ХРИСТІЯНСЬКА КОМУНІКАЦІЯ

У статті “Інтернет та християнська комунікація” висвітлюються основні пріоритети та недоліки телематичних мас-медіа для розвитку християнської комунікативної системи. Описуються особливості використання Інтернету у православ’ї, католицизмі та протестантизмі.

In the article “Internet and christian communication” basic priorities and lacks of telematic mass-media for development of the christian communicative system are shown. The features of the use of the Internet are described in orthodoxy, catholicism and protestantism.

Християнська комунікаційна система тяжіє до засобів передачі інформації, що ефективно і постійно можуть транслювати усталені, канонічні види комунікації у часі та просторі. Спочатку таким засобом стало виникнення письма, за допомогою якого християнство надзвичайно швидко поширилося та змогло канонізувати основні догматичні тексти. Пізніше, основна увага почала концентруватися на книгодрукуванні, що стало результатом третьої комунікаційної революції. За наших часів християнські конфесії активно послуговуються засобами масової комунікації які є частиною мас-медійної комунікаційної системи.

Всі ці зміни стосуються не лише зовнішніх механізмів передачі інформації, а й трансформації та специфіки сприйняття віруючими оточуючої комунікаційної дійсності. Засоби комунікації не лише передають інформацію, а й викликають у нас незвичні співвідношення чуттєвого сприйняття.

Найновішими засобами масової комунікації виступають телематичні медіа, які базуються на комп’ютерних технологіях. Можна сказати, що з ними пов’язані нові зміни у релігійній комунікації. Тому є підстави говорити, що ми зараз переживаємо чергову комунікаційну революцію. Для телематичних медіа ха-

рактарні наступні риси. Вони мають гібридний характер, тобто здатні поєднувати й певним чином “синтезувати” різноманітні медіа – писані тексти, книгу, пресу, кіно, музику, радіо, телебачення, телефон тощо. Також для телематичних медіа притаманна взаємна пов’язаність. Прикладом у цьому плані може бути глобальна мережа Інтернет [146, с. 309].

Релігійні організації активно освоюють Інтернет для створення свого інформаційного і комунікаційного простору. Сьогодні Інтернет став не лише майданчиком міжрелігійного діалогу, місіонерським полем християнства, але також способом поширення різних квазірелігійних ідей. Релігійні організації використовують різні канали масової комунікації із місіонерськими цілями, а також для підтримки цілісності релігійної общини і її розвитку, забезпечення необхідної в сучасних умовах інтенсивності інформаційного обміну.

Одна з основних функцій Інтернету – система електронного документообігу, що дозволяє релігійним структурам і адміністративним одиницям ефективніше координувати свою діяльність. Проте існує й інша думка, відповідно до якої Інтернет привабливий для релігійних організацій та експертів-релігієзнавців виключно через маргінальність релігійної теми в просторі сучасних суспільно-політичних дискусій. У Інтернеті вимушені існувати лише ті теми, які витіснені на узбіччя публічного простору.

На відміну від традиційних електронних мас-медіа, нові телематичні медіа створюють можливість активної інтеракції віруючих. Вони виконують водночас приватні комунікаційні функції і загальні. З їхньою допомогою можливим є індивідуальне ознайомлення віруючих з інформацією, міжособистісна комунікація, а також перегляд телепередач, кінофільмів, прослуховування радіопрограм.

Те, що через Інтернет віруючі збільшують свої зв’язки, відкриває значні можливості для церкви, зокрема, щоб поширювати Євангеліє. Щоправда, електронно опосередковані взаємини ніколи не замінять безпосередніх людських контактів, потрібних для справжньої євангелізації. Адже євангелізація завжди залежить від особистого свідчення того, хто проповідує [11, с. 421].

Тут доречно акцентувати увагу на питанні релігійної і культурної ідентичності в інтернет-співтовариствах. Інтернет сприяє трансформації форм вираження людській релігійності. Завдяки можливості участі в різних інтернет-співтовариствах, віруюча людина знаходить “другу релігійну ідентичність” – окрім того, що вона є членом реальної приходської общини, вона стає чле-

ном співтовариства за інтересами, розкиданого по всьому світу, в якому формуються міжособові зв'язки, ведуться дискусії з теоретичних і релігійно-суспільних питань. Часто це віртуальне життя більш відповідає духовним та інтелектуальним запитам індивіда, ніж реальна приходська община. У випадку з православ'ям та католицизмом, віртуальне співтовариство не може замінити людині участі в церковних службах і таїнствах, тому вона вимушена вести подвійне релігійне життя.

Безліч людей задовольняють свої релігійні потреби, завдяки Інтернету, не будучи в реальності пов'язаними з конкретною релігійною організацією. Ці люди, що функціонують в Інтернеті під псевдонімами, споживають віртуальний релігійний сурогат, тоді як справжнього релігійного досвіду можна набути лише вступивши в безпосереднє спілкування з духовно освіченими людьми.

Таким чином, для сучасної релігії, зокрема християнства, можна використати спеціальний термін “віртуалізація” – це конвергентний процес зростання ролі телематичних засобів у сучасному релігійному житті. Практично всі християнські церкви мають свою адресу в Інтернеті. Інтернет відкриває двояку можливість: з одного боку, для посилення централізації церков, а з іншого, користувач персональним комп'ютером може взагалі ні від кого не залежати у своїх релігійних пошуках [6, с. 50].

Існує і ряд складнощів, пов'язаних з можливостями анонімності і псевдоанонімності, які надає Інтернет. Через Інтернет можуть поширювати свій вплив, маніпулювати суспільством і чинити тиск на владу маргінальні групи: сайт, зроблений групою з трьох чоловік, що реально представляє лише цю групу з трьох чоловік, може виглядати набагато солідніше, ніж сайт великої і начебто багаточисельної організації. У Інтернеті є можливість створення сайтів-симулякрів та сайтів-фантомів (користуючись термінологією Ж. Бодрійара): не знаючи організацію або її членів в реальності, за інтернет-представництвом часто неможливо зрозуміти, наскільки вона авторитетна і чи існує в реальності. Тому від імені православної (або мусульманської, католицької) громадськості можуть виступати угруповання, що дотримуються абсолютно різних поглядів і переслідують абсолютно різні цілі.

Проте, зараз можна лише здогадуватись, як змінить релігійну комунікацію використання комп'ютерних технологій та мережі Інтернет. Деякі конфесії активно їх використовують, наприклад, через свої сайти. Є навіть намагання створювати свої віртуальні церкви. Не виключено, що з часом відбудеться віртуалізація релігійного життя. Інша річ – як це буде відбуватися. Таким чином,

християнська комунікаційна система постійно трансформується та змінюється у залежності від засобів передачі інформації, якими користуються в певну епоху. Ці зміни сприяють психологічним трансформаціям у сприйнятті та світогляді під час комунікації за допомогою різних засобів.

У зв'язку з цим, доцільно виділити процес екзотеризації (від гр. *ecoterinos* – зовнішній), який має прояв у тому, що за допомогою мас-медіа, комп'ютерних мереж все, що у релігійній традиції було таємним знанням, до якого мали доступ лише одиниці, стає доступним практично кожному бажуючому. Також для сучасної релігійної комунікаційної ситуації характерне зростання інклюзивізму (від лат. *inclusivo* – включати), що характеризує зміну ставлення до інновацій у релігійних традиціях [6, с. 51].

Якщо православна церква не цікавилася аудиторією Інтернету на початку його розвитку, то зараз, коли значна частина населення України, спілкуються за допомогою Інтернету, вона почала приділяти цьому засобу комунікації особливу увагу (вслід за папою римським патріарх Московський організує телеконференції та спілкування в Інтернеті у режимі реального часу) [10, с. 67]. Всі великі православні церкви в Україні мають офіційні сайти. Також в Інтернеті мають свої сайти деякі православні монастирі, навчальні заклади, громадські організації, газети та журнали. Наприклад, зараз доступними є сайти Інтернет-журналів “Київська Русь” (у якому акцентується увага на розвиток православ'я за межами слов'янських країн), “Амвон”, “Православне слово”, православного огляду “Віра і життя”, православних новин за тиждень “Седміца” та ін. [13].

Не зважаючи на зростання ролі віртуального чинника православ'я в Україні, на думку О. Сагана, не повністю усвідомлює можливості цього фактору, характеризуючи його як псевдокультурне та бездуховне явище. Головною причиною такого становища в українському православ'ї є традиція існування державної церкви, яка зорієнтовує православне духовенство на прагнення максимально залучити державний чинник до розвитку конфесії. Це досить чітко можна простежити у виступах практично усіх предстоятелів православних церков [9, с. 204].

Католицька церква чітко визначила своє бачення мети й завдань суспільного спілкування та як воно впливає на виконання комунікаційної функції. Насамперед вона оцінює позитивний бік діяльності медіа: “У наш час дивовижного поступу засобів комунікації найбільшою й найціннішою їхньою допомогою людям стає те мереживо зв'язків, що його ці засоби сплітають між

народами й культурами” [4, с. 307]. Зараз для католицької комунікації дуже багато важать нові технології й засоби зв'язку, які уможливають широкий доступ до знання, до вчення й Переказу, до слів Святого Письма, до настанов учителів духовності, до історії й традиції місцевих церков, чернечих орденів та світських установ.

У 2002 р. папа Іоан Павло II у посланні з нагоди Всесвітнього дня комунікації особливо увагу звернув на значення та місце Інтернету у системі католицької комунікації. Він наголосив, що католицька церква ставить до цього нового засобу комунікації з впевненістю. Як і всі інші засоби спілкування, він є тільки знаряддям, але ніяк не самоціллю. Інтернет, якщо фахово його використовувати й усвідомлювати всі його сильні та слабкі сторони, може допомогти у справі евангелізації. Насамперед, постачаючи інформацію та пробуджуючи зацікавлення, він дає можливість ознайомитись із християнським посланням багатьом людям – особливо молоді, для якої кіберпростір дедалі частіше стає головним вікном у світ [3, с. 420].

Інтернет допомагає у проведенні евангелізації. В його мережах є безліч інформаційних, документальних та освітніх джерел, що розповідають про церкву, її історію й Переказ, її вчення й діяльність у різних напрямках та в різних країнах. Тому очевидно, що Інтернет (хоч він ніколи й не зможе замінити того глибокого спілкування з Богом, що його дає тільки живе, літургійне життя) здатний стати доповненням і підтримкою, готуючи людей до зустрічі з Христом у спільноті й допомагаючи новонаверненим. Вже стала реальністю віртуальна участь католицьких громад і окремих вірних у богослужіннях папи римського, які відбуваються в режимі реального часу на площі і в Соборі св. Петра у Римі. Візит глави Ватикану в Україну також супроводжувався трансляцією в Інтернеті в реальному часі [10, с. 67]. РКЦ в Україні має свій медіа-центр в Інтернеті, у якому інформація подається українською, російською, польською, англійською, іспанською та іншими мовами [12].

Утім, використання мережі Інтернету у католицькій комунікаційній системі порушує певні закономірні й очевидні питання. Питома ознака Інтернету – це те, що він постачає віруючим майже нескінченний потік інформації, у культурі, яка живиться плинним і скороминущим, є велика небезпека того, що віруючі почнуть вважати, ніби вирішальне значення мають самі тільки факти, а не цінності. Інтернет дає багато знання, але не навчає цінностей; а коли цінності залишені без уваги, то сама людина

легко забуває свою трансцендентну суть, перестає користуватися екзистенційною комунікацією. Але не зважаючи на це легко побачити, що релігійній інформації в мас-медіа католики приділяють дедалі більше уваги. Причина цього полягає у все більшому інтересі до релігійного виміру людського життя – особистого, чи суспільного [7, с. 278]. Доказом серйозного комунікаційного значення Інтернету з боку католицької церкви є спроби знайти святого покровителя Інтернету (тобто намагання наблизити до канонічного це джерело комунікації) [8, с. 55].

Молодіжні організації активно представлені в Інтернеті, що дає можливість масовій комунікації та широкому залученню нових членів. Серед таких організацій можна виділити Молодіжну комісію Івано-Франківської єпархії, Академію української молоді, Молодіжні християнські сторінки “Сарепта”, “Зустріч” та ін. [13].

Внутрішня суть комунікаційної системи католицизму зайняла допоміжну позицію: не намагатися насамперед вирвати людину з контексту її культури чи субкультури, але, пропонуючи свої відповіді, передавати їй ті аспекти сталої внутрішньоцерковної традиції, які вона готова сприйняти [1, с. 174].

Також, за допомогою Інтернету дублюється інформація друкованих періодичних видань. Така ситуація дає можливість брати активнішу та масову участь у релігійних комунікаційних процесах. Наприклад, в Україні більшість протестантських церков мають офіційні сайти в Інтернеті. Найактивніше розвинені електронні ресурси в Української Лютеранської Церкви, Реформатських церков, Євангельських християн-баптистів, п'ятидесятників, харизматів, АДС, Церкви Христа та ін. [13].

З наведених прикладів видно, що протестантські деномінації у свою комунікаційну систему надзвичайно активно включають новітні засоби передачі інформації, поряд із використанням традиційних. Саме мобільність протестантської комунікаційної системи, у порівнянні із католицькою та особливо православною, робить її зараз інтенсивною та прилаштованою до змін у сучасному світі. Догматична особливість протестантизму – особисте звернення кожного віруючого до Біблії – сприяє розвитку проповідництва та місіонерської діяльності, активізує релігійну комунікацію як між віруючими, так і між віруючими та Богом.

Отже, для християнських конфесій Інтернет є всього лише ще одним інструментом ведення місії, яким колись став друкарський верстат. На думку американського автора Девіда Е. Гордона, яку він висловив у статті “Релігія та Інтернет”, відкритий доступ до релігійної інформації сприяє розвитку релігій, в під-

грунті яких лежить не догма, а особистісне відношення до божественного [2].

Таким чином, можна зробити наступні висновки. Традиційні релігії, такі як християнство, активно використовують Інтернет в своїй інформаційній діяльності, оскільки він більшою мірою, чим інші медіа канали відповідає потребам і можливостям релігійних організацій в інформаційній сфері. Значною мірою присутність християнства у Мережі обмежується мовленням як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію, інтерактивний потенціал і можливість зворотного зв'язку задіяні у меншій мірі. Християнські конфесії вважають Інтернет простором для ведення місії і нарощують кількісну та якісну присутність у ньому. Здатність Інтернету створювати і підтримувати горизонтальні соціальні зв'язки, мобілізація користувачів довкола спільних цінностей та інтересів сприяють розвитку і кількісному зростанню релігійного сегменту.

Список використаних джерел та літератури:

Бодак В. Релігія і культура: взаємодія та взаємовплив. – К., Дрогобич: Коло, 2005. – 305 с.

Гордон Д. Религия и Интернет / Базаров Р. Духовные сферы сетевого бытия // Религия и СМИ. – 6 января 2006 // <http://www.religare.ru>

Іоан Павло II, папа. Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія. Папські послання з нагоди Всесвітнього дня комунікації. 2002 // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / Упорядник і наук. ред. М. Перун. – Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004. – С. 418 – 421.

Іоан Павло II, папа. Соціальна комунікація і поширення солідарності та братерства між країнами й народами. Папські послання з нагоди Всесвітнього дня комунікації. 1988 // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / Упорядник і наук. ред. М. Перун. – Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004. – С. 306 – 309.

Кралоук П. М. Комунікативні аспекти гуманітарної політики // Гуманітарна політика Української Держави в новітній період: Монографія / За ред. Здюрука С. І. – К.: НІСД, 2006. – С. 305 – 350.

Мартинюк Е. Конвергентні процеси релігійного життя нашого часу / Християнство доби постмодерну: Колективна монографія. – К., 2005. – С. 45 – 54.

Массовая культура: Учебное пособие / К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая. – М. : Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. – 304 с.

Релігійна панорама: Інформаційно-аналітичний журнал. – № 11, 2002. – 96 с.

Саган О. Православна ортодоксія у світі релігійного постмодерну / Християнство доби постмодерну: Колективна монографія. – К., 2005. – С. 189 – 207.

Свистунов С. Глобальні трансформації християнства доби постмодерну / Християнство доби постмодерну: Колективна монографія. – К., 2005. – С. 54 – 69.

Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / Упорядник і наук. ред. М. Перун. – Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004. – 440 с.

<http://www.catholicmedia.org.ua>

<http://www.risu.org.ua>