

УДК 26/28

Т. Пархонюк,
студентка бакалаврату спеціальності «філософія» Національного університету «Острозька академія»

ДІЯЛЬНІСТЬ ХРИСТІАНСЬКИХ КОНФЕСІЙ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

У статті розглянуто представлення та активність християнських конфесій у соціальних мережах в Україні. Проаналізовано кількісні та якісні аспекти їхньої діяльності та визначено основні напрямки та форми роботи християнських церков у соціальних мережах.

Ключові слова: соціальна мережа, християнські конфесії, Інтернет, віртуальна реальність, спільнота.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ХРИСТИАНСКИХ КОНФЕССИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

В статье рассмотрено представленность и активность христианских конфессий в социальных сетях в Украине. Проведён анализ количественных и качественных аспектов их деятельности, а также было определено основные направления и формы работы христианских церквей в социальных сетях.

Ключевые слова: социальная сеть, христианские конфессии, Интернет, виртуальная реальность, сообщество.

ACTIVITY OF CHRISTIAN CONFESSIONS IS IN SOCIAL NETWORKS

The article reviews the representation and activity of Christian religions in social networks in Ukraine. It was analyzed the quantitative and qualitative aspects of their operation and also it was defined the main areas and forms of Christian churches' work in social networks.

Keywords: social network, Christian religions, Internet, virtual reality, community.

Дослідження активності християнських конфесій в соціальних мережах розкриває те, як церкви все більше і краще освоюють медіа простір, використовуючи найновіші технологічні засоби, зокрема «всесвітню павутину». Саме Інтернет надає церквам такі можливості

для їхньої діяльності, про які вони раніше і не мріяли – створення офіційних сайтів церков, блогів священнослужителів та учасників церков, можливість проводити онлайн-конференції між представниками різних конфесій. Майже кожна християнська церква має аналоги своїх газетних видань в Мережі.

Окрім офіційного представлення конфесій в Інтернеті церквами, існує і неофіційне, дослідження якого висвітлюється в статті. Мається на увазі спілкування в соціальних мережах між реальними особами, які кожен день проводять там частину свого часу. Це ні з чим не порівнюване функціонування церкви, яке в основному представлене молодим поколінням. Це не просто інформація на релігійну тему, в якій пояснюються віровчення та закони тієї чи іншої релігії, це – реальне спілкування у віртуальному світі. Воно зближує однодумців та надає можливості обмінюватись різною інформацією, ділитись думками та поглядами з людьми, які є прихильниками того самого вчення, релігії.

Незважаючи на те, що соціальні мережі зараз є на піку популярності серед «нових медіа», ця сфера не є достатньо широко досліджена, а особливо з релігійної точки зору. Навіть християнські конфесії досі об'єктивно не можуть визначити своє ставлення до цього явища. Вони нібито не заперечують їхнього існування, але в більшій мірі, обмежують його, зважаючи на принципи християнського віровчення. В той же час вони починають активно використовувати соціальні мережі у своїх цілях. Проте всі ці процеси відбуваються на початковому етапі, тому такого роду дослідження несуть неабияку цінність. Даної теми торкалися в широкому спектрі своїх досліджень взаємозв'язку релігії та Інтернету такі українські науковці, як Бегей О. І. [2], Перун М. [3], Саган О. [5], Щедрін А. Т. [12], а також дослідження діяльності церков у соціальних мережах на теренах Росії проводила Соф'я Сигневич [6].

Об'єднуючим фактором в соціальних мережах однодумців є таке явище, як групи, або ще як їх називають спільноти. Вони надають можливість людям з різних куточків світу об'єднуватись за спільними інтересами, поглядами та розвивати ці ідеї, знаходячи своїх прихильників. Таку можливість використовують і різні християнські конфесії. За допомогою груп, вони збільшують кількість своїх послідовників, поширюють своє віровчення, розповідаються про функціонування їхньої громади. І все це відбувається в неформальному вигляді, що приваблює людей своєю відкритістю, доступністю та можливістю відкритого спілкування.

Серед соціальних мереж, які поширені в Україні, найбільш популярною та відомою є російська соціальна мережа «Вконтакте», в якій представленість християнських конфесій можна простежити дуже чітко. Вона є найбільш модернізованою та удосконаленою серед інших соціальних мереж. Створення груп у «Вконтакте» є дуже поширене явище, і для цього там наявні та доступні всі умови. Привабливий інтерфейс, вільний доступ до інформації, різні нововведення: відео, фото, обговорення, додатки та інші, – все це характеристики, які роблять цю соціальну мережу надзвичайно популярною. Не залишається й без уваги така можливість християнськими конфесіями, які добре розуміють, ще це є один з найдієвіших способів поширення віровчення та євангелізації. Окрім того, аналізуючи християнські групи «Вконтакте», можна простежити потреби та інтереси сучасного суспільства, зокрема релігійних та духовних [7].

Важливим доказом того, що соціальні мережі зараз є надзвичайно поширені в світі та в Україні є кількість зареєстрованих користувачів. На грудень 2013 р. українців «Вконтакте» налічується 24145496 осіб і з кожним днем ця кількість зростає. Що ж до представників різних конфесій в цій соціальній мережі, то їхня кількість становить: християнство – 443722 особи, зокрема людей, які визначають свою релігійну приналежність як православ'я, їхня цифра становить 2236797 осіб, яка, звичайно не входить до загального числа християн в мережі; католицизм – 210891 особа, можна виділити ще греко-католиків – 23028 осіб, та римо-католиків – 2109 осіб, які також не входять в загальну кількість католиків в соціальній мережі; протестантизм – 46554 особи (баптизм – 2767, п'ятидесятництво – 205, адвентизм – 1175, харизмати – 319) [7].

У визначенні кількості представників тієї чи іншої конфесії в соціальній мережі є деякі проблеми та невизначеності. По-перше, велика кількість людей не визначають своєї релігійної приналежності в мережі чи то з особистих причин, чи інших. По-друге, це те, як особа визначає свої релігійні погляди. Наприклад, вона може вказати що вона християнка, християнин, або просто вказати це поняттям християнство і т. д. Це несе в собі певну невизначеність, адже під поняттям християнство можна розуміти православ'я, баптизм, п'ятидесятництво та інше. Тому, наведені вище показники кількості осіб в соціальній мережі, які представляють деяку конфесію, несуть в собі певну умовність та неточність, але це дозволяє нам визначити загальну картину представництва християнських конфесій в соціальній мережі.

Отже, найбільшу кількість своїх послідовників в «Вконтакте» має християнство, особливо православне, тобто Московського та Київського патріархатів, на другому місці йдуть католики, а далі протестанти, які представлені багатьма течіями. Але цей кількісний показник не є визначальним у характеристиці активної діяльності християнських конфесій. Потрібно також враховувати і якісний показник їхнього функціонування, тобто які групи вони створюють, що вони собою являють та що вони роблять для того, щоб бути цікавими та привабливими людям.

В загальному група в соціальній мережі певної християнської конфесії являє собою спільноту у віртуальному світі. Вона складається з учасників, які і є активними наповнювачами групи різною родом інформацією. Важливе місце займають в групі обговорення на різні теми, участь в яких може брати кожен бажаючий. В основному дискутуються питання віровчення та діяльності церкви, важливе місце займають також світські, особисті та буденні питання, але що важливо, це те що, люди не бояться таких обговорень. Групи допомагають людині відкритися перед незнайомою аудиторією, поділитися переживаннями та роздумами. Реальні церкви не можуть похвалитися такими можливостями, в певному значенні церква не завжди розуміє людину, вона не завжди може приділити увагу окремій особі, в більшості вона опікується громадою загалом. У віртуальному світі людина знаходить те взаєморозуміння, якого їй бракує в реальному світі, і саме групи дають можливість людині знаходити своїх однодумців та спілкуватися.

Окрім обговорень в групах є також різні опитування, зазвичай про актуальні проблеми та питання, за допомогою яких, визначається прихильність людей, їхні погляди. В групі наявні і різні посилання на інші групи, які є близькими за темами та інтересами.

Важливе місце займають фотографії, відео, музичні файли, які мають великий інтерес з боку учасників. Цікавим є те, що вся мультимедійна інформація є релігійного спрямування та повчального характеру.

Найбільш активною частиною групи є так звана «стіна», де кожен учасник може розміщувати інформацію: повідомлення, картинки, відео, музичні файли і т. д.

Незважаючи на найменшу кількість своїх послідовників у «Вконтакте», протестанти мають найбільшу кількість груп (приблизно 2500), а також велику кількість учасників, які кожен день проводять там багато часу. Особливістю їхньої діяльності є поділ груп за інтересами, які є надзвичайно зручним для їх учасників. Вони поділяються

на: 1) християнство; 2) деномінації / церкви; 3) служіння / молодіжки / проповідники; 4) організації / клуби / навчальні заклади / однодумці; 5) музичні групи: закордонні / українські; 6) ресурси / музика / радіо / ТБ / газети / журнали; 7) події; 8) магазини. Цей поділ дозволяє учасникам відразу знаходити те, що йому потрібно, розділяє їх за інтересами та вподобаннями, об'єднуючи людей з усіх куточків світу [7].

Поняттям «християнство» визначаються групи, в яких в основному діяльність спрямована на розмірковування над основними догматами та віровченням християнства, а також Біблії. Цей тип представляє більш консервативний напрямок роботи групи. Деномінації та церкви – це групи певних визначених течій протестантизму: баптизму, п'ятидесятництва, адвентизму, харизматів, та окремих церков і громад. В більшості напрямок їхньої діяльності спрямований на опис їхньої громади, а також на збільшення своїх прихильників. Третій тип представляє собою саме практичну сторону протестантизму. Він спрямований на культ, служіння, проповідництво та на опис практичних дій, які церква справді виконує. Четвертий, навпаки, має своєю метою просвітницький характер, який спрямований на навчання учасників груп. Останні три види мають більш матеріальне призначення та те, що не стосується релігії.

Православних груп в «Вконтакте» теж чимала кількість (близько 1000), хоча їх менше як протестантських, вони теж є досить активними. Це є групи як Київського так і Московського патріархатів. В них також поширені різні обговорювання, опитування, мультимедійні файли. Але майже всі вони є досить офіційними та консервативними, їхня діяльність в більшості звернена на дискусії щодо віровчення та діяльності їхньої Церкви. Серед них теж можна умовно виділити групи за різним спрямуванням аналогічно до протестантської класифікації.

Католицьке представництво в соціальній мережі «Вконтакте» також є достатньо впливове, хоча, порівнюючи з попередніми християнськими конфесіями, католицьких груп є значно менше (до 500). Особливим, що відрізняє католицькі групи від інших, є значний аспект на інформацію, на поінформованість своїх учасників про все, що відбувається в громаді та самій течії – католицизмі загалом, а в усьому іншому католицькі групи мало чим відрізняються від попередніх.

У соціальній мережі «Facebook» прослідковується трохи інша ситуація ніж у «Вконтакте». По-перше, він не є таким поширеним на теренах України, хоча й є дуже відомим. Це пояснюється його походженням, адже «Facebook» на початку був доступний тільки на те-

риторії США, далі він поширився на англомовні країни, а вже тільки після того як він модернізувався, став доступний і в Україні. В теперішній час українці становлять солідні 20% населення «Вконтакте» – і мізерні 0,17% 600 – мільйонної армії «Facebook» [8].

Станом на 14 грудня 2011 р. кількість українських користувачів соціальної мережі «Facebook» становить 1 мільйон 686 тисяч 500 осіб [10]. Тобто, ми бачимо, що кількість українців значно менша ніж «Вконтакте». Також представництво християнських конфесій тут теж дуже відрізняється. Християн в соціальній мережі «Facebook» налічується близько 130000 осіб, католиків приблизно 25000, а протестантів 35000 осіб. Хоча, теж цю кількісну інформацію не можна вважати достовірною на сто відсотків, але це дозволяє нам приблизно оцінити представленість конфесій у соціальній мережі.

Групи в соціальній мережі «Facebook» є більш закритими та недоступними. Але їхня діяльність також є дуже ваговою та важливою. Вони собою являють більш інформаційне джерело, ніж щось комунікативне між представниками певної конфесії, хоча взаємодія між учасниками груп теж присутня, але вона не така розвинута як у «Вконтакте». В групах є також різні графічні файли, але не музичні та відео файли, чим також поступається «Facebook» перед головною російською соціальною мережею.

Окрім груп в «Facebook» є велика кількість сторінок різних християнських конфесій, на яких вони розповідають про свою діяльність, поширюють віровчення та збирають однодумців разом.

Велике значення мають сторінки офіційних сайтів християнських церков в Україні та їхніх інформаційних ресурсів у Facebook. Найбільш активними серед них є Українська Греко-Католицька церква – 3050 учасників, з яких 773 беруть участь в обговореннях [11]. Основним елементом такого виду об'єднання є так звана «стіна», на якій розміщені новини, посилання на публікації та статті на сайті, а також нещодавні публікації від інших людей, а не тільки від офіційного джерела. Позитивним фактором є те, що кожен охочий може залишити свій коментар до публікації, що дає простір для дискусій та спілкування на релігійні теми для всі бажаючих.

Православні церкви теж є досить активними у Facebook. Так, наприклад, офіційна сторінка інформаційного веб-порталу УПЦ «Православ'є в Україні» налічує 2350 підписників, з яких активними обговореннями займаються 211 людей [4]. Сторінка постійно оновлюється та простежується досить велика тенденція до активного ставлення церкви до всього, що відбувається та висвітлення цих подій

на сторінці у Facebook. Що стосується УПЦ КП, то її присутність в цій соціальній мережі обмежується лише групами різних єпархій та об'єднань [8].

Серед протестантів найбільш активними є ВСЦ ЄХБ, сторінка яких «Баптіська церква України» налічує 1580 учасників та Церква Християн Віри Євангельської України – 1337 [1]. Можна відмітити те, що кількість учасників в обговореннях на цих сторінках менша і вона поступається перед УГКЦ та УПЦ, проте оновлення інформації відбувається досить часто.

Також багато сьогодні в Україні є чимало священників різних християнських конфесій, які представлені в соціальних мережах, особливо на Facebook та у LiveJournal.

Представлення християнських конфесій у соціальній мережі «Twitter» кардинально відрізняється від попередніх двох уявлень про це. Тут немає таких явищ як групи або спільноти, тут свою діяльність представники різних релігійних течій здійснюють через маленькі за обсягом повідомленнями, які може читати людина, яка на них підписана. Проте важливим є не обсяг, а якість інформації. Багато хто висловлює в цих 140 символах свої погляди, зокрема релігійні. Звичайно, про виклад тут віровчення і мова йти не може, але представники конфесій можуть опубліковувати різні посилання, які ведуть людей до потрібної інформації. Багато друкованих релігійних видань, телеканалів та радіопередач мають свої так звані «акаунти» в «Twitter», і коли з'являється якась нова інформація, вони відразу повідомляють людей в соціальній мережі, а ті за допомогою посилань, можуть переглянути інформацію повністю. Також багато священників мають свої сторінки в цій соціальній мережі, які постійно «твітять» людей новою інформацією [9].

Отже, усі християнські конфесії активно використовують можливості соціальних мереж для покращення своєї діяльності, розширення аудиторії, проведення євангелізації та просвітлення людей. Найбільш поширеною та використовуваною на території України є соціальна мережа «Вконтакте», в якій за допомогою явища груп або спільнот об'єднуються прибічники тієї чи іншої конфесії, функціонують різні громади, церкви, які поширюють своє віровчення та збільшують свою аудиторію, створюючи для своїх учасників комфортні умови для спілкування. На другому місці соціальною мережею є «Facebook», яка є теж достатньо популярною, і де християнські конфесії добре представлені. Сюди ж входить і «Twitter», який є унікальним за способом свого функціонування, і тут теж прослідковується певна особлива

діяльність християнських конфесій. Тобто, можна констатувати, що християнські конфесії вважають технічні нововведення інформаційного простору досить позитивним явищем, та активно їх використовують.

Список використаних джерел:

1. Баптистська церква України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/pages/Баптистська-церква-України>
2. Беґей О. І. Релігія та віртуальна реальність: проблеми співіснування / О. І. Беґей // Інтелект. Особистість. Цивілізація: темат. зб. пр. із соціально-філософських проблем. – Донецьк, 2010. – Вип. 8. – С. 190–194.
3. Перун М. Церква в системі соціальної комунікації // Соціальна комунікація: виклики ХХІ століття. – Львів, 2005.
4. Православ'є в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/pravukr>
5. Саган О. Православна ортодоксія у світі релігійного постмодерну / Християнство доби постмодерну: Колективна монографія. – К., 2005.
6. Сигневич С. Социальные сети и Православие. Присутствие православных молодёжных объединений в социальных сетях: как грамотно презентовать? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.orthedu.ru/vstrechi/2273-socialnye-seti-i-pravoslavie.html>
7. Соціальна мережа «Вконтакте» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vk.com/>
8. Соціальна мережа «Facebook» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/>
9. Соціальна мережа «Twitter» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://twitter.com/>
10. У Фейсбуці сидять 1,7 мільйона українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.volynpost.com/news/319-u-fejsbuci-sydiat-17-miljona-ukrainciv>
11. Українська Греко-Католицька Церква [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/ugcc.ua>
12. Щедрін А. Т. «Вторинна» міфотворчість як соціокультурний феномен (проблеми релігієзнавчо-культурологічного аналізу) : монографія / А. Т. Щедрін. – Х. : ХДАК, 2007. – 430 с.
13. Чому Facebook, а не Вконтакте [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blogoreader.org.ua/2011/05/24/facebook-vs-vkontakte/>