

УДК 101.17.036.1+172.3

Рожко В. А.,
аспірантка, Інститут вищої освіти Національної
академії педагогічних наук України
(Україна, Київ), red.gorgeous.mars@gmail.com

ГЕДОНІЗМ І СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ У ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ РЕЛІГІЙНИХ СПІЛЬНОТ СХОДУ ТА ЗАХОДУ

Соціальна комунікація є важливою складовою життєдіяльності будь-яких типів спільнот, зокрема релігійних. Серед актуальних напрямів сучасних суспільствознавчих досліджень виділяється проблематика гедонізму і гедоністичних настроїв у суспільстві масового споживання. У рамках даної роботи досліджуються прояви гедонізму у соціальній комунікації у процесі життєдіяльності релігійних спільнот.

Ключові слова: гедонізм, соціальна комунікація, світогляд, споживання, суспільство споживачів, релігійні спільноти, християнство, секти, буддизм, ЗМІ.

Сучасне суспільство нерідко описують як суспільство споживання [2]. Це означає, що основною метою суспільної життєдіяльності проголошується споживання в усіх його формах і проявах. У середньостатистичного громадянина сучасного суспільства високий рівень споживання асоціюється з високим соціальним статусом (престижем), соціальною захищеністю і добробутом [9, с. 38].

Споживання, як правило, характеризується тими чи іншими формами насолоди, які споживач отримує у процесі споживання. Таким чином, гедонізм як любов до насолоди, як націленість на пошуки і здобуття насолоди у різних формах і проявах, як світогляд, у центр якого поставлена насолода є невід'ємною ознакою суспільства споживання [8, с. 3]. З іншого боку, гедонізм як світогляд, ідеологія і суспільне явище очевидно присутній у тій чи іншій мірі у будь-яких типах суспільств і сферах суспільного життя.

Соціальна комунікація як один із різновидів і форм суспільної життєдіяльності тісно пов'язана з життєдіяльністю суспільства в цілому, залежить від нього. Таким чином, наявність у суспільстві гедоністичних ідей, поглядів і настанов не може не впливати на соціальну комунікацію. Але у життєдіяльності різних соціальних спільнот ці впливи можуть набувати специфічних форм прояву. Особливо це стосується життєдіяльності релігійних спільнот, для яких аскетизм і самообмеження традиційно виступали впливовими світоглядними настановами.

Враховуючи усе вище зазначене, було прийнято рішення дослідити прояви гедонізму у соціальній комунікації релігійних спільнот. Це і є *метою* нашої роботи.

Аналіз ступеня розробленості проблеми показав, що прояви гедонізму у соціальній комунікації релігійних спільнот ще не привернули до себе належної дослідницької уваги. Разом з тим, для осмислення цих проявів важливими можуть стати роботи вітчизняних і зарубіжних авторів, присвячені загальним питанням суспільної комунікації (Є. Андрос, К.–О. Апель, Ю. Габермас, К. Дейч, О. Злобіна, А. Єрмоленко, Г. Лассуел, Н. Луман, Л. Ситниченко, Т. Парсонс та ін.). У цілому, під соціальною комунікацією дослідники розуміють соціально обумовлений процес передачі і сприйняття інформації у процесі

міжособистісного і масового спілкування по різних каналах за допомогою різних комунікативних засобів (вербальних, невербальних та інших). Таке розуміння стало відправним пунктом і нашої розвідки. Серед досліджень, присвячених гедонізму, варто у даному контексті звернути увагу на роботи З. Баумана, Ж. Бодрийяра, П. Бьюкенена, А. Долгенко, А. Костіної, Ж. Липовецького, Г. Маркузе, М. Онфрейна, А. Ренд, Е. Фромма, Т. Хагурова та ін. За визнанням більшості дослідників, гедонізм став новою релігією сьогоднішнього дня, перетворюючи насолоду, власні бажання і споживання на справжній культ і предмет поклоніння.

Будь-яка система не є абсолютно ідеальною і потребує тих чи інших часових корекцій. Проте сам принцип зрозумілий. І шляхи його реалізації теж. Українська людина, українське суспільство лише на початку цього шляху. Більше того, ми на етапі первісного нагромадження капіталу. А це – і стрімке розшарування суспільства, і клановість, і корупція, наростання тіньової економіки, бартеризація, катастрофічний спад виробництва, неплатежі тощо. Тобто йдеться про системну, багатоаспектну кризу, основоположні принципи виходу із якої окреслені вище, – вони випливають із скарбниці світового досвіду. Одну обставину треба при цьому виокремити як визначальну. Реформи, які здійснюються у суспільстві, будуть результативними лише тоді, коли існуватиме розгалужена системна комунікація, постійно діючий суспільний дискурс, у межах якого узгоджуватимуться принципові інтереси різних соціальних груп за умов різкої суспільної стратифікації, розшарування. [1, с. 238].

Розглядаючи гедоністичні настрої у християнських спільнотах та похідних від них згромадженнях, варто згадати термін «християнський гедонізм», який був впроваджений доктором Джоном Пайпером задля того, щоби описати свою схему градації духовного життя. Сам по собі цей термін є досить дивним, тому що у християнських спільнотах термін «гедонізм» прийнято вважати чимось негативним, навіть руйнівним. В сьогоденні гедонізм та споживання в цілому являють собою проблему для християнських релігійних спільнот. Такі принципи та переконання сприяють слабкості віри, моралі та ідеалів. Гедоністичні принципи домінують над фундаментальними принципами християнства, зокрема над такими як «обітниця бідності», яку дають чернечі згромадження східної та західної традицій. Для «обітниць бідності» притаманне повне відречення від будь-яких матеріальних статків, власності та прив'язаностей, але натомість у сьогоденні чернечі ордени приділяють чимало уваги тому, щоби збільшити фінансування їхнього конкретного згромадження задля того, щоби мати змогу придбати деякі предмети розкоші та обладнати монастир за останнім словом техніки. Настоятелі християнських парафій протестантських та баптистських традицій ставлять в пріоритет десятину та інші види пожертвувань, що говорить про те, що релігія у більшості випадків не може конкурувати з любов'ю до себе та життям заради задоволень. Цікаво, що у більшості випадків, ті, які бажать долучитися до чернечих згромаджень у першу чергу керуються саме гедоністичними принципами – такі особи або тікають від споживацького світу у пошуках духовності, яка дасть їм достойну заміну культурі, якій вони не здатні

протистояти, або задля того, щоби працювати менше, але бути ситим – духовні особи завжди та в кожній культурі відносилися до окремої касти суспільства, якій не належало тяжко працювати.

Одна з християнських конфесій, яка серед католиків та православних вважається сектою, – Свідки Єгови, – у пріоритет ставить не стільки матеріальне збагачення, скільки марнославство. Навіть від найвідданіших читачів та передплатників журналу «Сторожова Вежа» ніхто не приховує того, що в божественній ієрархії третє місце після Бога Єгови та Ісуса Христа займає Керуюча Корпорація зі своїми старійшинами та «місіонерськими служителями». Організація відіграє настільки вагому роль у житті своїх вірних, що їх заохочують називати її «Матір'ю», – «Ми повинні визнавати не тільки Бога Єгову як нашого отця, але й організацію – як нашу Матір» [10, с. 68].

В теології мормонів, які намагаються позиціонувати себе як одну з християнських церков також присутній елемент марнославства, але вже за рахунок політеїзму та полігамії, які впровадив до цієї течії її засновник Джозеф Сміт. Він стверджував, що людина має божественну природу, бо Бог так само колись був людиною. Такі погляди сприяють збільшенню кількості прихожан цієї конфесії, особливо тих, які бажають відчуті причетність до божественності. Полігамія також відіграє в цьому не останню роль.

У релігійних традиціях Сходу до гедоністичних настроїв ставлення вже дещо інакше. Якщо у християнській традиції стражданням вважалося те, на що прирєкає себе особа своєю неналежною поведінкою, то в буддизмі на страждання було прирєчене саме життя людини, саме її існування. Коренем страждань та нещастя виступають емоції та пристрасті людини. На відміну від християнських доктрин, одна з чотирьох фундаментальних «істин» буддизму вказує на те, що варто уникати не лише крайнього гедонізму, але й надмірного аскетизму, оскільки тільки таким способом можна досягти «просвітлення» та досягнути «істинну мудрість». Далай Лама XIV стверджував: «Основною метою людського існування є щастя. Це ж очевидно. Незалежно від того, хто ми є – атеїсти, віруючі, буддисти чи християни – усі ми у пошуках чогось кращого в житті. Таким чином, на мою думку, основний рух у нашому житті – це рух до щастя...» [4, с. 8].

Комунікуючи зі своїми громадами, релігійні організації заохочують їх до ревного наслідування фундаментальних настанов їхньої конфесії, переконуючи їх у тому, що результатом такої відданості може стати абсолютне щастя та вічне задоволення, уособлене у місцях, або станах таких як християнський рай чи буддистська нирвана. Заохочення до наслідування головних конфесійних настанов не є єдиним важливим моментом в комунікації між лідерами релігійних згромаджень та їх членами. З амвонів храмів та у залах зібрань, лідери та настоятелі релігійних спільнот, відчуваючи натовп проголошують здебільшого те, що їх віряни бажають почути. Перші документи, де згадано про комунікацію, з'являються 1487 і 1515 рр., а 25 листопада 1766 року виходить перша в історії Католицької Церкви енцикліка Папи Климента XIII про засоби комунікації «Християнська республіка» (*Christianae Reipublicae*), де йдеться про небезпеку

антихристиянських писань, про погані книги, про самовпевнених богословів і про обов'язки єпископів щодо поганих книг та аморальної літератури [3, с. 2]. Серед основних християнських конфесій – католиків та православних, у проповідях йде наголошення на інтелектуалізм, останнім часом нетривіальні трактування святого письма та листів отців церкви мають неабияку популярність. Якщо раніше, в радянські часи, релігійна тематика та церковні проповіді узагалі були чимось мало прийнятним, то в сьогоденні, враховуючи те, що до деяких навчальних закладів додаються предмети по типу «урокув християнської етики», а бажаючих навчатися в семінарії чи отримати теологічну освіту все більше, проповіді та різноманітні тлумачення релігійних текстів є досить актуальною темою. Оскільки проповідь є невід'ємною частиною християнських богослужінь, настоятелі та лідери таких згромаджень роблять ставку на її цікавості та новизні, приправляючи це солідною дозою сухого інтелектуалізму. Це все розраховано для збільшення кількості прихожан, які відвідують богослужіння якщо не для свого духовного виховання, то хоча б заради того, щоб задовольнити свою жагу до теологічних істин. Догматичні проповіді, в яких описуються головні принципи, істини та закони віри, а також есхатологічні моменти християнського віровчення. На думку теологів, догматичний тип проповідей є найважливішим, оскільки неповне розуміння догматів Церкви унеможливує формування християнського світогляду, який визначає життя та діяльність вірян [6].

В подібній комунікації настоятель – прихожани є цілий спектр наслідкових реакцій. Проповідник здатен надихнути вірян як на благочестиві вчинки, так і на еретичні погляди, створити торжествуючий святковий настрій під час урочистостей та почуття покути та розкаяння під час періоду посту. Також важливим моментом у ролі проповіді є її об'єднуюча функція. Сам процес прослуховування проповіді допомагає вірянам відчувати себе в деякій єдності. Варто також згадати виховну функцію проповідей – віряни, а також неокатехумени, які потребують релігійного виховання черпають його в першу чергу через проповіді. В енцикліках Папи Римського йдеться про навчання людей протистоянню злу: «...усі людські зусилля будуть деремними, якщо Церкву не допустять до участі у цій праці» [7, с. 70].

Оскільки більшість християнських конфесій, зокрема, Римо-католицька, намагається йти в ногу з часом задля того, щоб бути ближче до своїх послідовників, невід'ємним знаряддям комунікації є ЗМІ – радіо, телебачення та інтернет. Таким чином церква, будучи навіть відокремленою від держави допомагає вірянам отримувати інформацію релігійного характеру у світському житті. Також це допомагає залучати до релігійних згромаджень тих осіб, які не мають жодного відношення до цієї конфесії та будь-якої релігійної течії в цілому. Інтернет стає засобом розповсюдження теологічної інформації до тих країн, де немає впливу католицької церкви [5, с. 15]. Останнім часом фільми на релігійну тематику стають все більш популярними, а масштаби тиражу релігійної літератури просто вражають. Отже, оскільки на подібну тематику існує попит – церква вважає своїм обов'язком його задовольняти як заради тамування спраги теологічних

знань своїх вірян, так і для того, щоби забезпечити їх прихильність до своєї конфесії.

У процесі ознайомлення з соціальною комунікацією, яку здійснюють релігійні спільноти, було виявлено, що в сучасних умовах, коли у більшості розвинутих країн світу сфера релігійного життя, а отже і життєдіяльності релігійних спільнот в більшій чи меншій мірі відокремлена від держави, пересічні релігійні спільноти зазвичай спрямовують діяльність своїх інституцій на сферу приватного життя громадян і саме тому, проблематика особистого життя і звичайних життєвих радощів і насолод починають відігравати у її соціальній доктрині і комунікації більш важливу і помітну роль.

У рамках дослідження було встановлено, що в життєдіяльності і зокрема соціальній комунікації будь-яких релігійних спільнот можна віднайти прояви гедонізму, елементи гедоністичного світогляду і гедоністичні настрої. Так, навіть у рамках релігійних спільнот і світоглядів, які проповідують найаскетичніші практики та способи життєдіяльності, можна ставити питання у такому ключі. Це пояснюється тим, що кінцевою метою подібних релігійних практик та способів життєдіяльності є позбавлення страждань, а отже досягнення атараксії, блаженства, нірвани і т.д., які так чи інакше теж можуть бути описані у термінах гедонізму і споживацького світогляду.

Будь-яка релігійна спільнота є складовою частиною того суспільства, у рамках якого вона існує і здійснює свою життєдіяльність. Немає значення, чи в даному випадку йдеться про життєдіяльність, яка відбувається у рамках релігійної спільноти, чи яка провадиться релігійною спільнотою і її представниками по відношенню до навколишнього світу і тої частини суспільства, яка є «зовнішньою» по відношенню до даної спільноти. Важливим елементом життєдіяльності релігійної спільноти є соціальна комунікація, здійснювана нею як у власних рамках, між своїми членами, так і по відношенню до навколишнього світу, інших громадян суспільства. Дослідження процесу, структури і особливостей соціальної комунікації може дати чимало інформації як про релігійну спільноту так і про суспільство, до якого вона належить. Таке дослідження може також виявити прояви гедонізму, гедоністичного світогляду і гедоністичних настроїв її учасників.

Результати дослідження дають змогу стверджувати, що гедоністичні настрої і елементи гедоністичного світогляду присутні у найрізноманітніших релігійних спільнотах, життєдіяльність яких проходить у різних суспільствах і суспільних середовищах. Так зокрема, у суспільній комунікації християнських релігійних спільнот було виділено, з одного боку, гедоністичні настрої, спрямовані на здобуття насолоди у поточний момент часу чи у близькому майбутньому, а з іншого, – спрямовані на здобуття насолоди у майбутньому нескінченно далекому, у Вічності. Самі по собі щастя та радість не повинні ставати на перешкоді до духовного розвитку та виховання, це є лише винагородою за покірне і сумлінне наслідування фундаментальних церковних настанов, незалежно від конфесії. Для порівняння, філософські та релігійні течії Сходу, такі як буддизм, схилиються до того, що щастя є основною метою людського існування. Крім того, було виявлено, що релігійні спільноти і суспільство, до якого вони належать, у значній мірі впливають

один на одного, що проявляється зокрема через обмін гедоністичними настроями і практиками, формування тих чи інших елементів гедоністичного світогляду тощо.

Таким чином, поняття гедонізму доцільно широко застосовувати у соціально-філософських дослідженнях, зокрема присвячених соціальній комунікації і життєдіяльності релігійних спільнот.

Список використаних джерел

1. Андрос С. І. Комунікативна природа людського буття // Філософія: світ людини. Курс лекцій: навч. посібник / В. Г. Табачковський, С. І. Андрос, М. О. Булатов, Н. В. Хамітов та ін. [Текст]. – К.: Либідь. – 2003. – С.225–242.
2. Бодриар Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Жан Бодриар; пер. с фр., послесловие и примечания Е. А. Самарской. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
3. Гад'ю Н. Католицька Церква і Комунікація. Від слова до Онлайн / Н. Гад'ю. – Львів: Теле- та радіожурналістика, 2014.
4. Далай Лама. Искусство быть счастливым. Руководство для жизни. – Москва, София, 2009. – 287 с.
5. Киселев Г. С. Постмодерн и христианство // Вопросы философии. – 2001. – №12. – С.266.
6. Минз Д. Современная проповедь. – М.: Диалог, 1996. – 55 с.
7. Энциклики Его Святейшества Папы Римского 1891, 1981, 1991 годов. – К.: Институт праксеологии, 1993. – 277 с.
8. Hirschman E., Holbrook M. Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions // Journal of Marketing. – 1982. – №46. – P.3.
9. The Culture of Consumption. Critical Essays in American History 1880–1980 / Ed. by Richard Wigtman Fox and T. J. Jackson Lears. – S.a.: Pantheon Books, 1983. – 38 p.
10. McDowell J., Stewart D. The Deceivers. – United States, Zondervan, Grand Rapids, Michigan. – 266 p.

References

1. Andros Je. I. Komunikatyvna pryroda ljuds'kogo buttja // Filosofija: svit ljudyny. Kurs lekcij: navch. posibnyk / V. G. Tabachkovs'kyj, Je. I. Andros, M. O. Bulatov, N. V. Hamitov ta in. [Tekst]. – K.: Lybid'. – 2003. – S.225–242.
2. Bodrijar Zh. Obshhestvo potreblenija. Ego mify i struktury / Zhan Bodrijar; per. s fr., posleslovie i primechanija E. A. Samarskoj. – M.: Respublika; Kul'turnaja revoljucija, 2006. – 269 s.
3. Gad'o N. Katolyc'ka Cerkva i Komunikacija. Vid slova do Onlajnu / N. Gad'o. – L'viv: Tele- ta radiozhurnalistyka, 2014.
4. Dalaj Lama. Iskustvo byt' shtastlivym. Rukovodstvo dlja zhizni. – Moskva, Sofija, 2009. – 287 s.
5. Kiselev G. S. Postmodern i hristianstvo // Voprosy filosofii. – 2001. – №12. – S.266.
6. Minz D. Sovremennaja propoved'. – M.: Dialog, 1996. – 55 s.
7. Jencikliki Ego Svjatejshestva Papy Rimskogo 1891, 1981, 1991 godov. – K.: Institut prakseologii, 1993. – 277 s.
8. Hirschman E., Holbrook M. Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions // Journal of Marketing. – 1982. – №46. – P.3.
9. The Culture of Consumption. Critical Essays in American History 1880–1980 / Ed. by Richard Wigtman Fox and T. J. Jackson Lears. – S.a.: Pantheon Books, 1983. – 38 p.
10. McDowell J., Stewart D. The Deceivers. – United States, Zondervan, Grand Rapids, Michigan. – 266 p.

Rozhko V. A., postgraduate student, Institute of Higher Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine (Ukraine, Kiev), red.gorgeous.mars@gmail.com

Hedonism and social communication in the life of the religious communities of East and West

Social communication is an important branch of activity of the religious communities of any kind. Among the expired directions of modern social sciences, hedonistic matters and features in the society of consumption are the main and underlined problem in this field. The main idea of the article is investigation of the hedonistic features in the society of consumption in vital activity process of the religious communities.

Keywords: hedonism, social communication, ideology, consumption, society of consumption, religious communities, Christianity, sects, Buddhism, Mass Media.
