

16. Кьеркегор С. Страх и трепет / С. Кьеркегор. – М.: Республика, 1993. – 383 с.
17. Маритен Ж. Философ в мире / Ж. Маритен. – СПб. – М., 1994. – 296 с.
18. Моуди Р. Жизнь до жизни. Жизнь после жизни / Р. Моуди. – К., 1994. – 352 с.
19. Неллас П. "Кожаные ризы" // Человек. – 2000. – № 5. – С. 110-111.
20. Рассел Б. Почему я не христианин / Б. Рассел. – М., 1987. – 334 с.
21. Сахарова Т.А. Современный католический спиритуализм / Т.А. Сахарова // Современные религиозно-философские течения в капиталистических странах. – М., 1962. – 219 с.
22. Тейяр де Шарден. Божественная среда / Тейяр де Шарден. – М., 1992-XXV. – 311 с.
23. Хайдеггер М. Закон тождества / М. Хайдеггер // Тождество и различие. – М.: Логос, 1997. – 256 с.
24. Хайдеггер М. Кант и проблема метафизики / М. Хайдеггер. – М.: Логос, 1997. – 176 с.
25. Шеллинг Ф.В.Й. Бруно, или о божественном и природном начале вещей. Беседа / Ф.В.Й. Шеллинг // Соч.: В 2-х т.– М.: Мысль, 1987. – Т. 1. – 589 с.
26. Шеллинг Ф.В.Й. Система трансцендентального идеализма / Ф.В.Й. Шеллинг // Соч.: В 2-х т.– М.: Мысль, 1987. – Т. 1. – 489 с.
27. Юм Д. Исследование о человеческом разумении / Д. Юм. – М.: Прогресс, 1995. – 240 с.
28. Юнг К.Г. Психология бессознательного / К.Г. Юнг. – М., 1996. – 412 с.
29. Янкелевич В. Смерть (Перевод с французского) / В. Янкелевич. – М.: Издательство Литературного института, 1999. – 448 с.

Victor Bodnar

Ethical and sociological problems of the dying and death of a man: ontological, epistemological dimension

The paper highlights the urgent problems of dying and death of a man and its proper interpretation of the system of an integrated picture of the dual-dynamic metaphysic.

Keywords: dying, the doctrine "coats of skins", the denomination, immortalism, euthanasia, mystery, neospiritualism, ontognoseologiya, ontologisation death psychoenergetics, permutation, sacredness, death, thanatology, transcendental.

Виктор Боднар

Этико-социологические проблемы умирания и смерти человека: онтологическо-гносеологический аспект

В статье освещаются актуальные проблемы умирания и смерти человека и ее адекватное осмысление в системе интегральной картины двойственно-динамической метафизики.

Ключевые слова: умирание, учение "кожаных риз", деноминация, иммортализм, эвтаназия, мистериальность, неоспиритуализм, онтогносеология, онтологизация смерти, психоэнергетика, пермутация, сакральность, смерть, танатология, трансцендентное.

УДК2-44:/007:004.77

© **Ірина Клімук**
(Луцьк)

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА РЕЛІГІЙНА ІДЕНТИЧНІСТЬ

Стаття присвячена дослідженню зв'язку соціальних мереж та релігійної ідентичності. Розглядається співвідношення між реальною і віртуальною релігійною ідентичністю та можливості їх взаємовпливу.

Ключові слова: релігійна ідентичність, віртуальна ідентичність, реальна ідентичність, соціальні мережі, Інтернет-залежність.

Постановка проблеми. У сучасну епоху, коли відбувається становлення інформаційного суспільства, особливо гостро постає проблема ідентичності. В результаті плюралізму та інформатизації соціального буття нівелюються вирізняльні ознаки культур і

народів, порушуються звичні межі класу, нації, релігії. Для кожної особистості головним завданням постає віднайти, хто вона є.

Необхідність детального аналізу ідентичності викликана умовами існування сучасної людини одночасно в двох світах: реальному, де чітко визначенні межі життя, та віртуальному, в якому завдяки відсутності кордонів необхідною умовою існування в ньому є ідентифікація. Розвиток засобів масової комунікації обумовлює значні зміни ідентичності. Остання набуває рис незавершеності, відкритості, множинності, персоналізації. Однією з важливих складових комунікаційних технологій та сучасного Інтернет-простору, що впливає на формування та трансформацію сучасної релігійної ідентичності, виступають соціальні мережі. Популярність соціальних мереж в наш час зростає з кожним днем. Люди проводять досить багато часу в соціальних мережах обмінюючись інформацією, набуваючи нового досвіду, що безумовно впливає на формування світогляду, цінностей, установок, стилю життя і є ґрунтом для конструювання релігійної ідентичності.

Актуальним на сьогодні постає питання про специфіку взаємозв'язку соціальних мереж з індивідуальною та колективною, віртуальною та реальною релігійними ідентичностями. Зокрема затребуваним є дослідження співвідношення між реальною та віртуальною релігійною ідентичністю і можливості їх взаємовпливу.

Отже, науковою проблемою роботи є дослідження зв'язку соціальних мереж з індивідуальною та колективною, віртуальною і реальною релігійними ідентичностями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми становлення інформаційного суспільства, віртуалізації суспільного життя, особливостям соціальних мереж присвячені праці закордонних та вітчизняних дослідників: П.Бурд'є, В.Бюл, Ж.Делез, Д.Іванов, М.Кастельс, Є.Прохоренко, С.Романенко, І.Семенова, В.Сілаєва, А.Фомін, В.Щербина та інші. А.Алдишкіна, І.Остапенко присвятили свої роботи соціальній структурі, віртуальній ідентичності, гендерній саморепрезентації в Інтернеті. Теоретичним та функціональним аспектам релігійної ідентичності присвячені праці закордонних дослідників: П. Бергера, А.Забіяко, А.Крилова, Х.Мола, Р.Старка, Є.Шумілової та Є.Ходжаєвої. У вітчизняній науці дана проблематика висвітлюється в роботах А.Арістової, М.Бабія, В.Єленського, С.Здіорука, А.Колодного, Н.Мадей, І.Папаяні, Л.Рязанової, Л.Филипович.

Мета роботи – дослідити особливості зв'язку соціальних мереж і сучасної релігійної ідентичності особистості. Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: розкрити співвідношення між реальною і віртуальною релігійною ідентичністю; виявити особливості взаємозв'язку соціальних мереж та сучасної релігійної ідентичності.

Основний зміст роботи. У релігієзнавчій традиції існують різні підходи до визначення поняття релігійної ідентичності. Найбільш поширеними залишаються примордіалізм та есенціалізм, що описують релігійну ідентичність як сукупність певних елементів, символів. Дані підходи втрачають свою привабливість, адже релігійна ідентичність не дана від народження, а формується в залежності від соціальних умов, пережитих обставин. А тому, на нашу думку, найбільш доцільним є на сьогодні підхід, що окреслює релігійну ідентичність як творчий конструкт. Власне таку дефініцію терміну релігійної ідентичності пропонує відомий дослідник А.Н. Крилов: «Поняття релігійної ідентичності доцільніше сформулювати, як фіксування тотожності суб'єкта в сенсі набуття за допомогою релігії власного екзистенційного досвіду при суб'єктивному усвідомленні своєї приналежності до тієї чи іншої релігійної організації» [5, с. 27].

Розглядаючи релігійну ідентичність в сучасному світі, необхідно виділити та проаналізувати елементи ідентичності, традиційні та нові фактори, що впливають на її формування. З інтенсивним розвитком засобів масових комунікацій таким фактором виступають соціальні мережі в Інтернеті. Під соціальною мережею розглядатимемо своєрідні віртуальні об'єднання людей за інтересами, діяльністю чи іншими характеристиками, контент яких наповнюється самими учасниками, які крім комунікації активно використовують на сьогодні медіа-ресурси: музику, відео, ігри.

Однією з відправних точок відліку, коли соціальні мережі почали безпосередньо впливати на формування релігійної ідентичності сучасного віруючого, було схвалення Папою Римським Бенедиктом XVI використання соціальних мереж та відкриття його власної сторінки. У своєму Посланні «Соціальні мережі, ворота істини і віри», яке присвячене 47 Всесвітньому дню соціальних комунікацій, Папа Римський Бенедикт XVI наголошував: «Якщо ці простори використовуються правильно і зважено, то вони сприяють таким формам діалогу і дискусії, в дусі поваги, уваги і конфіденційності, відповідальності і прихильності до істини, які можуть зміцнювати зв'язки єдності між людьми і дієво просувати гармонію людської сім'ї» [1].

У сучасному суспільстві людина живе одночасно в двох світах. Перший – реальний соціальний світ, де все буття індивіда структуроване та обмежене певними кордонами: вік, стать, національні та територіальні межі. Особистість змушена конструювати власну ідентичність пристосовуючись до соціально-політичних, економічних та інших суспільних умов, обмежена просторовими та часовими рамками. Та другий – паралельно існуючий, безмежний інформаційний світ, де кожен вільно вибудовує власну віртуальну соціальну реальність, в якій необхідною умовою є спосіб ідентифікації. Люди, які в віртуальній реальності вступають у соціальні відносини і об'єднуються навколо спільних інтересів, створюють соціальні мережі. На відміну від інших віртуальних сайтів в соціальних мережах людина виступає нібито від свого імені. Так само як і в реальному світі, в віртуальному просторі на основі соціальних відносин утворюються різні соціальні спільноти, зокрема релігійні. Не дивлячись на своє віртуальне походження, останні є соціальними об'єднаннями, що безпосередньо впливають не лише на поодиноких індивідів, але й на суспільство в цілому. Слід наголосити, що належність людини до соціальних мереж може впливати на реальну релігійну ідентичність різними способами.

Індивід у віртуальному просторі не шукає авторитетів, а створює сам свою соціальну реальність, або їх множину. Вибудовуючи власну релігійну ідентичність в декількох віртуальних реальностях, особистість, не обмежена жорсткими рамками, експериментує з власними ідентичностями. Це підтверджує думку російського дослідника Д. В. Іванова, що «з віртуалізацією суспільства відбувається процес віртуалізації особистості, яка намагається ідентифікувати себе, формуючи множину віртуальних образів, сконструйованих ідентичностей, котрі насправді є лише симуляціями. У результаті, людині важко знайти себе у множині образів, масок-симулякрів» [4, с. 136]. На основі цього виникає феномен множинної мережевої ідентичності. У порівнянні з реальним життям це надає багато нових можливостей. Віртуальна соціальна реальність пропонує заміну дійсного виконання ритуально-обрядової практики на віртуальне, де можна провести відправлення культу, прилучитись до Інтернет-молитви, здійснити онлайн-сповідь зі священником та навіть віртуальні паломництва до святих місць. Відсутність територіальних та національних меж дозволяє людині формувати релігійну ідентичність, яка не притаманна її регіонові. Віртуальний простір руйнує кордони нормативних цінностей, локальних норм, таких як етноконфесійна належність, місцеві релігійні традиції. Релігійні організації створюються, не дивлячись на значні географічні відстані, що існують між їхніми віруючими. Релігійне життя все більше переміщується з церков, мечетей в Інтернет-простір, в якому зростають можливості по обміну знаннями, ідеями, цінностями. Користувач соціальних мереж може безпосередньо втручатись і змінювати норми, ідеї, знання, образи, які він використовує при конструюванні індивідуальної релігійної ідентичності.

Створення віртуальної ідентичності в першу чергу пов'язане з незадоволенням повністю або деякими аспектами реальної ідентичності. Західні дослідники відмічають наступні нереалізовані сторони реальної ідентичності, що переносяться на можливість саморепрезентації та створення нової мережевої ідентичності. Англійський дослідник Сулер вважає, що віртуальна ідентичність може бути «здійсненням мрії, нездійсненої в реальності, мрії про силу і могутність або про належність і розуміння» [7]. Це так зване «висловлення поглядів, які не можна висловити в реальності навіть найближчим людям;

вираз пригнічених в реальності сторін своєї особистості» [9]. Таким чином, реальна ідентичність безпосередньо впливає на саморепрезентацію в Інтернет-просторі та створення віртуальної ідентичності. У віртуальному світі людина формує власне ту ідентичність, яка так і не знайшла визнання у реальному. Перевагою Інтернет-простору є те, що віруючий може легко конструювати релігійну ідентичність, яка не є притаманна для його регіону проживання. Не дивлячись на відсутність культових будівель та послідовників, індивід легко може сповідувати релігію, яка є нетрадиційною для його нації, при цьому бути цілодобово на онлайн-зв'язку з пастором та членами общини.

Особистість особливо в молоді роки намагається відкрити для себе більше нового та досягнути невідоме. Зокрема, російські психологи Жичкіна А.Є., Белінська Є.П. зазначають, що «користувачами старшого підліткового і молодого віку частіш за все «віртуальна особистість» створюються саме з ціллю відчутти новий досвід, що може бути пояснено віковим прагненням до самовираження, що реалізується через «приміряння» на себе різних ролей» [2]. Англійський дослідник Ш.Теркл підкреслює: створення мережевої ідентичності, що відрізняється від реальної, може створюватися також для того, щоб випробувати новий досвід – саме в цьому контексті поняття «експериментування з ідентичністю» найбільш доречно; тобто, мережева ідентичність, що відрізняється від реальної ідентичності, не лише виражає те, що вже наявне в особистості, але може бути і прагненням випробувати щось раніше не випробуване» [8, s.143-155]. Це сприяє розвитку феномену множинної релігійної ідентичності. Один із прикладів такої форми ідентичності є одночасне існування декількох мережевих релігійних ідентичностей особистості, або реальної та віртуальної релігійної ідентичності, які відрізняються одна від одної.

Таким чином реальна релігійна ідентичність впливає на створення однієї, або декількох мережевих ідентичностей. Реальна та віртуальна ідентичності можуть бути як однаковими та доповнювати одна одну, так і абсолютно різними.

Зазначені вище види співвідношення реальної релігійної ідентичності та віртуальної саморепрезентації відносяться до впливу реальної ідентичності на формування віртуальної. Проте існує можливість зворотного впливу віртуальної ідентичності на формування та трансформацію реальної релігійної ідентичності. Одна з можливих форм є включення реальної релігійної ідентичності до мережевої з подальшою можливістю розвитку та зміни. Тоді всі трансформації, що відбуваються з віртуальною ідентичністю переносяться на реальну релігійну ідентичність. Мережева ідентичність впливає безпосередньо на те, що сучасній релігійній ідентичності притаманні такі риси, як персоналізація, індивідуалізація, незавершеність, розмитість.

Релігійна індивідуалізація пов'язана з релігійним суб'єктивізмом. Людина все більше виступає як автономна особистість, яка вільна в своєму виборі, у вчинках і здатна самостійно нести відповідальність за все здійснене нею. Такі соціальні інститути, як сім'я, школа, церква, які завжди були основою ідентифікаційного процесу втрачають авторитетне значення. Діти, що народились та виховуються в релігійних сім'ях самі вибирають, чи сповідувати ту релігію, яку сповідують їхні батьки. Сфера релігії стає приватною справою кожного.

Освоєння релігійними організаціями Інтернет-простору дозволяє одночасно паралельно розгортати власну діяльність в двох вимірах: реальному та віртуальному. Швидке розповсюдження інформації в соціальних мережах завдяки повідомленням, медіа-ресурсам сприяє плюралізації релігійного життя. Тому відбувається формування незавершеної, розмитої релігійної ідентичності, де процес ідентифікації індивідуалізований та складається відповідно до повсякденного життя людини. Такі дослідники, як Дудченко О. Н., Митіль А.В. стверджують, що «мінливість і множинність ідентичності в віртуальному світі, відображають множинність ідентичності в сучасному суспільстві в цілому» [3, с. 110-120]. Проте не слід останнє явище ототожнювати з кризою ідентичності, навпаки, людина має змогу, заперечуючи константну ідентичність, виразити своє багатогранне «Я», здобути свободу у формуванні власної ідентичності.

Розкриваючи проблему специфіки впливу соціальних інтернет-сервісів на конструювання ідентичності, розглянемо формування релігійної ідентичності користувачів соціальної мережі «ВКонтакте». Дана мережа є трансдержавна та включає в себе користувачів з різних країн світу. У соціальній мережі існують різні форми вираження релігійної ідентичності. По-перше, при заповненні профайлу особистої сторінки – користувачі за власним бажанням можуть вказати свої релігійні переконання. Зокрема на основі таких підрахунків аналітика соціальних мереж Максима Россошанського були опубліковані дані релігійної ідентичності користувачів мережі «ВКонтакте». Згідно з даними, станом на 18 травня 2011 року картина релігійної ідентичності виглядає наступним чином: «із 138 млн. зареєстрованих користувачів сайту з православ'ям співвідносять себе 10 млн. користувачів (10,5%), з ісламом – 1,5 млн. (1,6%), буддистами – 363 тис. (0,38%), атеїстами – 463 тис. людей (0,49%)». Складність полягає в тому, що в мережі не можливо визначити чітку кількість користувачів, оскільки деякі користувачі можуть бути зареєстровані декілька разів, використовуючи різні ніки.

В соціальних мережах існує велика кількість груп, які пов'язані з релігійною тематикою. Лише в мережі «В Контакті» налічується понад 35 тис. груп. «За кількістю груп з чисельністю учасників від тисячі лідирує православ'я – 106 (із всієї кількості 2461 груп) і іслам – 97 груп (всього 3425). Протестантизм нараховує 77 груп-тисячників, католицизм – 9, буддизм – 4 та іудаїзм представлений трьома такими групами» [6]. Хоча більшість із них дублюється в мережах «Однокласники», «Фейсбук» і «Твітер». Яскравим прикладом є портал «Православие. Ру», в якому ще в описі зазначенні посилання місця знаходження в інших соціальних мережах. Групи створюються з різною метою: одні для висвітлення інформації про сутність віровчення, події, які відбуваються в релігійному житті; інші з місіонерською спрямованістю (Інтернет в порівнянні з іншими ЗМК є дешевим способом розповсюдження інформації та необмежений тематичними рамками); ще інші – безпосереднє здійснення релігійних практик. Учасниками груп можуть бути як віруючі даної релігії, так і люди, що цікавляться релігійною проблематикою. Хоча є й виключення, коли люди безпосередньо прилучаються до релігійних груп з метою висловлення невдоволення, агресивних емоцій. Можливо, з ціллю захисту від таких атак групи закривають власний контент. Вступ до таких груп можливий лише з дозволу адміну, але при цьому, детально перевіряється мережева сторінка заявника. Для кожного, хто бажає стати учасником та залишатись активним членом релігійного порталу, існують правила, яких слід дотримуватись. В основному правила усіх груп однакові: розміщувати лише таку інформацію, що стосується тематики групи; забороняється розміщувати фото, відео, аудіо файли, які не відповідають вимогам групи, або є неприйнятними для релігійного віровчення, додавати коментарі, що розпалюють міжнаціональну (а в деяких і міжконфесійну) ворожнечу; забороняється також принижувати та ображати учасників групи. Найбільшими релігійними групами з відкритим контентом, за дослідженнями М.Россошанського, станом на 18 травня 2011 року були: «мусульманська – «Даруль Фікр. Ортодоксальний іслам», нараховуючи 28900 учасників і православна – «Загальноросійський православний дискусійний клуб» з 13175 учасниками» [6]. Про популярність соціальних мереж в конструюванні релігійної ідентичності показують зростання кількості створених тисячних релігійних груп та збільшення майже вдвічі учасників таких порталів. Зокрема на кінець 2012 року «Даруль Фікр. Ортодоксальний іслам» нараховує уже 33142 учасники, а до найбільших мусульманських груп слід віднести – «Islam-ToDay.Ru» (163592 учасники), «Ислам/Ахлю ас Сунна ва аль Джамаа/Мусульмане» (108130 учасників), «Мусульмане и Ислам» (97336 учасників), «Ислам един, Аллах один» (73524 учасників) та інші. Серед найбільших релігійних груп, які репрезентують православну ідентичність, станом на грудень 2012 року зазначимо наступні: «Православие» (79665 учасників), «Православие и мир» (53173 користувачів), «Православие. Ру» (48729 учасників). Збільшення кількості учасників релігійних груп свідчить про те, що зростає кількість користувачів, які співвідносять себе з

однією із релігій. Проте не всі учасники груп є віруючими даної релігії, так як часто до таких груп вступають люди, які є позаконфесійними, але цікавляться релігійною проблематикою.

Наведені вище групи – тисячники вміщують різномірну інформацію, що стосується власне своєї релігійної тематики. Сюди належить інформація про віровчення, Священне Писання, обговорення важливих подій в релігійному житті, вирішення конфесійних суперечок та богословських диспутів тощо. Проте створена велика кількість релігійних порталів з менш вузькою «спеціалізацією», де обговорюються проблеми ритуально-обрядової практики. Для того, щоб не заблукати і віднайти істинні об'єднання, що відповідають конкретному віросповіданню, в калейдоскопі релігійних груп існують групи – путівники по релігійних порталах мереж («Католики в Контакте»). Створюються групи виключно для жіночої аудиторії, де обговорюються проблеми відповідного образу та правил поведінки, що належить до виконання обрядової частини віросповідання («Православная женщина»), а також портали для дітей та молоді («Ислам для детей», «Православная молодежь»).

Непоодинокими зустрічаються й сайти знайомств серед прихильників конкретної релігії («Клуб знакомств для православных христиан», «Замуж за мусульманина»). Діють численні групи по реалізації одягу та аксесуарів, що відповідають конкретному віросповіданню. Особливим попитом такі групи користуються в мусульман («Исламская одежда», «ИМАН – исламские товары интернет-магазин»). Створені та функціонують релігійні портали, де користувачі можуть переглянути та поділитись медіа-ресурсами на релігійну тематику: фото, відео, аудіо («Православные и душеспасительные мультфильмы для детей и взрослых», «Православные фото», «Фильмы об исламе», «Исламские книги»). Хоча соціальні мережі, з одного боку, сприяють глобалізації, з іншого слугують збереженню релігійної ідентичності. На практиці це показує створення груп, які об'єднують віруючих конкретної країни, місцевості, міста («Католики України», «Православие Ru.», «Протестанты в России», «Ислам в Крыму»). Проблема етноконфесійної ідентичності висвітлена в найменуванні однієї з численних релігійних груп «Я – Русская, а значит Православная», хоча теми, що обговорюються в пабліку даної групи, майже не зачіпають етноконфесійної проблематики, а висвітлюють проблеми жіночої психології та Православ'я.

Ще одним з суттєвих кроків на шляху до толерантизації міжконфесійних відносин є формування терпимості в релігійній сфері. Це зокрема, як було зазначено вище, заборона розпалювання міжконфесійної ворожнечі всередині групи. Але найбільш дієвим є створення груп, які займаються проблемами врегулювання міжконфесійних конфліктів та закликають до діалогу («Дружба православных и католиков», «Святой магнит (Православие и протестантизм)»). Проте існують й групи, які об'єднуються навколо заперечення будь-яких релігійних ідей, або з метою вивищення власної релігії та приниження іншого віросповідання («Група протестантов против групп», «Че мусульманин, да? Красавчик»). Створюється ісламська соціальна мережа SalamWorld, яка заснована на ісламських цінностях.

Вплив соціальних мереж на формування віртуальних релігійних ідентичностей та використання їх в реальному світі, що відповідно призводить до трансформації реальної релігійної ідентичності, має як позитивні, так і негативні наслідки. Позитивним виступає можливість конструювання нових ідентичностей, самореалізації та саморепрезентації в мережі Інтернет, які залишаються нереалізованими в реальності. За допомогою інформаційних технологій розширюються межі спілкування, обміну інформацією, досвідом, прив'язаність до території перестає бути обмеженням для комунікації, формування групових ідентичностей.

Не менш важливими залишаються і негативні наслідки впливу соціальних мереж на формування та становлення реальної релігійної ідентичності. До найбільш поширених проблемних аспектів віртуального простору слід віднести маніпулювання свідомістю аудиторії, інтернет-залежність. Останній аспект на сьогодні є найбільш розповсюдженим та жахливим. Інтернет-залежність за своїми проявами та наслідками прирівнюється до залежності від алкоголю, тютюну та наркотиків та включає кілька складових. По-перше, у соціальних мережах відбувається формування ідентичності гравців у мережеві ігри. По-друге, належність до соціальних спільнот більшості сучасним індивідам замінює реальну

комунікацію та викликає Інтернет-залежність. Спілкування в мережі, обмін повідомленнями, перегляд та розміщення фото, відео, новин стають більш цінними ніж взаємовідносини в реальному світі. Користувачі соціальних мереж відчують неспокій, якщо довго не заходять в Мережу. Це спричиняє переплетення віртуальної та реальної релігійної ідентичності, де відбувається відчуження частини реальної ідентичності в віртуальний простір.

Висновки. Релігійна ідентичність сучасної епохи – змінна конструкція, яка піддається безперервній трансформації. Формування самовизначення в релігійній сфері організовується навколо інформаційних ресурсів та соціальних мереж, де людина конструює не лише власну віртуальну реальність, але й ідентичність. Між віртуальною та реальною релігійною ідентичністю існують відносини взаємовпливу.

Література

1. Бенедикт XVI Послание Папы к 47 Всемирному дню социальных коммуникаций «Социальные сети, врата истины и веры». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tu.radiovaticana.va/Articolo.asp?c=658674>
2. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://psynet.carfax.ru/texts/bel6.htm>
3. Дудченко О. Н. Социальная идентификация и адаптация личности / Н.О.Дудченко, А.В. Мытиль // Социологические исследования. – 1995. – №6. – С. 110-120.
4. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0: [монография] / Дмитрий Владиславович Иванов. – СПб.: Петербургское востоковедение, 2002. – 214 с.
5. Крылов А.Н. Религиозная идентичность. Индивидуальное и коллективное самосознание в постиндустриальном пространстве / А.Н.Крылов. – М.:Издательство НИИ, 2012 – 306 с.
6. Религиозная идентичность пользователей социальной сети "ВКонтакте". [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.interfax-religion.ru?act=news&div=40794>, 18.05.2011.
7. Suler, J. R. Identity Management in Cyberspace [Electronic resource] /www.rider.edu/suler/psyber/psyber.html
8. Turkle, Sh. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs// Culture of the Internet. (Sara Kiesler, Ed.), pp. 143-155. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, Mahwah, NJ, US, 1997.
9. Young K. S. Internet Addiction: Symptoms, Evaluation, And Treatment [Electronic resource] <http://www.netaddiction.com/articles/symptoms.html>

Irina Klimuk

Social Networks and Religious Identity Formation

The article is devoted to research the relationship of social networks and religious identity. The work highlights the relation between real and virtual Religious Identity, also the great attention is paid to the issue of their interaction.

Keywords: religious Identity, virtual Identity, real Identity, social networks, Internet Addiction.

Ирина Климук

Социальные сети и религиозная идентичность

Статья посвящена исследованию связи социальных сетей и религиозной идентичности. Рассматривается соотношение между действительной и виртуальной религиозной идентичностью и возможности их взаимовлияния.

Ключевые слова: религиозная идентичность, виртуальная идентичность, действительная идентичность, социальные сети, Интернет-зависимость.