

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗВО УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЛОСОФСЬКО-БОГОСЛОВСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра богослов'я

Магістерська робота

**ОНТОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ МІЖОСОБИСТІСНОЇ
КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОГО
МЕДІАКУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ**

Студент 6-го курсу: Роман Палюх

Науковий керівник: Михайло Перун

доктор соціальних комунікацій

Науковий консультант: о. Пантелеймон Трофімов, ЧСВВ

доктор богослов'я

Рецензент: о. Андрій Шестак

ліцензіат із інституційних соціальних комунікацій

Львів 2021

ЗМІСТ

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ЛЮДИНА ЯК ОБРАЗ І ПОДОБА БОЖА У ПИТАННІ МІЖОСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	9
1.1. БОГОСЛОВСЬКИЙ ПЕРСОНАЛІЗМ У ВЧЕННІ ПРАВОСЛАВНИХ БОГОСЛОВІВ ХХ СТОЛІТТЯ.	9
1.2. РОЗУМІННЯ ЛЮДСЬКОЇ ОСОБИ У ПОСТАНОВАХ ІІ ВАТИКАНСЬКОГО СОБОРУ ТА У ВЧЕННІ ЗАХІДНИХ БОГОСЛОВІВ ХХ СТОЛІТТЯ.	22
РОЗДІЛ II. КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС В УМОВАХ СУЧАСНОГО МЕДІАКУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ	28
2.1. ОСОБЛИВОСТІ ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	28
2.2. ВІДМІННІСТЬ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ ВІД ЖИВОГО СПІЛКУВАННЯ	40
2.3. ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ	44
2.4. НЕГАТИВНІ АСПЕКТИ ОНЛАЙН-СПІЛКУВАННЯ	47
РОЗДІЛ III. МІЖОСОБИСТІСНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ У ПАРАФІЯЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	54
3.1. ТЕХНОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНУ КОМУНІКАЦІЮ	54
3.2. ЕТИКА МІЖОСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ У СЕРЕДОВИЩІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	59
3.3. ОРГАНІЗАЦІЯ СПІЛЬНОТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ПАРАФІЯЛЬНОГО ЖИТТЯ УГКЦ ЗГІДНО ІЗ КОНЦЕПЦІЄЮ «LA SALA DELLA COMUNITÀ»	66
3.4. СТРАТЕГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПАРАФІЯЛЬНОЇ СПІЛЬНОТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СЕРЕДОВИЩІ ВІРТУАЛЬНИХ МЕРЕЖ.	72
ВИСНОВОК	79
СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	84
ДОДАТКИ	93

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

FB – Facebook

англ. – англійська

ЗМІ – Засоби Масової Інформації

італ. – італійська

млрд. – мільярд

о. – отець

р. – рік

св. – святий

соцмережа – соціальна мережа

США – Сполучені Штати Америки

УГКЦ – Українська Греко-Католицька Церква

УКУ – Український Католицький Університет

ВСТУП

Відомий французький письменник Антуан де Сент-Екзюпері у своїй книзі «Планета людей» зауважує: «Єдина справжня розкіш – це розкіш людського спілкування»¹. Справді, без спілкуванням нам важко уявити своє життя повноцінним. Воно є тим механізмом взаємодії, який допомагає нам порозумітися один з одним. Комунікація² є основою зв'язку для міжособистісних стосунків в середовищі сім'ї чи в інших різноманітних суспільних інститутах. Водночас вона є тим невидимим елементом, який єднає наш соціум в одне ціле, уможливаючи подальший суспільний розвиток³. У Святому Письмі через призму історії про Вавилонську вежу (Див. Бут 11,1-9) довідуємось про те, як раптова нестача мовної спорідненості серед народу здатна перервати будь-яке суспільне порозуміння і викоринити можливість подальшого комфортного співіснування. Відсутність можливості для спілкування породжує у людей відчуття власної відособленості, оскільки вони не мають відповідної змоги будувати свої стосунки один з одним.

Правдива комунікація, натомість, є здатністю двох і більше осіб спільно перебувати в певному окресленому просторі і дарувати щось від себе. Папа Іван Павло II у своєму посланні з нагоди Дня суспільних комунікацій у 1992 році зауважує:

Цього Дня ми вдячно відзначаємо благословенний дар мови, слуху й зору, що дає нам можливість виходити із самотності й відособленості, щоб обмінюватися з людьми довкола нас тими думками й почуттями, що народжуються в наших серцях. Ми відзначаємо дар писання й читання, завдяки якому можемо скористатися мудрістю наших предків і передати наш досвід і наші розважання прийдешнім поколінням. Ми відзначаємо цінність «див» іще прекрасніших: дивовижних технічних винаходів, [...] що в наш час неймовірно збільшили й розширили засяг наших оповіщень і незрівнянно посилили наш голос, так що тепер він може одночасно досягати величезної кількості людей⁴.

¹ ЕКЗЮПЕРІ А. *Планета людей*. [PDF] // ukrlib.com.ua (07.12.2020), 12.

² Комунікація (від лат. *communico* – спілкуюся з кимось; повідомлення, зв'язок) – термін, що окреслює людську взаємодію у світі. У сучасній філософії комунікацію використовують як ознаку конструктивної взаємодії особистостей, націй та етносів, що розгортається на основі взаємної толерантності й порозуміння. (*Словник // mediadriver.online* (07.12.2020).).

³ Поп. LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry* [Kindle]. Scotts Valley 2017, 80.

⁴ ІВАН ПАВЛО II. Послання Святішого Папи Римського Іван Павла II на 26-ий День суспільних комунікацій // *Проголошення Христового послання в засобах масової комунікації // Церква і соціальна комунікація*:

Тому також і засоби, які ми в умовах різноманітних історичних епох використовуємо для того щоб мати змогу краще комунікувати один з одним, є тими середниками, які допомагають нам висловити те, що народжується глибоко у нашому серці, допомагають нам будувати зрілі стосунки один з одним. Не винятком цьому є і епоха сучасного медіакультурного розвитку, яка значно розширила межі людської взаємодії. Однак попри велику кількість переваг та можливостей, які перед нами відкриваються, ця епоха також ставить перед нами чималі виклики на які нам слід відповідно реагувати.

Наше повсякденне життя з кожним роком все більше стає залежним від гаджетів, технічних новинок та всесвітньої мережі Інтернет. Більшість із цих впроваджень є для того, аби полегшити життя, пришвидшити міжлюдську комунікацію та розширити її географічні межі. Однак попри переваги таких впроваджень часто з'являються виклики і небезпеки, яких ми свідомо не зауважуємо. Почасту спілкування з особою ми переносимо у віртуальну площину і у такий спосіб втрачаємо плоди живої комунікації. Зведення живого спілкування до віртуального маргіналізує особу, оскільки центром такої комунікації стає не людина, а обмін інформацією.

Актуальність цього дослідження полягає у важливості переосмислити якою є мета людської комунікації в її онтологічній основі та проаналізувати як вона реалізується у міжособистісних взаєминах у середовищі спільноти на прикладі парафіяльного спільнотного життя в умовах сучасного медіакультурного⁵ розвитку. Ця тема є лише фрагментарно представлена в літературі, і тому робить авторське звернення до неї особливо актуальним.

Проблематика цієї праці полягає у дослідженні мети та завдань людської комунікації в її онтологічному аспекті⁶. Опісля автор аналізуватиме, як ця мета

Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа. Львів 2004, 319.

⁵ Медіакультура – це культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації (*Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)* // ms.detector.media (07.12.2020).).

⁶ Під поняттям «онтологічний аспект» міжособистісної комунікації мається на увазі дослідження автентичного виміру спілкування: того, що стоїть у його основі; того, для чого спілкування призначене згідно Божого задуму творення; розуміння спілкування як невідмінної складової буття людини.

реалізується у живому та віртуальному спілкуванні в умовах сучасного медіакультурного розвитку. До уваги братиметься специфіка міжособистісної комунікації і комунікації в середовищі спільноти на прикладі парафіяльного спільнотного життя. На основі отриманих результатів будуть випрацьовані напрямні щодо переосмислення ролі та реорганізації живого та віртуального спілкування в житті людини.

Мета дослідження: осмислити важливість живого та віртуального спілкування у формуванні міжособистісних стосунків у середовищі спільноти на прикладі парафіяльного спільнотного життя.

Завдання дослідження:

1) Проаналізувати персоналістичне вчення православних богословів ХХ-го століття;

2) Дати характеристику вченню про людську Особу у постановах II Ватиканського собору та у вченні західних богословів ХХ століття;

3) Висвітлити процес історичного розвитку соціальних мереж;

4) Проаналізувати відмінності між онлайн-комунікацією та живим спілкуванням людини;

5) Порівняти позитивні та негативні тенденції у процесі віртуального спілкування;

6) Висвітлити концепцію італійської Церковної Комісії Єпископської Конференції Італії у справах соціальних комунікацій «*La sala della comunità*» («Зала спільноти») як засіб для організації спільнотної комунікації у середовищі парафіяльного життя;

7) Накреслити можливі напрямні організації прихрামової спільнотної комунікації на основі італійської Церковної Комісії Єпископської Конференції Італії у справах соціальних комунікацій «*La sala della comunità*» («Зала спільноти») у парафіяльному житті УГКЦ;

8) Окреслити можливу стратегію організації парафіяльної спільнотної комунікації в середовищі віртуальних мереж;

Об'єкт дослідження: Процес міжлюдської комунікації.

Предмет дослідження: Живе та віртуальне спілкування у міжлюдській комунікації.

Хронологічні межі дослідження:

- XX – початок XXI століття в дослідженні персоналістичного вчення православних та католицьких богословів;
- середина XX – XXI століття в питанні технологічного розвитку мережі Інтернет та віртуальних платформ;

Методи дослідження: 1) Текстуального аналізу (використовуватиметься при дослідженні персоналістичного вчення філософів та богословів XX століття); 2) порівняльного аналізу (застосовуватиметься при розгляді відмінностей живого та віртуального спілкування); 3) синтезу (необхідний для узагальнення онтологічного аспекту людської комунікації у персоналістичному вченні філософів та богословів XX століття); 4) хронологічно-описовий (використовуватиметься при описі історичного розвитку соцмереж); 5) інтерв'ювання (застосовуватиметься для дослідження актуального стану процесу комунікації); 6) узагальнення (необхідний для опису позитивних та негативних тенденцій віртуальної комунікації).

Структура дослідження: відповідно до поставленої мети та завдань структура дослідження складається з вступу, трьох розділів, висновку, списку джерел та літератури, та додатків.

У першому розділі цієї праці ми спробуємо проаналізувати персоналістичне вчення представників східної та західної богословської та філософської думки XX століття. Для цього ми будемо використовувати основні твори цих вчених в яких є представлені їхні погляди, а також деякі з документів II Ватиканського собору.

Другий розділ представлятиме опис процесу історичного розвитку соціальних мереж та їхнього актуального стану. Окрім цього у ньому ми будемо

аналізувати головні відмінності онлайн⁷ та офлайн⁸ комунікації, а також охарактеризовувати основні позитивні та негативні наслідки віртуального спілкування. Для цього дослідження ми будемо послуговуватись різноманітними соціальними дослідженнями із сервісу *DataReportal*, матеріалами із офіційних сайтів соціальних веб-ресурсів, працями: BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*; PHILLIPS S. *A brief history of Facebook*; ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*; ДЗЮБИНА О. *Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter* та Verduyn. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review*, а також церковними документами: Декрет про засоби соціальної комунікації *Inter mirifica* та Душпастирська інструкція *Communio et progressio*.

На основі вищеописаного дослідження у третьому розділі цієї праці ми спробуємо проаналізувати, що стало причиною видозміни сприйняття міжособистісної комунікації та за допомогою яких інструментів ми можемо це автентичне розуміння людського спілкування повернути у різноманітні простори нашого життя на прикладі парафіяльної спільнотної комунікації. Для цього ми будемо послуговуватись приватними інтерв'ю, різноманітними посланнями папи Франциска з нагоди Дня суспільних комунікацій, документом італійської Церковної Комісії *Єпископської Конференції Італії* у справах соціальних комунікацій «*La sala della comunità*» («Зала спільноти»), а також працями: ГАЛИМБЕРТИ У. *Человек в эпоху технологии*; ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике*; MORA J. *Strategic management of communication in the church*; PHILLIPS P. – BRUCE K. *Digital Communication, the Church and Mission*; Lazarus N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*.

⁷ Онлайн – використання комп'ютера для зв'язку з іншими за допомогою єдиної мережі. Також цей термін означає товари, послуги або інформацію які можна придбати або користуватись ними в Інтернеті. (*Dictionary // dictionary.cambridge.org* (07.12.2020).).

⁸ Офлайн – комп'ютер або інший пристрій, який не є під'єднаний до Інтернету чи іншої центральної комп'ютерної системи і не контролюється нею. (*Dictionary // dictionary.cambridge.org* (07.12.2020).).

РОЗДІЛ I

ЛЮДИНА ЯК ОБРАЗ І ПОДОБА БОЖА У ПИТАННІ МІЖОСОБИСТІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. БОГОСЛОВСЬКИЙ ПЕРСОНАЛІЗМ У ВЧЕННІ ПРАВОСЛАВНИХ БОГОСЛОВІВ ХХ СТОЛІТТЯ

Людське спілкування є основою буття людини. Воно заторкує чи не кожен сферу її життя. Без міжособистісної комунікації складно уявити належний спосіб становлення й розвитку особистості. Однак із розвитком технологій та зміною культурних парадигм зауважуємо, що людське спілкування все частіше стає інструменталізованим. Воно втрачає свій глибший ціннісний вимір, який спонукає людину до єднання шляхом відкритості на ділення та пізнання. Водночас комунікація стає лише засобом обміну інформацією, сферою ринкових відносин і на особистому, й на загальносуспільному рівні. І ця зміна стосується не лише виміру спілкування, а вона є радше наслідком переміни людини в цілому. Тому про важливість міжлюдської комунікації, яка заторкує цілу людину з богословської точки зору, варто роздумувати також у межах розуміння цілої людини. Із сторінок Святого Письма довідуємося, що людина створена на образ і подобу Божу: «Тож сказав Бог: "Сотворімо людину на наш образ і на нашу подобу, і нехай вона панує над рибою морською, над птаством небесним, над скотиною, над усіма дикими звірями й над усіма плазунами, що повзають на землі"» (Бут 1, 26)¹. Впродовж багатьох століть філософи, богослови, Отці Церкви у своїх численних працях роздумували над питанням, ким є людина? Що означає бути сотвореним «на образ і подобу» Божу? Як це реалізується у вимірі людської комунікації? У цій роботі спробуємо відповісти на ці та інші запитання із перспективи представників західного і східного богослов'я ХХ століття.

¹ Також про сотворення людини на образ і подобу Божу йдеться у Бут. 1, 27; Бут. 5, 1-3; Бут 9, 6 та інших.

Майже всі православні та деякі західні богослови ХХ століття сходяться у думці, що бути сотвореним «на образ і подобу Божу» – це, передусім, означає бути Особою², оскільки «про особистісний характер буття Бога і Його спілкування з людиною очевидним чином свідчить і Святе Письмо, в якому термін *особа* трапляється доволі часто, і християнський досвід спілкування з Богом»³. Таке трактування включає в себе чималу кількість якостей та характеристик, якими, на їхню думку, володіє людина: унікальність, самосвідомість, здатність до свободних рішень, наділеність розумом тощо. Однак чи не найбільше богослови наголошували на тому, що людина, сотворена «на образу і подобу Божу», – це Особа, яка покликана до стосунків, до життя для іншого. Тому й зростати та реалізовувати свій потенціал людина може лише у стосунках із Богом та з іншою особою. Іншими словами бути Особою, на думку богословів, – означає перебувати у стосунку. Таке твердження включає в себе відкритість на Бога та відкритість на іншу Особу. Тому і мова людини стоїть на межі формування та розвитку цих особистісних стосунків. Вона є здатною подолати межу «інакшості» та індивідуальності людини на шляху до іншої, а також водночас вона є здатною виразити неповторність та унікальність людської Особи⁴.

Одним із перших хто розвиває вчення про те, що людина, сотворена «на образ і подобу Божу», є Особою, яка покликана до стосунку, є Сергій Булгаков, довголітній ректор Інституту Сан-Серж в Парижі. Саме в середовищі антропологічних викликів, які нівелювали індивідуальність людської Особи впродовж ХХ-го століття, Булгаков намагається повернути втрачену індивідуальність та гідність людини як «образу і подоби Божої». І власне фундаментом для цього стає його твердження, що образ і подоба Пресвятої Трійці в людській Особі реалізується за рахунок її міжособистісних

² Поняття «особа» у цій роботі ми будемо вживати у двох значеннях: 1) Особа – у тому випадку коли це стосується теми актуалізації в людині «образу і подоби Божої» або в значенні опису однієї з Осіб Пресвятої Трійці; 2) особа – як синонім до слова людина.

³ ЛОРГУС А. – ШТУБЕНРАУХ Б. (ред.). *Богословская антропология. Русско-православный / римско-католический словарь*. Москва 2013, 63.

⁴ Пор. ЯННАРАС Х. *Вера Церкви*. Киев 2012, 66.

взаємозв'язків⁵. На основі цього православний богослов формує свою «особистісну граматику», згідно з якою «самореалізація людської Особи можлива лише у її зіткненні з іншою Особою»⁶. Саме під час зустрічі однієї людини з іншою виявляється троїчний характер людської Особи як образу і подоби Пресвятої Трійці, який Булгаков окреслює термінами «Я», «Ти» і Він:

Я є тим, що саме себе усвідомлює, саме собі дає, в своєму бутті ні від кого не залежить і нічим не є обумовлене [...] Але *Я* усвідомлює себе як *Я* лише через *Не-я* [...] тобто через *Ти*. Без *Ти* або *Я* в іншому, *Я* не здатне усвідомити себе чи здійснити себе в своїй свідомості [...] *Я* є *Я* тільки у відношенні до другого *Я* або *Ти*. [...] Всяке *Я* є *Ти* для іншого *Я*, і навпаки, є *Я* для самого себе, є *Я-Ти*, *Ти-Я*. [...] *Я-Ти* є зустріч в якій здійснюється взаємне усвідомлення один одного, взаємна рефлексія. [...] Але ця зустріч є завдяки наявності ще й *Він* [...] тобто ні *Я*, і ні *Ти*, яке однаковою мірою з ними зв'язано, з ними співіснує і може заступати на місце будь-якого з них. У цьому сенсі *Він* є гарантією *Я* і *Ти*. У трикутнику *Я-Ти-Він* *Я* може займати точку будь-якого кута, знаходячись з одного боку на одній лінії з *Ти*, а з іншого – з *Він*. Відповідно, реальний суб'єкт є певна єдність, триєдність трьох лиць: першого, другого і третього⁷.

У такий спосіб Булгаков пояснює, як в людській Особі реалізується образ і подоба Пресвятої Трійці і чому онтологічною потребою для цього є саме людські взаємостосунки. Відповідно і «ціллу спілкування з Богом і людьми не є малозрозуміла, розпливчаста єдність, а єдність в різноманітті»⁸.

Помітний вплив на формування антропологічної концепції Сергія Булгакова мав єврейський філософ ХІХ-го століття Мартін Бубер, за переконаннями якого міжособистісний діалог – основа людського існування. Цей діалог включає в себе два взаємодоповнюваних суб'єкти «Я» і «Ти», які усвідомлюють реальність свого буття і водночас з повагою ставляться до реальності, унікальності та свободи буття іншого. Бубер порівнює ці міжособистісні стосунки із вічним спілкуванням Осіб у Пресвятій Трійці, «на образ» якого власне і твориться діалог *Я – Ти*⁹. Окрім цього, на думку єврейського філософа, внаслідок гріхопадіння формується інший тип стосунків: *Я – Воно*. Такого типу діалог нехтує унікальністю та ціннісною вартістю буття іншої особи. Тому такі стосунки є просякнуті егоїзмом і бажанням використати іншого виключно заради власного

⁵ Пор. ЦВАЛЕН Р. *Различные концепции образа Бога в работах Николая Бердяева и Сергея Булгакова* // *Богословие личности*. Москва 2013, 172.

⁶ ЦВАЛЕН Р. *Различные концепции образа Бога в работах Николая Бердяева и Сергея Булгакова*, 172.

⁷ БУЛГАКОВ С. *Главы о Троичности* [PDF] // predanie.ru (14.06.2020) 59-60.

⁸ ЦВАЛЕН Р. *Различные концепции образа Бога в работах Николая Бердяева и Сергея Булгакова*, 172.

⁹ Пор. ЗАВЕРШИНСКИЙ Г. *Богословие диалога. Бубер и христианство* // *Богословие личности*. Москва 2013, 77.

добра, а тому вони є тимчасовими. Людина, згідно із Мартіном Бубером, здатна у своєму житті формувати як стосунки *Я – Ти*, які прагнуть до єдності, так і стосунки *Я – Воно*, які нехтують онтологічною цінністю іншої особи.

Ідею Булгакова, що людина, сотворена «на образ і подобу Божу», – це Особа яка покликана до стосунків, розвиває у своєму вченні і Павло Євдокімов. Однак ці стосунки, відповідно до його розуміння, є радше духовною спрямованістю людини до глибини тринітарного життя, оскільки вповні особистісне буття людина здатна реалізувати лише у спів-бутті з Пресвятою Трійцею: «Особа існує для спілкування. Вона, по суті, існує через нього. Відверто кажучи, Особа існує тільки в Бозі. Людина тужить за можливістю стати “особою”, і вона її здійснює у спілкуванні з божественною Особою»¹⁰. Тому й для Павла Євдокімова реалізація особистісного буття в людині є динамічним процесом виходу з-поза себе, поступовим обоженням людини, духовною переміною на образ Христа¹¹. Однак важливість вчення цього богослова для нас виявляється в іншому. Євдокімов особливо акцентує на тому, що однією з важливих характеристик «образу і подоби Божої» в людині є її здатність до творчості: «Тому людину, Свій образ, Бог наділив здатністю висікати неминущі цінності із матерії цього світу і являти святість у власному тілі»¹². Понад те: «Слово входить в Історію, воно не тільки звучить, але творить історію і кличе людей до дій, в яких виявляється їхній дух»¹³. Тому й людина у своїй творчій діяльності за посередництвом речей цього світу є присутньою у своєму творінні, залишає у ньому «свій дух»:

Можна сказати, що будь-які твори мистецтва є ніби певний триптих, який складається із художника, самого твору і глядача. Художник творить свій витвір, Він заставляє звучати всі струни свого таланту і збуджує в душі глядача відчуття захоплення. Все ціле замикається у цьому естетичному трикутнику іманентизму¹⁴.

Тому й наявність людини у своєму творінні є певною *присутністю у відсутності*. Тоді постає питання: чи в сучасному світі присутність людини у віртуальному просторі створеної сторінки у соцмережі є також цією

¹⁰ Євдокімов П. *Православие*. Москва 2002, 100.

¹¹ Пор. Євдокімов П. *Православие*, 114-116.

¹² Євдокімов П. *Искусство Иконы. Богословие красоты*. Клин 2005, 61.

¹³ Євдокімов П. *Искусство Иконы. Богословие красоты*. 38.

¹⁴ Євдокімов П. *Искусство Иконы. Богословие красоты*. 193.

присутності у відсутності? Чи репрезентують соцмережі об'єктивну істину про цілу людину? Чи, можливо, ця присутність є лише суб'єктивним та фрагментарним представленням? Як, зрештою, формуються міжособистісні взаємостосунки на зразок Булгакової «особистої граматики» Я-Ти-Він у середовищі фізичної відсутності людини? Чи є вони справжніми і тими, які провадять до реалізації людини, як Особи, як «образу і подоби Божої»? Вважаємо, що відповіді на ці питання не є такими простими та однозначними.

Володимир Лоський поряд із Сергієм Булгаковим та Павлом Євдокімовим також розвиває вчення, згідно з яким людська Особа може зростати в образі Божому лише за рахунок міжособистісних взаємостосунків. Однак, на відміну від Булгакової «особистої граматики» та вчення Павла Євдокімова, для Володимира Лоського актуалізація людини як Особи, як «образу і подоби Божої» – є питанням більш глобальним і всеохопним, оскільки воно пов'язане із тринітарним, христологічним, пневматологічним, еклезіальним та есхатологічним вимірами. Тому для православного богослова твердження, що Особою є той, хто перебуває у стосунку, нерозривно пов'язане із поняттями *любові, свободи, кенотичності, кафоличності та унікальності* людини¹⁵. На думку Лоського, Бог у своїй внутрітрійчій любові та свободі творить цей видимий світ. Тому Він очікує від людини також цієї спрямованості та відкритості у любові взамін. Власне у цьому полягає суть особистісної любові – любити іншого ніж ти сам є¹⁶. Тому й реалізація людини як Особи, її шлях до досконалості, найперше полягає у любові до Бога, до іншої природи та сутності, яка реалізується через любов до ближнього:

Любов – дар Божественний, який вдосконалює людську природу, поки вона не проявиться в єдності та тотожності з Божественною природою за посередництвом благодаті. [...] Любов до ближнього – ознака здобуття істинної любові до Бога. [...] В любові до Бога кожна людина віднаходить свою досконалість, але люди не в силі дійти до цієї досконалості без реалізації єдності людської природи. Тому, любов до Бога безумовно пов'язана з любов'ю до ближнього¹⁷.

¹⁵ Пор Зинковский М. *Богословие личности в XIX-XX вв.* Санкт-Петербург 2014, 53.

¹⁶ Пор. Лосский В. *По образу и подобию // Боговидение.* Москва 2006, 738.

¹⁷ Лосский В. *Очерк мистического богословия // Боговидение.* Москва 2006, 279.

Окрім цього, це зростання у любові, у відкритості на іншого, ніж ти сам, нероздільно пов'язане із зміною свідомості людини: «Любов – ознака особистої свідомості, без чого шлях до єднання був би сліпим і безцільним [...] Тільки свідоме духовне життя, життя у спілкуванні з Богом, може перемінити нашу природу, [...] позбавити її “несвідомості” та інстинктивності»¹⁸.

Цей процес полягає в тому, що людина покликана поступово й безперервно переминюватися від самосвідомості, від свідомості яка зосереджена лиш на мені одному, від свідомості свого «Я» – на свідомість церковну, свідомість соборну, свідомість повну церковної істини. Іншими словами, людина покликана все більше і більше входити, за допомогою Святого Духа, в єдність Тіла Христового і тим самим поступово перетворюватися із індивідуальної сутності в Особу¹⁹.

Тому й бачимо, чому для Володимира Лоського (подібно, як це згодом буде в Павла Євдокімова) в процесі переміни людини від індивідуальної сутності до Особи таким важливими є міжособистісні взаємостосунки.

Ця переміна ніколи не може бути примусовою, а є наслідком свобідного вибору людини, оскільки «правдива, а не механічна чи інстинктивна любов завжди передбачає у собі свободу, можливість вибору і відмови від цього вибору»²⁰. Відповідно «Особа є найвеличнішим Божим творінням тому, що Бог вкладає в неї здатність любові – а тому і здатність до відмови від любові. Бог наражає на ризик вічної загибелі найдосконаліше своє творіння саме для того щоб воно стало найдосконалішим»²¹. Через поступове обоження людини, через свобідну направленість особи у любові та спілкуванні до Бога власне і реалізується у людині образ і подоба Бога. Людина, на думку Володимира Лоського, є безумовно створена на образ Божий. Однак власне подоба Бога в ній реалізується завдяки цій вільній спрямованості на Бога і відмові від свого природнього «Я» у співдії із Святим Духом²².

У цьому, на думку Володимира Лоського, й полягає кенотичність особистості, коли людина у свобідному поруху любові не зосереджується на собі, а живе за прикладом Осіб в Пресвятій Трійці, живе для того, щоб віддавати:

¹⁸ Лосский В. *Очерк мистического богословия*, 280.

¹⁹ Лосский Н. *Понятие о личности по В. Н. Лосскому* [PDF] // хрп-спб.ру (14.05.2020), 365-366.

²⁰ Лосский В. *Догматическое богословие // Боговидение*. Москва 2006, 501.

²¹ Лосский В. *Догматическое богословие*, 502.

²² Пор. Лосский Н. *Понятие о личности по В. Н. Лосскому*, 367.

Особа, яка утверджує себе як індивід і замикає себе в рамках своєї індивідуальної природи, не може існувати в повноті – вона убожіє. Але коли вона відмовляється від того, що має, коли вона свobodно віддає це, то тим самим вона перестає існувати лише для себе, а повністю виражає себе в єдиній природі всіх. Відмовляючись від своєї приватної власності, вона безкінечно розкривається і збагачується тим, що належить всім. Особа стає досконалим образом Божим і стягає Його подобу, яка є досконалістю природи, спільної всім людям²³.

Відповідно у цьому виході з-поза себе і проявляється кафеолічний (вселенський) характер особистості, оскільки через кенотичний вияв любові людина реалізує покликання до суспільної цілісності та єдності подібно, як це є у Пресвятій Трійці²⁴. Тому й про унікальність людської Особи, як стверджує Володимир Лоський, ми не можемо говорити з огляду на її індивідуальну природу, а радше на основі її взаємостосунків з Богом та з іншими людьми: «Не властивості індивідуальної природи, але тільки особисті стосунки кожної людини з Богом, – ось в чому неповторність людської особистості; стосунки ж ці потверджуються Святим Духом і здійснюються за посередництвом благодаті»²⁵. Бо кожна людина, сотворена «на образ і подобу Божу», має свій унікальний зв'язок з Богом і власне участь людини в цьому діалозі вкотре потверджує факт її унікальності²⁶.

До числа релігійних мислителів, хто розглядає Особу людини як головну вісь, навколо якої формується вся православна антропологія, належить також православний богослов румунського походження Думітру Станілоае. Розуміння людини як Особи з усіма властивостями, які з цього випливають, є для нього центральною характеристикою образу Божого в людині²⁷.

Диханням Божим в людині з'являється нове *Ти* перед Богом, це *Ти* – образ Божий, оскільки воно може сказати про себе *Я* і воно може сказати Богу *Ти*. Людина прагне до Бога, оскільки Бог досконалий, і прагне досконалості, оскільки досконалість – це особистісний Бог. Людина як свідомо Особа є вінцем творіння і образом Творця²⁸.

Однак, на відміну від інших богословів, реалізація Особи у міжособистісних взаємостосунках для Станілоае набуває виразного христологічного характеру. Для румунського богослова людина є Особою, оскільки створена на образ Особи

²³ Лосский В. *Очерк мистического богословия*, 206.

²⁴ Пор. Зинковский М. *Богословие личности в XIX-XX вв.*, 55.

²⁵ Лосский В. *По образу и подобию*, 713.

²⁶ Пор. Зинковский М. *Богословие личности в XIX-XX вв.*, 56.

²⁷ Пор. Димитров И. *Образ и подобие Божие в человеке в антропологии прот. Думитру Стэнлоае* [DOC] // *Материалы 5-й Международной студенческой научно-богословской конференции*. Санкт-Петербург 2013, 2.

²⁸ Димитров И. *Образ и подобие Божие в человеке в антропологии прот. Думитру Стэнлоае*, 2.

Бога. Тому сотворення людини «на образ і подобу Божу» важливо розглядати, на думку Станілоае, через призму людини, як «образу Богочоловіка Христа, як образу Бога Логоса»²⁹.

Окрім цього румунський богослов, на відміну від Лоського, Булгакова та Євдокімова стверджує, що подоба Бога в людині внаслідок гріхопадіння не втрачається, оскільки якщо людина була створена людиною, то нею й залишається. Однак цей образ і подоба Бога після гріхопадіння потребують актуалізації³⁰. І ця актуалізація, на думку Станілоае, реалізовується двома шляхами: 1) через зростання у духовності, у духовній силі, яку людина здатна отримати за посередництвом Христа у Тайні Євхаристії; 2) через реалізацію двох головних онтологічних характеристик людини: *розумності* та *любви* на яких опираються решта етичних принципів³¹, оскільки «Слово Боже стало тілом не лише для того щоб обожити людину, але й найперше для того щоб людина стала людиною»³². І власне «гуманізація» світу не є лише даром спасіння який ми отримали силою жертви Христа, але це також і завдання яке ми покликані здійснювати для реалізації людиною повноти життя в Бозі³³. Реалізація цих властивостей, на думку Станілоае, актуалізує в людині образ і подобу Бога Логоса та образ і подобу Пресвятої Трійці, що є свідченням наближення людини до Першообразу.

Кожна людина є наділена розумом, тому вона є здатною до пізнання матеріальних речей, з яких складається світ, а також до відкриття властивостей цих речей. Для Станілоае цей раціональний світ разом з людиною є сотворений Богом Логосом. Будучи сотвореною на образ Логоса, людина має здатність до діалогу, до комунікації з Ним через посередництво пізнання структур цього світу³⁴. На думку румунського богослова, сотворені речі в світі є

²⁹ ДИМИТРОВ И. *Образ и подобие Божие в человеке в антропологии прот. Думитру Стэнлоае*, 2.

³⁰ Пор. ДИМИТРОВ И. *Образ и подобие Божие в человеке в антропологии прот. Думитру Стэнлоае*, 2.

³¹ Пор. ДИМИТРОВ И. *Образ и подобие Божие в человеке в антропологии прот. Думитру Стэнлоае*, 5.

³² NOBLE I. *Doctrine of Creation within the Theological Project of Dumitru Staniloae // Communio Viatorum* 49 (2007) 195.

³³ Пор. NOBLE I. *Doctrine of Creation within the Theological Project of Dumitru Staniloae*, 195.

³⁴ Пор. BERGER C. *The Immortal Image of God: The Theological Anthropology of Father Dumitru Stăniloae* [DOC] // Σύναξις 146 (2018) 4.

матеріалізованою проекцією, так-званими *логіями* думок Бога Логоса, і пізнаючи їх, людина бере участь у міжособистісному спілкуванні з думками та люблячими намірами Бога³⁵. До того ж, не лише через споглядання й пізнання, але образ і подоба Бога Логоса актуалізується у людині найперше через використання матеріальних речей цього світу для зростання у комунікації з Богом та один з одним:

Як образ Божий, людина не лише споглядає речі творіння, але співдіє з ними, модифікуючи і адаптуючи світ до свого образу. "Образ" актуалізується, коли люди використовують матеріальне творіння для зростання в спілкуванні з Богом і один з одним, тим самим перетворюючи його, роблячи його середовищем прозорим для духовного світу, що випромінюється від Логосу. Хтось бачить даруючого більше, ніж дарунок у всіх речах³⁶.

Тому, опираючись на зацитоване, варто задуматись над роллю соцмереж у побудові нашої комунікації з Богом та один з одним? Чи є вони місцем зростання у близькості та спілкуванні? Чи, можливо, навпаки вони віддаляють людей один від одного?

Усвідомлення і розуміння цього виміру є важливим, оскільки найбільше, на думку Станілоае, образ Божий в людині актуалізується власне за рахунок міжособистісного спілкування яке засноване на любові³⁷. Людина, будучи окремою особою, покликана до єднання та комунікації з іншими особами, з якими вона розділяє спільну людську природу. Власне через відмову від егоїзму та через відкритість на свого ближнього реалізується ця міжособистісна комунікація. Для Станілоае прообразом цього спілкування є взаємопроникнення Осіб в Пресвятій Трійці³⁸. Важливим елементом у трактуванні образу Божого в людині є саме усвідомлення наявності цієї спільної природи людських осіб, яку внаслідок гріхопадіння часто хочуть розділити егоїзмом, гордістю та особистими переконаннями. І тому через зростання у єдності та цілісності, у міжособистісній комунікації та у самодаруванні актуалізується, на думку Станілоае, вповні образ і подоба Бога у людині³⁹.

³⁵ Пор. BERGER C. *The Immortal Image of God: The Theological Anthropology of Father Dumitru Stăniloae*, 4.

³⁶ BERGER C. *The Immortal Image of God: The Theological Anthropology of Father Dumitru Stăniloae*, 4.

³⁷ Пор. BERGER C. *The Immortal Image of God: The Theological Anthropology of Father Dumitru Stăniloae*, 5.

³⁸ Пор. BERGER C. *The Immortal Image of God: The Theological Anthropology of Father Dumitru Stăniloae*, 5.

³⁹ Пор. BERGER C. *The Immortal Image of God: The Theological Anthropology of Father Dumitru Stăniloae*, 5.

Якщо для Думітру Станілоае спілкування є однією з форм актуалізації людини, як Особи, як «образу і подоби Божої», то для Йоана Зізіуласа, відомого грецького богослова, поза спілкуванням в принципі не може існувати правдивого буття. Ба більше – ніщо не може існувати як “індивід”, який сприймається сам по собі⁴⁰. Тому вчення цього богослова чи не найбільше з-поміж учень інших релігійних мислителів увиразнює твердження, що «Особою є той, хто перебуває у стосунку». Саме спілкування стає тією формою єдності та взаємостосунками, які допомагають людині реалізовувати у собі «образ і подобу Божу»:

Спілкування, що не походить від “іпостасі”, тобто від конкретної та вільної особистості, і не приводить до “іпостасей”, тобто конкретних та вільних особистостей, не є “образом” Божого буття. Особистість не може існувати поза спілкуванням; але будь-які форми спілкування, що заперечують і утискають особистість, не є прийнятними⁴¹.

Таке трактування впливає із розуміння Зізіулосом буття Пресвятої Трійці. Посилаючись на вчення св. Василя Великого, богослов стверджує, що про єдність і єдиність Бога ми не говоримо з огляду на Його єдину природу, але з огляду на спілкування Осіб Пресвятої Трійці, оскільки спілкування власне і є природою Бога. Інакше кажучи, те, що ми називаємо єдиною сутністю Бога, є тотожним, на думку Василя Великого, а відповідно і митрополита Зізіуласа, із спілкуванням трьох Осіб Трійці⁴². Відповідно і про єдність та буття людей ми можемо говорити лише через призму їхнього спілкування. Тому й ідентичність особи, на думку грецького богослова, ми можемо розглядати лише у рамках її стосунку з іншою особою⁴³.

Те, як митрополит Зізіулас розуміє цю дійсність, особливо виявляється у його вченні про поняття *екстазу*. Поняття екстазу, що часто трактується як певний «вихід із себе», в християнському Переданні використовувалося на позначення взаємостосунків Бога і його творіння⁴⁴. Однак митрополит Зізіулас застосовує його також і для означення міжособистісних стосунків. Основою цього поняття є слово *stasis*, яке в перекладі означає «буття як є» або «буття у

⁴⁰ Пор. ЗІЗІУЛАС Й. *Буття як спілкування*. Київ 2005, 18.

⁴¹ ЗІЗІУЛАС Й. *Буття як спілкування*. Київ 2005, 18.

⁴² Пор. ЗІЗІУЛАС Й. *Буття як спілкування*, 136-137.

⁴³ Пор. WILKS J. *Trinitarian Ontology of John Zizioulas* [PDF] // biblicalstudies.org.uk (22.04.2020), 63.

⁴⁴ Пор. ЗИНКОВСКИЙ М. *Богословие личности в XIX-XX вв.*, 175.

собі». Воно власне і позначає буття, існування людини як таке і реалізується в особистості за допомогою *ek-stasis* – «причастя», «спілкування» і за допомогою *hypo-stasis* – «індивідуальність», «унікальність». Таким чином поняття *екстазу* стосується руху людини назовні, назустріч іншому, долання меж власної особи в русі до спільності⁴⁵.

Однак у цьому процесі жодним чином не нівелюється також і індивідуальний, унікальний характер кожної особистості. І власне такий характер взаємних стосунків, на думку митрополита Зізіуласа, є нічим іншим як стосунками любові. Понад те, він стверджує, що любов не є лише якоюсь певною властивістю. Це є частиною субстанції. Це є те, що робить Бога тим, яким Він є – єдиним Богом⁴⁶. Подібне розуміння особистісних стосунків в людстві не реалізується, вважає митрополит Зізіулас, шляхом єднання людей у спільній природі, а здійснюється власне через буття у спілкуванні, у любові, яке є формою лише церковного, еклезіального буття. Таке розуміння є тому, що для богослова природне існування є позбавлене свободи. Воно є радше «онтологічною необхідністю», оскільки наше народження, наша «біологічна іпостась» хоч і є наслідком любові наших батьків, однак вона не є результатом нашого свобідного вибору:

Ця біологічна конституція людської іпостасі радикально потерпає від двох «пристрастей», що руйнують якраз те, чого прагне людська іпостась, а саме особу. Першу «пристрасть» можна назвати «онтологічною необхідністю». За своєю конституцією біологічна іпостась конче пов'язана з природними інстинктами, з потягами, що діють «із необхідністю» і перебувають поза контролем з боку свободи. Через це особа як істота «існує» не як свобода, а як необхідність⁴⁷.

Тому лише через хрещення, через народження нашої «еклезіальної іпостасі», яке є наслідком нашого свобідного вибору і яке є позбавлене цієї «онтологічної необхідності», ми водночас стаємо відкриті на буття у спілкуванні, яке єднає нас всіх в одну церковну спільноту, ведену Святим Духом⁴⁸.

⁴⁵ Пор. WILKS J. *Trinitarian Ontology of John Zizioulas*, 64.

⁴⁶ Пор. WILKS J. *Trinitarian Ontology of John Zizioulas*, 64.

⁴⁷ ЗІЗІУЛАС Й. *Буття як спілкування*, 51.

⁴⁸ Пор. WILKS J. *Trinitarian Ontology of John Zizioulas*, 64.

На відміну від Зізіуласувого поняття *екстазу*, яке окреслює вихід людини з поза себе на зустріч іншому, Христос Яннарас, відомий грецький богослов та християнський філософ, таку спрямованість людини описує у понятті *еротично-екстатичної самовіддачі*⁴⁹. Тому й міжособистісні взаємостосунки як спосіб реалізації людської Особи він власне пояснює у рамках цієї термінологічної системи. Однак у Яннараса вона набуває дещо ширшого спрямування, ніж це було у Зізіуласа, оскільки ця *еротично-екстатична самовіддача* зосереджена навколо таких характеристик людини, як *свобода, стосунки, спілкування, динамічність, незводимість до природи, ірраціональність, цілісність, свідомість, унікальність, та словесність*⁵⁰.

Поняття *свободи*, на думку грецького богослова, нероздільно пов'язане із людською особою, оскільки саме свобода дає змогу прийняти або відкинути Боже запрошення до спілкування та взаємостосунків⁵¹. Однак найбільшу свою реалізацію та сповнення ця свобода все ж віднаходить у любові та відкритості на унікальність іншої особи: «Любов є найвищим проявом свободи, найдостовірнішим свідченням особистісного існування, розкриттям сутності, або природи, яке не знає ніяких пут детермінізму»⁵². Лише через любов, через відкритість на іншого, через спілкування та взаємостосунки з іншою особою ми можемо пізнати людину. Більше того *спілкування* є метою та ціллю людської Особи, оскільки воно реалізує образ Троїчного Бога в людській природі⁵³. Саме спілкування, а не природне начало уможлиблює особову близькість людини з Богом і з іншою особою:

Всі речі віддалені від Бога не місцем, а природою [...] Близькість людства до Бога в контексті світу не є природньою, а локальною, тобто це особиста близькість. Світ «віддалений від Бога» нескінченною і невизначеною природньою дистанцією, але в той же час світ є «втіленням» особистої волі Бога, місцем розкриття його особистої енергії. Божественна воля або енергія не залишаються нереалізованими та без іпостасі, але є «миттєво втіленими» в іпостасі і формі творіння⁵⁴.

⁴⁹ Пор. YANNARAS C. *Person and eros*. Brookline 2007, 41.

⁵⁰ Пор. ЗИНКОВСКИЙ М. *Богословие личности в XIX-XX вв.*, 216.

⁵¹ Пор. ЯННАРАС Х. *Хайдеггер и Ареопагит, или об отсутствии и непознаваемости Бога* [DOC] // royallib.com (26.04.2020), 39.

⁵² ЯННАРАС Х. *Вера Церкви*, 68.

⁵³ Пор. ЗИНКОВСКИЙ М. *Богословие личности в XIX-XX вв.*, 217.

⁵⁴ YANNARAS C. *Person and eros*, 117.

Тому, на думку Яннараса, Церква є тим «локальним місцем», де вповні реалізуються людські взаєностосунки, засновані на любові. Церква надає можливість розвивати ці стосунки, розвивати любов, самодарування, існування для іншого – словом, дає можливість людству будувати своє життя на основі прообразу Пресвятої Трійці⁵⁵. Це є визначальним у житті людини, оскільки лише за посередництвом взаєностосунків людина, на думку Яннараса, здатна існувати як Особа:

Конститууючим елементом людини є її здатність повернутися лицем до когось або чогось іншого, здатність прямо подивитись на когось або щось, одним словом – здатність бути Особою, сказати собі і іншому: ось я, а ось ти, і ми спілкуємось між собою, вступаємо в діалог. Особа – це не арифметична одиниця, не один із елементів цілого, не одиничність-в-собі, вона існує лише як усвідомлення людиною своєї інакшості. Відповідно, Особа передбачає зустріч лицем в лице з іншим буттям, вступ до взаєностосунків з ним⁵⁶.

У цьому, на думку грецького богослова, проявляється *динамічний характер* людської Особи. Саме завдяки взаєностосункам ми здатні пізнати людину, оскільки в момент стосунків ми відкриваємося на іншу особу, а «особистісна інакшість реалізується лише в динаміці»⁵⁷. До того ж, у процесі спілкування людина виражає свої *особисті енергії*, які є «здатністю природи, або сутності, виявляти свою іпостась, своє існування, робити його доступним для пізнання і причасності»⁵⁸.

Цей динамізм, відкритість на любов, на спілкування засвідчують *цілісність* людської Особи. Тільки правдива любов та здорові взаєностосунки є свідченням єдності, цілості світу в людині, а також і єдності людства в цілому. Однак попри цей динамізм людської Особи та спрямованості до єднання, людина, проте, є і залишається *унікальною* особою. І ця унікальність, на думку Яннараса, полягає у людській самосвідомості та інакшості: «Самосвідомістю ми називаємо знання нашої присутності в світі, впевненість в тому, що я є і повинен бути, що я є особливе буття з особовим характером, який відрізняє мене від усього, що існує

⁵⁵ Пор. Зинковский М. *Богословие личности в XIX-XX вв.*, 218.

⁵⁶ ЯННАРАС Х. *Вера Церкви*, 66.

⁵⁷ YANNARAS C. *Person and eros*, 26.

⁵⁸ ЯННАРАС Х. *Вера Церкви*, 82.

навколо мене»⁵⁹. Відповідно ця відмінність і унікальність репрезентує «інакшість» людської Особи, її неповторність⁶⁰. І долати цю межу «інакшості» на шляху побудови взаємостосунків нам власне допомагає наша мова: «Слово має енергійний характер і служить елементом вибудовування стосунків між людськими Особами, а також між людиною і Богом, людиною і світом»⁶¹.

1.2. РОЗУМІННЯ ЛЮДСЬКОЇ ОСОБИ У ПОСТАНОВАХ ІІ ВАТИКАНСЬКОГО СОБОРУ ТА У ВЧЕННІ ЗАХІДНИХ БОГОСЛОВІВ ХХ СТОЛІТТЯ

Західна богословська думка у багатьох аспектах відтворює антропологічне бачення людини, яке ми відслідковуємо у представників православного богослов'я, що зумовлене спільними історичними та ідейними особливостями ХХ-го століття. Тому розуміння людини як Особи, яка покликана до стосунків, у західному богослов'ї також відіграє важливе значення. Однак тут воно формується також під впливом різноманітних філософських доктрин, зокрема і під впливом сучасної «філософської антропології» Макса Шелера, ідеями якого надихаються в той час багато представників західного богослов'я, зокрема і майбутній папа Іван Павло II⁶². Окрім цього, велику популярність тоді здобув і філософський персоналізм Еммануеля Муньє, для якого праця і людське спілкування було змістом людського життя. Тому й західна богословська антропологія своє реляційне бачення Особи формує також і на основі динамічного ціннісного виміру життя людини об'єднаної у стосунки з іншими людьми.

⁵⁹ ЯнНАРАС Х. *Вера Церкви*, 65.

⁶⁰ Пор. ЯнНАРАС Х. *Вера Церкви*, 65.

⁶¹ ЯнНАРАС Х. *Церковь в посткоммунистической Европе // Церковь и время* 28 (2004) 93.

⁶² У розумінні М. Шелера особистість – це завжди індивідуальне буття. «Кожна людина тією мірою, якою вона є особистістю, становить одиничне, єдине в своєму роді буття й цінність». Окрім цього особистість передбачає у собі також «динамічну духовну єдність, яка жодним чином не може бути повністю охоплена в наукових категоріях». Тому для Шелера особистість «не є чимось готовим чи завершеним, вона завжди – чинний початок. Особистість не “є”, вона “стає”». Реалізація особистості, згідно Шелера, тісно пов'язана із цінностями: «Людина настільки є справді людиною, наскільки втілює в собі надособистісні сенси та цінності». Окрім того, що особистість є індивідуальністю, вона також є і сукупним буттям, оскільки вона є «розчленованою реальністю якогось співтовариства». (Див. ГЕРАСИМІВ Т. – БАЗАРНИК Б. *Антропологія феномену особистості // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»* 845 (2016) 371).

Другий Ватиканський собор про людину, сотворену «на образ і подобу Божу» як Особу, говорить у двох аспектах: 1) з точки зору ієрархічної вищості. Отці собору зауважують, що людина є «здійсною пізнавати та любити свого Творця, і поставлена володарем над усіма земськими створіннями, щоб ними правити і ними користуватися, прославляючи Бога»⁶³; 2) з огляду на спільнотний характер людського існування. Людина не була створена для того, щоб бути самотньою. Тому бути створеним за «образом Божим» – це також бути чоловіком і жінкою: «бо людина з самих глибин своєї природи є громадським єством і без зв'язку з іншими не може ні жити, ні розвивати свої сили»⁶⁴.

Для гідної реалізації і першого, й другого аспектів людина, на думку Отців собору, є наділена гідністю ума, сумління та свободи. Із сталим вдосконаленням розумної природи людини – особа вдосконалюється мудрістю, яка допомагає їй у пошуках любові, правди і добра. Сумління, натомість, є Богом записаний у людині закон, який спонукає особу любити, творити добро та берегтися злого⁶⁵. Однак можливість пошуку і реалізації цих якостей є завдяки тому, що людина є вільна: «тільки вільна людина може схилитись до добра»⁶⁶.

Пам'ятаючи найперше про важливість плекання гідного сповнення цих засад особового виміру життя людини, ми можемо говорити і про гідне налагодження спільнотного та громадського життя в цілому.

Так як Бог створив людей не для самотнього життя, але для громадського об'єднання, так теж Йому «подобалось [...] людей не тільки поодинокі, без усякого взаємного зв'язку, освятити і спасти, але зібрати їх в один нарід, що призивав би Його в правді та служив Йому в святості». Тому, від самого початку історії спасіння, Він вибрав людей не тільки як одиниць, але також як членів громади⁶⁷.

Із розвитком технологій, можливість формування взаємовідносин між людьми збільшується і це провадить до глобалізації поняття людської спільноти. Тому Отці собору наголошують, що люди, будучи сотворені на образ Божий, покликані жити між собою як брати, творити одну сім'ю, в якій єдиним мірилом

⁶³ II Ватиканський собор. Душпастирська конституція про Церкву в сучасному світі *Gaudium et spes*. Рим 1966, 45.

⁶⁴ *Gaudium et spes*, 45-46.

⁶⁵ Пор. *Gaudium et spes*, 48.

⁶⁶ *Gaudium et spes*, 49.

⁶⁷ *Gaudium et spes*, 66-67.

людського вчинку була б любов⁶⁸. Важливість цього підкреслює також і громадський характер поняття створення людини на «образ Божий»:

Господь Ісус, коли молить Отця, щоб «усі були одно» [...] як і ми одно» (Ів 17, 21-22), поставив просто недосяжні для людського ума перспективи, вказуючи на деяку подібність між одністю Божих осіб і одністю синів Божих, у правді й любові. А ця подібність виявляє, що людина, яка є самотнім створінням на землі, яке Бог створив задля нього самого, не може вповні віднайти себе, як тільки щирим даруванням себе самої⁶⁹.

Тому й особистісний вимір людини вповні реалізується в Особі тільки в середовищі спільноти, коли Особа є відкрита на іншого, коли вона віднаходить себе через дарування себе іншому, коли таке дарування є кероване любов'ю, яка єднає. Таке розуміння особистіно-суспільних відносин є основою найперше для формування принципів міжлюдської комунікації, оскільки саме завдяки спілкуванню людина здатна будувати та розвивати міжлюдські взаємини.

Богословський персоналізм папи Івана Павла II є продовженням роздумів про людину в дусі II-го Ватиканського собору. На думку понтифіка, і чоловік, і жінка є людськими істотами, створеними «на образ і подобу Божу»⁷⁰. Це означає, що кожен з них зокрема є Особою. Бути Особою, на думку Івана Павла II, означає бути неповторною реальністю у своєму бутті, діяльності, свідомості, свободі, у своєму сумлінні і серці. Кожна людина має свою унікальну історію життя. Вона формує її за допомогою соціальних контактів, різноманітних життєвих ситуацій, які єднують її з іншими людьми з першої хвилини її існування⁷¹.

У цьому особливу роль відіграє також і тілесний вимір людини. У своїх катехизах, виголошених в період від 1979 до 1984 року, понтифік зауважує, що тіло є невід'ємним виміром людської Особи. Воно є необхідним елементом для самоусвідомлення людини, для визначення того, ким вона є і до чого покликана

⁶⁸ Пор. *Gaudium et spes*, 67.

⁶⁹ *Gaudium et spes*, 59.

⁷⁰ Пор. ІВАН ПАВЛО II. Апостольське послання *Mulieris dignitatem*. Львів 1995, 14.

⁷¹ Пор. ІВАН ПАВЛО II. Енцикліка *Redemptor hominis*. Рим 1989, 27.

у світі⁷². Окрім цього, завдяки тілу людина здатна виражати себе через свою діяльність, через свою відкритість на іншого і для іншого.

Тому також важливим моментом у богослов'ї персоналізму Івана Павла II є те, що образ Божий у людині не обмежується лише її індивідуальністю, її особовістю, а завжди передбачає відкритість людини у любові на іншу Особу:

Людина неспроможна жити без любові. Вона сама для себе стає незрозумілою істотою, її життя стає без значення, якщо вона не виявляє любов у своєму житті, якщо її життя не зустрічається з любов'ю, якщо людина її не переживає і собі не присвоює, якщо не бере в ній життєвої участі. Власне тому Христос [...] в усю повноту об'являє людину самій же людині⁷³.

Людина, сотворена «на образ і подобу Божу», є розумною та вільною істотою. І ці якості реалізують в Особі здатність пізнавати та любити Бога, а також спроможність пізнавати та любити свого ближнього. Тому в своїй природі людина не є самотньою, а сотворена для того щоб жити у «єдності двох», у відкритості на іншу Особу⁷⁴. Життя у «єдності двох», у спільності любові є відображенням Божого образу, оскільки таке існування «є віддзеркаленням спільності любові, що є в Бозі, спільності, через яку три Особи Божі люблять одна одну у внутрішній таємниці єдиного Божого життя»⁷⁵.

Образ і подоба Бога в людині, що створена як чоловік і жінка [...] означає також «єдність двох» у спільній людській природі. Ота «єдність двох», що є знаком міжособової спільності, вказує на те, що у створенні людини також закладена певна подібність до Божественної спільності. Оця подібність закладена як властивість індивідуального існування обох, чоловіка і жінки водночас, як покликання і завдання [...] В «єдності двох» чоловік і жінка від «початку» покликані не тільки для того, щоб існувати «поряд» чи навіть «разом», але також покликані до того, щоб існувати взаємно «одне для одного»⁷⁶.

Однак ця спільність не реалізується лише через єдність тілесну (як у випадку подружжя), а здійснюється найперше через «втілене» спілкування людей⁷⁷. Власне все життя людини на землі розгортається і здійснюється в межах цього спілкування⁷⁸.

⁷² Пор. JOHN PAUL II, *The Redemption of the Body and Sacramentality of Marriage (Theology of the Body)*. From the Weekly Audiences of His Holiness. September 5, 1979 – November 28, 1984. Boston 2006, 18.

⁷³ *Redemptor hominis*, 20.

⁷⁴ Пор. *Mulieris dignitatem*, 16.

⁷⁵ *Mulieris dignitatem*, 17.

⁷⁶ *Mulieris dignitatem*, 17-18.

⁷⁷ Пор. *The Redemption of the Body and Sacramentality of Marriage (Theology of the Body)*, 26.

⁷⁸ Пор. *Mulieris dignitatem*, 18.

Тому бути Особою, для папи Івана Павла II, це не лише усвідомлювати себе, свою ідентичність, свою унікальність, але й водночас у своїй свободі жити для іншого. Через спілкування, через самопосяту і допомогу, через відкритість на любов людина вповні реалізує себе як Особа. Чому це так важливо для людини? А все тому, що лише через пошук та відкритість на істинні цінності людина може вдосконалюватись, може вповні реалізовувати свою природу. Людина є нездатною до цього, якщо закривається у собі⁷⁹. Лише через відкритість до трансцендентних вимірів: до краси, до істини, до іншої Особи, до Бога людина здатна реалізувати себе⁸⁰. Тому власне досконалість людини полягає у самодаруванні, яке слідує із довір'я ближньому та Істині. «Вміння і готовність ввірити себе і свою долю іншій людині – це, безперечно, один з антропологічно найважливіших і найпромовистіших актів»⁸¹.

Подібно мислив і наступник Івана Павла II на папському престолі – Йозеф Ратцінгер (папа Бенедикт XVI). Він роздумує про людину в категоріях «один» і «ціле»:

Принцип «тіла» і «тілесності», якому підпорядкована людина, несе у собі подвійний зміст. З одного боку, тіло віддаляє людей один від одного, робить їх один для одного непроникними. Займаючи певний простір і володіючи певними обрисами, тіло робить неможливим, щоб один був всеціло в іншому; воно проводить між нами лінію поділу. [...] Але, з іншої сторони, тілесне буття з необхідністю передбачає історію і спільноту. [...] тілесність означає походження один від одного в цілком реальному і багатоплановому сенсі, люди живуть один одним⁸².

Тому й індивідуальність людини, на думку папи Бенедикта XVI, завжди передбачає приналежність до чогось спільного, до певного «цілого». Більше того, як зауважує понтифік, «людське буття дається людині лише в спільному історичному зв'язку, якого вона досягає через мову і через соціальні комунікації, так що людина здійснює своє існування згідно певної колективної моделі, в яку вона завжди включена і яка організовує простір для її самореалізації»⁸³. Християнство у цьому середовищі людей є місцем, де людина вчиться жити у

⁷⁹ Пор. ІВАН ПАВЛО II. Енцикліка *Fides et Ratio* // dds.edu.ua (20.06.2020), п. 25.

⁸⁰ Пор. *Fides et Ratio*, 83.

⁸¹ *Fides et Ratio*, 33.

⁸² РАЦИНГЕР Й. *Введение в христианство. Лекции об апостольском символе веры*. Брюссель 1988, 190.

⁸³ РАЦИНГЕР Й. *Введение в христианство. Лекции об апостольском символе веры*. Брюссель 1988, 191.

напрямку до «цілого», коли вона відмовляється від життя, яке було б зосереджене на своєму «Я» і спрямовує свою увагу, за прикладом Христа, на іншого, на життя один для одного⁸⁴. Тому й у середовищі Церкви, окрім того, що людина вчиться прагнути до єдності, вона відкривається також і на реальність віри, яка, згідно із поглядами Ратцінгера, є «віднайденням якогось Ти»⁸⁵, особовим спілкуванням з Богом: «Релігійна віра відкриває людині Бога. Християнський образ Бога в історії богословської думки ніколи не зводиться до описаного філософами Абсолюту. Бог християн є Особою, яка прагне спілкування з іншими особами. Тільки завдяки спілкуванню людини з Богом, людина й сама утверджується як особа»⁸⁶.

Отже, провідні православні та західні богослови ХХ-го століття один із головних акцентів у своїй антропології робили на тому, що бути сотвореним «на образ і подобу Божу» означає бути Особою, яка перебуває у стосунку. Кожен із релігійних мислителів репрезентує цю ідею у своєму баченні із притаманними йому особливостями. Однак всі вони сходяться у тому, що людина не сотворена для того, щоб існувати індивідуально, а, навпаки, найбільше своє сповнення та реалізацію вона віднаходить, коли зростає у взаємостосунках з Богом та з іншими людьми, коли зростає у спілкуванні та любові. І саме Церква є тим місцем, де людина може вповні реалізувати свій потенціал, де вона може зростати як Особа. До того ж, ми це можемо робити не лише шляхом безпосередньої комунікації, але й за посередництвом сотворених людиною матеріальних речей цього світу. Однак при цьому варто зважати на ряд небезпек, які виникають у такому типі взаємостосунків. Понад те, ми маємо також пам'ятати, що комунікація за посередництвом людського творіння є присутністю людини у її фізичній відсутності, а тому завжди вона буде другорядною й менш вартісною у порівнянні із живим спілкуванням.

⁸⁴ Пор. РАЦІНГЕР Й. *Введение в христианство. Лекции об апостольском символе веры*. Брюссель 1988, 196.

⁸⁵ РАЦІНГЕР Й. *Введение в христианство. Лекции об апостольском символе веры*. Брюссель 1988, 46.

⁸⁶ ШЕПЕТЯК О. *Антропологічні ідеї в новітньому богослов'ї німецькомовного простору // Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наукових праць 665-666 (2013) 213.*

РОЗДІЛ II

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС В УМОВАХ СУЧАСНОГО МЕДІАКУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ

2.1. ОСОБЛИВОСТІ ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Міжособистісна комунікація є основою для успішного розвитку людини та реалізації її здібностей. Окрім налагодження загальносуспільного існування, спілкування допомагає людині зростати як Особі у взаємостосунках із Богом та з іншими людьми. Впродовж багатьох століть поряд із технічним поступом міжособистісна комунікація розширювала свої географічні і часові межі. Для цього людина використовувала різноманітні середники. Починаючи з наскельних малюнків, винайдення писемності, різьблення на камені і закінчуючи створеним Йоганном Гутенбергом друкарським верстатом та запровадженням масового друкування книг, газет тощо. Завдяки цьому людина навчилась комунікувати не лише безпосередньо одна з одною, але й залишати свої думки та ідеї для наступних поколінь чи поширювати їх далеко за межі території свого проживання. Період XX-го та XXI-го століття з його стрімким технічним прогресом, з одного боку, став ще одним великим поступом у розвитку міжособистісної комунікації. Однак із появою всесвітньої мережі Інтернет цей поступ водночас став і певною загрозою, оскільки поряд з живою реальністю людського спілкування з'явилась ще одна – віртуальна. «Віртуальна форма спілкування – це такий спосіб комунікації, при якому контакт між людьми опосередкований комп'ютерами, підключеними до мережі [...], а вся взаємодія реалізується в просторі віртуальної реальності»¹. Автором терміна «віртуальне спілкування» прийнято вважати відомого американського соціолога Говарда

¹ Первушина В. – Хуторной С. Особенности коммуникации в киберпространстве // Вестник ВГУ. Серия: Философия 1 (2017) 59.

Рейнгольда². З кожним роком участь людини у такій формі комунікації стає все частішою, а живе спілкування у багатьох аспектах стає маргіналізованим і втрачає свій глибинний, ціннісний вимір. Тому із зміною соціокультурних парадигм вартує подивитися на те, яким є людське спілкування сьогодні? Чи заангажованість людини у віртуальну форму комунікації допомагає їй зростати як Особі у взаємостосунках з Богом та з іншими людьми? Які переваги та небезпеки створює така форма спілкування?

Пошук місця реалізації такого явища, як «віртуальне спілкування» неодмінно приводить нас до середовища соціальних мереж. Саме віртуальні платформи³ у багатьох аспектах є місцем, в якому головно зосереджується міжособистісна комунікація в епоху сучасного медіакультурного розвитку.

Існує багато варіантів тлумачення поняття «соціальна мережа», але більшість із них сходяться у тому, що вони радше перераховують можливості, які соціальні мережі відкривають перед їхнім користувачем:

Ми окреслюємо соціальні мережі як веб-сервіси, які дають змогу: 1) створити загальнодоступний або напівпублічний профіль всередині обмеженої системи; 2) сформулювати список інших користувачів, з якими вони мають спільний зв'язок, і 3) переглядати та «трасувати» список їхніх зв'язків та тих, яких представляють інші особи всередині цієї системи. Характер та номенклатура цих з'єднань можуть відрізнятися від сайту до сайту⁴.

Сам термін «соціальні мережі» з'явився у 1954-му році. Вперше його використав відомий соціолог Джон Барнс у своїй праці *«Класи і зібрання у норвезькій острівній парафії»*. У цьому творі поняття «соціальні мережі» ще не застосовується у розумінні певних веб-сервісів, призначених для віртуального спілкування за посередництвом комп'ютера. Натомість цей термін є радше спробою окреслити певну спільноту людей, пов'язаних між собою спільними інтересами, сумісною діяльністю, місцем проживання чи іншими критеріями⁵.

² Пор. АЛМАЕВА В. *Виртуальные социальные сети как составляющая современного образовательного пространства* // ito.edu.ru (20.07.2020).

³ Платформа – це впливове масове середовище комунікації онлайн. Насамперед ідеться про класичні соціальні мережі на кшталт *Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, VK*, їх наступників – месенджери (*WhatsUp, Viber, Telegram* тощо), а також пошуковики інформації та товарів (*Google, YouTube, Amazon, Alibaba*) (КУЛЕБА Д. *Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот*. Київ 2019, 27).

⁴ BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship* // *Journal of Computer-Mediated Communication Association* 13 (2008) 211.

⁵ Див. BARNES J. *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*. [PDF] Cambridge 1990.

До того ж, ці спільноти необов'язково мають бути рівнозначними. Деякі можуть бути більшими, а інші меншими. Деякі можуть домінувати – інші можуть їм підпорядковуватися. Якись спільноти можуть об'єднувати людей за допомогою одних критеріїв – в інших об'єднувачим елементом є зовсім відмінні механізми. Таким чином Джон Барнс демонструє, що наше суспільство є густим переплетенням різноманітних спільнот. Інколи певні особи можуть належати до двох цілком протилежних за інтересами «соціальних мереж», але водночас вони можуть перебувати в межах однієї спільноти згідно іншого критерію.

Дослідження поняття «соціальні мережі» продовжуються у математичних теоріях Пола Ердоса, Анатолія Рапапорта, а також у працях соціальних психологів та антропологів Якоба Морено⁶, якого вважають основоположником теорії аналізу соціальних мереж, Фріца Хайдера та інших⁷.

У той час як перша група вчених відкривала різні закони побудови абстрактних вузлів і ліній, останні виявили, що вузлами і лініями найзручніше позначати відносини між людьми. Оскільки обидві групи дослідників працювали в один і той же час (у другій половині двадцятого століття), вони зійшлися на розробці серії метрик і методів, що дозволяють виділяти базисні структури складних емпіричних явищ. Тому в якості окремої парадигми метод аналізу соціальних мереж почав формуватися в 1970-х⁸.

Окрім цього, аналізом людських взаємозв'язків займався американський соціальний психолог Стенлі Мілгрем. У 1969-му році він публікує результати своїх досліджень, в яких описує феномен «*Small world experiment*»⁹, що стало основою для поширення згодом популярної теорії «шести рукостискань». Опісля з'являється ще ряд вагомих досліджень, серед яких важливо виокремити працю американського соціолога Марка Грановеттера «*Сила слабких зв'язків*»¹⁰

⁶ Якоб Морено найперше відомий своїми дослідженнями у галузі психодрами та групової психотерапії. Однією з особливостей його терапії є практика соціометрії, яка покликана виявляти спонтанні зв'язки між учасниками однієї групи на основі певних особистих критеріїв задля уникнення наявних деструктивних елементів в середовищі цієї групи. Наочно це представлено у так-званій «схемі соціометрії», в якій круги – це певні особи, а лінії – це взаємозв'язки, які виникають між ними в результаті спонтанної поведінки. (Див. Додаток №1 «Схеми соціометрії Якоба Морено»).

⁷ Пор. ХОГАН Б. *Анализ социальных сетей в интернете* // postnauka.ru (21.07.2020).

⁸ ХОГАН Б. *Анализ социальных сетей в интернете*.

⁹ Small world experiment – з англ. експеримент «тісний світ». У цьому дослідженні Стенлі Мілгрем визначив, якою є кількісна відстань між двома соціальними об'єктами, не знайомими між собою. Іншими словами, науковець визначив, скільки потенційно знайомих осіб є між двома людьми, які не знають один одного. На його думку, таких осіб є 6. Цим самим Стенлі Мілгрем хотів продемонструвати, що світ є нічим іншим, як сукупністю тісних соціальних мереж. (Див. MILGRAM S. *The Small-World Problem* // *Psychology Today* 1 (1967)).

¹⁰ У цій праці автор демонструє перевагу та мобільність «слабких» зв'язків між людьми (знайомі, друзі друзів тощо) у порівнянні з «сильними» зв'язками (родичі, близькі друзі тощо) з точки зору поширення і обміну

1973 року¹¹. Такі дослідження дають можливість зрозуміти, що міжособистісна комунікація не обмежується лише діалогом двох осіб чи іншими сталими соціальними структурами та формами. Натомість людське спілкування об'єднує нас у численні різноманітні «мережі», що визначаються багатьма критеріями та особливостями, з яких власне і формується наше суспільство.

Із розвитком інтернет-технологій ці різноманітні соціальні мережі людських взаємин поступово переходять у площину віртуального спілкування. При цьому вони не зникають у реальному житті, але віртуальний світ стає радше певним ретранслятором тих мереж, які існують у реальному суспільному середовищі. Згодом ми побачимо, як цей технічний поступ призвів до різноманітних зловживань, які мають чималий вплив на людське спілкування сьогодні. Принцип формування соціальних мереж у віртуальному середовищі полягає у тому, що вони вибудовуються найперше на основі «сильних» соціальних зв'язків: «чим міцніші соціальні зв'язки між людьми, тим активніше вони спілкуються один з одним, використовуючи всі доступні медіа. [...] Інтернет продовжує процес з'єднання людей в соціальні мережі, а також людей і організацій, розкиданих географічно, але пов'язаних спільними інтересами»¹². Тому й взаємини та спілкування з соціальною спільнотою до якої ми належимо, а не пошук нових знайомств найчастіше є причиною нашого перебування на тій чи іншій віртуальній платформі:

Те, що робить сайти соціальних мереж унікальними, полягає не в тому, що вони дозволяють людям зустрічатися з незнайомими людьми, а в тому, що вони дозволяють користувачам чітко формулювати та робити видимими свої соціальні мережі. Це може призвести до зв'язків між людьми, які б інакше не були встановлені, але вони часто не є метою, і ці зустрічі часто є між «прихованими зв'язками», які мають якийсь спільний зв'язок в офлайн¹³.

Окрім цього, почасти людська комунікація в мережі Інтернет ретранслює та доповнює соціальну поведінку окремої особи в реальному житті. Тобто що

інформацією, а також з огляду на просування особи у різноманітних соціальних сферах (робота, юридичні, медичні послуги тощо). (Див. GRANOVETTER M. *The Strength of Weak Ties* // *American Journal of Sociology* 6 (1973).).

¹¹ Пор. ХОГАН Б. *Аналіз соціальних мереж в інтернеті*.

¹² ДАНЬКО Ю. *Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси* // *Сучасне суспільство* 2 (2012) 180.

¹³ BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 211.

більше людина спілкується з іншими людьми, що активнішими та тіснішими є їхні соціальні контакти – то більше вона буде використовувати різноманітні чати, месенджери¹⁴ чи інші медійні засоби комунікації для спілкування та підтримки зв'язку із цими особами¹⁵.

Незважаючи на широкий спектр різноманітних технічних особливостей, які сьогодні пропонує чимала кількість віртуальних платформ, спільною технічною основою для всіх соціальних мереж є те, що 1) вони складаються з видимих профілів людей; 2) ці особи формують та відображають у своїх профілях список «друзів», які є також користувачами цієї платформи¹⁶. Зазвичай профілі – це окремі, унікальні сторінки, у яких люди можуть буквально «ввести себе в буття». Ці сторінки формуються на основі текстових форм, які містять різноманітні запитання (дата народження, місце проживання, особисті інтереси тощо). Також на більшості платформ користувачам пропонують завантажити фотографію профілю. Окрім цього, велика кількість соціальних мереж заохочує користувачів публікувати різноманітні мультимедійні матеріали задля покращення свого профілю¹⁷. Однією з головних особливостей, завдяки якій соціальні мережі часто відрізняються одні від одних, є налаштування видимості доступу до профільної сторінки користувача:

LinkedIn контролює те, що може бачити глядач, виходячи з того, чи є у нього платний рахунок [...] *MySpace* дозволяють користувачам вибирати, чи хочуть вони, щоб їхній профіль був загальнодоступним, або "тільки друзі". *Facebook* застосовує інший підхід – за замовчуванням користувачі, що належать до однієї і тієї ж "мережі", можуть переглядати профілі один одного, якщо власник профілю не вирішив заборонити доступ особам у своїй мережі¹⁸.

Опісля реєстрації в соціальній мережі людина може додати до списку особистих контактів тих осіб, які вже приєдналися до цієї мережі і з якими ця особа є знайомою у реальному житті. В залежності від платформи цей список також може мати різноманітні назви: «Друзі», «Підписники», «Фани», «Контакти»

¹⁴ Месенджери (сервіс миттєвих повідомлень) – різновид інтернет-сервісу, що дозволяє в реальному часі обмінюватися повідомленнями двом або більше користувачам, що одночасно користуються цим сервісом. На відміну від електронної пошти, де повідомлення чекає відправлення через сервер, месенджери дозволяють отримувати повідомлення миттєво (*Словник // mediadrivert.online (07.12.2020).*)

¹⁵ Пор. ДАНОКО Ю. *Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси*, 180.

¹⁶ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 211.

¹⁷ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 213.

¹⁸ BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 213.

тощо. Відображення цього списку зв'язків є одним із найважливіших компонентів соціальних мереж, оскільки він містить посилання на профіль кожного Друга, що дозволяє іншим користувачам переглядати ці профілі. Видимість цього списку контактів також може налаштовуватись в залежності від особливостей платформи¹⁹.

Першою віртуальною соціальною платформою яка поєднала у собі всі (у сучасній інтерпретації) характерні риси соціальної мережі стала *SixDegrees.com*. Цю мережу було запущено у 1997-му році. У ній можна було створювати свої профілі, формувати списки «друзів», а починаючи з 1998-го року ці списки було дозволено також і переглядати іншим користувачам²⁰. Звісно, що ці риси соціальних мереж окремо існували в різноманітних платформах і раніше. Вже впродовж 80-х – 90-х років поняття «соціальні мережі» все більше починає асоціюватися з інтернет-середовищем, а не з певною групою осіб. У 1984-му році в США була заснована перша міжуніверситетська мережа *NSFNet*²¹. У другій половині 80-х років з'являються перші прототипи сучасних соціальних мереж – *CompuServe*, *Prodigy*²², *The Well*. Запускаються також сервіси миттєвих повідомлень – *IRS* та *ICQ*. У 1995-му році з'являється відома американська платформа *Classmates*²³. Однак вперше можливість створювати свої профілі, формувати списки друзів та робити їх видимими для інших з'явилася саме у 1997-му році на платформі *SixDegrees.com*²⁴. У *ICQ*, для прикладу, можна було формувати список «друзів», але він не був видимим для інших. А портал

¹⁹ Поп. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 213.

²⁰ Поп. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 214.

²¹ NSFNet (з англ. National Science Foundation Network) – віртуальна цифрова мережа Національного наукового фонду яка об'єднувала 5 університетських суперкомп'ютерних центрів США для обміну та передачі даних між ними. Створена на основі розробок мережі кафедр інформатики CSNet як альтернатива цифровій мережі ARPANet («перший Інтернет») – першої цілісної мережі для передачі даних яка згодом почала використовуватися у військових цілях. На відміну від ARPANet – NSFNet використовувала техніку під'єднання не лише окремих комп'ютерів до єдиної мережі, але й сполучав численні менші мережі в одну. (Див. Додаток № 2 «Схеми мереж ARPANet та NSFNet»). У піку свого розвитку NSFNet вдалось сполучити близько 4000 установ та 50000 мереж в США, Канаді та Європі. (Див. *NSFNET – National Science Foundation Network* // broadbandnow.com (10.07.2020).).

²² CompuServe Interactive Services, Prodigy – перші сервіси в США з надання різноманітних комерційних онлайн-послуг. CompuServe відомий тим, що вперше запровадив можливість онлайн-чату. (Див. *About CompuServe* // compuserve.com (10.07.2020).).

²³ Classmates – соціальна мережа зосереджена на пошуку друзів, знайомих, однокласників з якими ми втратили зв'язок. (*About us* // classmates.com(10.07.2020).).

²⁴ Воронкин А. *Социальные сети: эволюция, структура, анализ* [PDF] // *Образовательные технологии и общество* 1 (2014) 654.

Classmates дозволяв встановлювати людям різноманітні зв'язки, але неможливо було створити власний профіль²⁵.

Впродовж 1997–2001 років з'являється також низка інших соціальних мереж – *AsianAvenue*, *BlackPlanet*, *MiGente*. Вони були вже типовими соціальними платформами із певними своїми особливостями (дозволяли без підтвердження додавати «друзів», створювати особисті анкети тощо)²⁶. Особливість мережі *LiveJournal*, яка була створена у 1999-му році, полягала в тому, що вона дозволяла наповнювати свою сторінку різноманітними блогами²⁷ і онлайн-журналами. Натомість в платформі *SixDegrees.com* профільна сторінка була статичною²⁸.

Починаючи з 2000-х років поява і розвиток соцмереж характеризувалися щоразу стрімкішим поступом і меншими часовими рамками між їхньою появою. Більшість сайтів, які один за одним виникали, мали подібну форму звичних профільних мереж. Однак деякі з них відрізнялися тим, що були створені для конкретної групи осіб, об'єднаної спільними інтересами. Для прикладу, відома мережа *Couchsurfing* (2003) об'єднувала мандрівників з людьми, які готові були для них безкоштовно надати житло. Мережа *MyChurch* (2006) гуртувала навколо себе різноманітні християнські спільноти. Веб-ресурс *Care2* (2004) був центром для активістів з різноманітних політично-екологічних ініціатив. Окрім платформ, зосереджених на інтересах соціальних груп, з'являлись також мережі, що вирізнялись типом контенту²⁹, за допомогою якою користувачі цих мереж

²⁵ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 214.

²⁶ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 214.

²⁷ Блог (від англ. *weblog* – мережевий журнал, щоденник подій) – окремий веб-сайт або його розділ, що регулярно оновлюється, матеріали якого (пости) можуть містити тексти, фотографії, відео. Блоги класифікують за різними критеріями: за авторством (особистий, колективний, корпоративний); за особливостями змісту (мікроблог, тематичний, цитатний, творчий); за переважними формами представлення інформації (текстовий, музичний, фотоблог, відеоблог) тощо. Ведення блогу не має чіткої періодичності; контент розміщується у зворотному хронологічному порядку. Блоги – явище громадянської журналістики, яка відбиває прагнення сучасних споживачів інформації до власної медіаторчості й діалогу. На відміну від особистого щоденника, блог є публічним, інтерактивним – передбачає широкі можливості коментування й дискусії. (*Словник // mediadriver.online* (07.12.2020).).

²⁸ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 214.

²⁹ Контент (англ. *content* – вміст) – інформаційне наповнення сайту (тексти, графіка, відеоролики та ін.). За походженням контент поділяють на такі різновиди: копірайт (оригінальні статті); рерайт (переписування статей своїми словами); копіпаст (копіювання чужих статей); синонімізація (заміна слів синонімами в ручному або автоматичному режимі за допомогою програм і скриптів); переклад з інших мов (людьми або програмами-перекладачами з подальшим редагуванням); користувацький контент (коментарі користувачів, повідомлення на

комунікували. У цей період з'являється мережа *Youtube* (2005) для обміну відео, *Flickr* (2004) для обміну фотографіями, *Last.FM* (2003) для прослуховування музики тощо³⁰. Разом із тим, розширюються і географічні рамки появи веб-ресурсів. Окрім США та Кремнійової долини, соціальні платформи виникали і набували популярності в інших країнах та континентах³¹.

Однією з перших соцмереж, яка набула особливої популярності та мала відносно високий рівень охоплення аудиторії в той час, стала *Friendster*. Вона вийшла у 2002-му році та була розроблена для того щоб конкурувати із відомим сайтом знайомств *Match.com*. Платформа *Friendster* відрізнялася від інших поширених веб-ресурсів для знайомств тим, що вона була створена не для пошуку незнайомих людей із подібними інтересами, а для того, щоб допомогти друзям друзів познайомитись, оскільки, на їхню думку, саме в цьому соціальному сегменті є більша вірогідність розпочати тривалі романтичні стосунки між двома особами³². За перших три місяці користування ця соцмережа зібрала навколо себе близько 300 тисяч користувачів. Станом на 2010-ті роки це число зросло до 115 мільйонів користувачів³³. Однак з кожним роком мережа *Friendster* стикалася із різноманітними технічними та соціальними труднощами, що у свою чергу зменшувало інтерес до цієї мережі та спонукало осіб відмовлятися від цієї платформи. Тому велика кількість людей перейшла на альтернативну платформу *MySpace* (2003), популярність якої також стрімко тоді зростала³⁴. Вигідний цей веб-ресурс був тим, що, на відміну від *Friendster*, у нього не було обмежень щодо організації приватного профілю користувача. Окрім цього, *MySpace* скасував вікові обмеження для реєстрації осіб, що призвело до того, що цією мережею почала користуватись велика кількість підлітків для спілкування із своїми улюбленими музичними гуртами³⁵.

форумах). Обсяг контенту вимірюється в одиницях кількості інформації (мегабайтах, гігабайтах). (*Словник // mediadrivеr.onlіnе* (07.12.2020).).

³⁰ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 216.

³¹ Детальний графік історичного розвитку соцмереж можна переглянути у Додатках (Див. Додаток №3 «Графік історичного розвитку соцмереж»).

³² Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 216.

³³ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 216.

³⁴ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 216.

³⁵ Пор. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, 217.

Історія *Friendster* і *MySpace* стала показовою в тому плані, що більшість соцмереж, які виникали в той час, намагались формувати свою мережу користувачів, не обмежуючись лише певними вузько спрямованими спільними інтересами, а натомість вони розширювали свій рівень охоплення аудиторії до набагато ширшого суспільного кола. Таким чином у центрі уваги більшості веб-ресурсів вже не стояли певні суспільні інтереси, а була ціла людина зокрема. Яскравим прикладом такого типу мереж є і *Facebook*. Спершу ця платформа, подібно як і інші веб-ресурси, також мала обмежене коло користувачів, оскільки доступною була лише для студентів Гарвардського університету. Вона з'явилась у 2003-му році під назвою *Facemash* і використовувалася для оцінки рівня привабливості студентів університету³⁶. У 2004-му році Марк Цукерберг на базі платформи *Facemash* створює *Facebook*. За перших 24 години близько 1200 студентів Гарвардського університету стали користувачами цієї соцмережі, а ще за місяць більша половина студентів мали свій профіль³⁷. Станом на кінець 2004-го року *Facebook* налічував близько одного мільйона користувачів³⁸. Такий успіх спонукав керівництво платформи у 2005-му році розширити доступ до мережі *Facebook* для університетів Бостона, Ліги Плюща та згодом для всіх університетів США³⁹. Внаслідок цього кількість користувачів платформи у 2005-му році збільшилась до 5,5 мільйонів осіб, а у 2006-му році їхнє число зросло до 12 мільйонів⁴⁰. Починаючи з 26-го вересня 2006-го року, ця мережа стає доступною для всіх людей віком від 13-ти років, які мають зареєстровану електронну скриньку⁴¹. Станом на початок 2007-го року кількість активних користувачів у цій мережі становила 30 мільйонів, що автоматично задекларувало *Facebook* як найбільшу у світі соціальну мережу за кількістю користувачів⁴². До початку 2009-го року це число збільшилось до позначки в 100

³⁶ Пор. PHILLIPS S. *A brief history of Facebook* // theguardian.com (20.09.2020).

³⁷ Пор. PHILLIPS S. *A brief history of Facebook*.

³⁸ Див. Додаток №4 «Графік загальної кількості користувачів Facebook».

³⁹ Пор. PHILLIPS S. *A brief history of Facebook*.

⁴⁰ Див. Додаток №4 «Графік загальної кількості користувачів Facebook».

⁴¹ Див. Додаток №5 «Хронологія Facebook».

⁴² Пор. PHILLIPS S. *A brief history of Facebook*.

мільйонів осіб, а станом на 2012-ий рік кількість користувачів *Facebook* зростає до рекордного 1-го мільярда осіб⁴³.

Таке стрімке та широке залучення суспільства у окремі веб-ресурси на рівні із технічним розвитком стало поштовхом для появи інших платформ, засновники яких бажали створити конкуренцію із існуючими соцмережами. Нерідко ці ресурси вирізнялись способом організації комунікаційного процесу та технічними особливостями, які привертали увагу все більшої кількості інтернет-користувачів. Так у 2006-му році з'являється мережа *Twitter*, яка стала успішною платформою для мікроблогів. У цьому ж році виникає популярна російська мережа *Vkontakte*, яка мала б стати альтернативою *Facebook* у мережевому ринку Східної Європи. Окрім цього, з'являється і ряд інших веб-ресурсів, які намагались залучити окремі групи суспільства, об'єднані спільними інтересами, цінностями, географічним розташуванням тощо⁴⁴. В міру того, як технічний прогрес забезпечував доступом до Інтернету все більшу кількість населення планети, з'являлись і різноманітні платформи які уможливлювали ретрансляцію особистих соціальних зв'язків у віртуальному просторі. Цей процес триває і сьогодні. Спосіб комунікації за посередництвом віртуальних платформ все частіше стає звичною формою спілкування.

Якщо подивитись на останні статистичні дані, то вони справді є вражаючими. Станом на липень 2020-го року кількість інтернет-користувачів у світі становить 4,57 мільярди осіб. У відсотковому співвідношенні це 59 % від загальної кількості населення планети, що на 8,2 % (або на 346 мільйонів людей) більше, ніж це було у 2019-му році⁴⁵. Від цієї кількості 3,96 мільярди осіб є активними користувачами соцмереж. Тобто це приблизно 51 % від загального числа населення світу. Іншими словами зараз більше людей користується соціальними мережами, аніж не користується. Якщо взяти до уваги ще той факт, що більшість веб-ресурсів має вікове обмеження для реєстрації користувачів, то при цьому кількість користувачів соцмереж становить 65 %. Тобто це майже дві

⁴³ Див. Додаток №4 «Графік загальної кількості користувачів Facebook».

⁴⁴ Див. Додаток №3 «Графік історичного розвитку соцмереж».

⁴⁵ Див. Додаток №6 «Липнева глобальна статистика 2020».

третини населення планети⁴⁶. Ці показники зросли на 10 % або на 376 мільйонів людей у порівнянні з липнем 2019 року. Тобто 12 нових користувачів реєструється у соцмережах щосекунди⁴⁷. Звісно, що пандемія COVID-19 відіграла важливу роль у цьому процесі. Однак після її завершення кількість осіб, залучених у соцмережі точно не знизиться, а темпи зросту користувачів, зважаючи на різноманітні тенденції, залишаться незмінним.

Понад 3,9 мільярди осіб для відвідування соцмереж використовують свої мобільні телефони. Це дорівнює 99 % від загальної кількості людей, які зареєстровані у різноманітних соціальних платформах⁴⁸. Вражаючим також залишається факт, що пересічна людина проводить середньостатистично 6 годин 43 хвилини в Інтернеті кожного дня. Якщо взяти до уваги, що ми спимо 8 годин на день, то ця цифра дорівнює близько 40 % нашого активного часу впродовж дня. У сукупності це дорівнює 100 днів на рік. Із часу проведеного в Інтернеті в середньому 2 години 24 хвилини на день людина присвячує соцмережам⁴⁹. У час пандемії, як свідчать статистичні дані, ці показники зросли. Для прикладу в період карантину кількість часу проведеного у соцмережах серед Інтернет-користувачів зросла середньостатистично на 40 %. Також значно збільшився час використання мобільних телефонів, лептопів та інших технічних пристроїв⁵⁰. Тобто людина, перебуваючи вдома, більше надавала перевагу віддаленому віртуальному спілкуванню та розвагам, аніж живій комунікації з близькими та рідними людьми.

У 2020-му році *Facebook* залишається лідером серед віртуальних платформ для спілкування за кількістю користувачів. Станом на липень 2020-го року їх налічується 2 мільярди 603 мільйони осіб. Друге місце ділять між собою мережа відеохостингу *Youtube* і месенджер *WhatsApp*, в яких є по 2 мільярди користувачів відповідно. До списку платформ, які мають більш ніж мільярд зареєстрованих осіб, належить також *FB messenger* (1,3 млрд.), китайська

⁴⁶ Пор. КЕМП S. *More than half of the people on Earth now use social media* // datareportal.com (10.10.2020).

⁴⁷ Пор. КЕМП S. *More than half of the people on Earth now use social media*.

⁴⁸ Пор. КЕМП S. *More than half of the people on Earth now use social media*.

⁴⁹ Див. Додаток №6 «Липнева глобальна статистика 2020».

⁵⁰ Див. Додаток №6 «Липнева глобальна статистика 2020».

платформа для обміну повідомлень *WeChat* (1,203 млрд.) та популярна серед молоді мережа *Instagram* (1, 082 млрд.).

Вартує зауважити, що деякі із вищезгаданих статистичних даних не є однаковими для всіх країн і в більшості випадків вони залежать від різноманітних географічних, політичних, економічних чинників тощо. Це пов'язано з тим, що близько 3,2 мільярди людей все ще залишаються не підключеними до Інтернету. Понад мільярд людей зосереджено у Південній Азії і приблизно така ж кількість у країнах Африки⁵¹. Натомість більше 80 % населення Північної Америки мають підключення до мережі Інтернет.

Щодо ситуації в Україні, то станом на лютий 2020-го року з 43,86 мільйонів жителів 27,46 мільйони (63 % від загальної кількості населення) мають підключення до Інтернету. З них 19 мільйонів осіб є активними користувачами соцмереж. У порівнянні з минулим роком це число збільшилось на 8,3 % (1,5 мільйони осіб)⁵². Переважна більшість, а саме 97 % людей, для спілкування у соцмережах використовують свої мобільні телефони⁵³. Найбільшою за кількістю користувачів в Україні залишається мережа *Facebook*. Станом на січень 2020-го року вона налічує 13 мільйонів українських користувачів. Близько 60 % з цього числа це жінки, а 40 % відповідно чоловіки⁵⁴. На другому місці по кількості залучення аудиторії в Україні залишається *Instagram*. Він налічує близько 11 мільйонів користувачів. Відсоткове співвідношення чоловіків і жінок у цій мережі таке саме, як і у мережі *Facebook*⁵⁵.

Роки технічного прогресу видозмінили щоденне існування у багатьох його аспектах. Людське спілкування у процесі цього розвитку зазнало чи не найбільших змін. Поряд із живими міжособистісними соціальними мережами постає ще одна можливість для комунікації, однак у світі віртуальних платформ. Таке спілкування дає чималі перспективи та переваги як пересічній людині, так

⁵¹ Пор. КЕМР S. *Digital 2020: global digital overview* // datareportal.com (10.10.2020).

⁵² Див. Додаток №7 «Глобальна статистика 2020: Україна».

⁵³ Див. Додаток №7 «Глобальна статистика 2020: Україна».

⁵⁴ Див. Додаток №7 «Глобальна статистика 2020: Україна».

⁵⁵ Див. Додаток №7 «Глобальна статистика 2020: Україна».

і практикуючому християнину зокрема. Однак також воно несе у собі велику кількість небезпек та зловживань. На цьому слід більш детально зупинитися.

2.2. ВІДМІННІСТЬ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ ВІД ЖИВОГО СПІЛКУВАННЯ

Одним із важливих аспектів існування будь-якої з віртуальних платформ звісно була і залишається можливість для спілкування. Для цього в середовищі соціальних мереж існують різноманітні середники.

Комунікація в Інтернеті реалізується за допомогою різних каналів і може бути репрезентована через писемний текст (приватні повідомлення, коментарі, спілкування у групах та записи на «стіні»), зображення, аудіо- та відеофайли, а також непрямым, пасивним шляхом: у вигляді поширень (shares) та «лайків». Для комунікації у соціальних мережах характерними є письмовий текст і зображення. Письмовий текст зустрічається значно частіше, оскільки саме таку форму користувачі використовують для подачі 95% інформації⁵⁶.

Серед науковців побутує велика кількість пояснень та версій, чому власне віртуальна форма спілкування користується таким великим попитом у суспільстві. Окрім того, що вона уможливорює кращу комунікацію між особистими соціальними мережами людини, вчені виділяють також низку інших важливих причин: 1) недостатня кількість спілкування в реальних контактах з людьми; 2) можливість у віртуальних платформах реалізації різноманітних якостей особистості, переживання емоцій і ролей, які людині недоступні в реальному житті; 3) незадоволення особистою ідентичністю в реальному житті та бажання її позбутись тощо⁵⁷. Іншими словами присутність у світі соцмереж дає змогу людині, відповідно до її психологічних потреб, конструювати цілком нову особистість, відмінну від тієї, якою вона є насправді⁵⁸. Ба більше, кожна особа має потребу у спілкуванні, яке б давало змогу їй висловлювати важливі для неї думки, емоції, переживання, ідеї тощо. Натомість вона очікує підтримки, поради чи розуміння з боку інших. Однак середовище живої комунікації не завжди дає змогу людині це відповідно зреалізувати через різноманітні особисті

⁵⁶ Дзюбіна О. *Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter* // *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки* 2 (2016) 218.

⁵⁷ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 60.

⁵⁸ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 60.

страхи, переконання або через критику, осуд з боку оточення. Натомість середовище віртуальної комунікації дає змогу нівелювати такі небезпеки і формувати стосунки, засновані на довірі навіть з малознайомими людьми. У випадку невдачі в людини завжди є можливість перервати комунікацію, щоб уникнути негативних емоцій і водночас за короткий час налагодити іншу⁵⁹.

Головною характеристикою комунікації у інтернет-середовищі, з якої власне і вибудовується множинність варіантів для її реалізації є діалогічний характер спілкування, який також існує і у реальному житті людини. «Саме своєрідна діалогічність дає змогу автору посту заздалегідь бути впевненим в негайному отриманні потрібної йому відповіді від адресата»⁶⁰. Тому в основі соціальних мереж стоїть комунікація між двома індивідами⁶¹. З огляду на це, спосіб комунікації у віртуальних спільнотах поділяється на 5 головних типів: 1) від людини – до комп'ютера; 2) від однієї (людини) – до однієї; 3) від однієї – до багатьох; 4) від багатьох – до багатьох; 5) від багатьох до одного⁶². Однак найпоширенішими залишаються лише три: 1) від однієї (людини) – до однієї; 2) від однієї – до багатьох; 3) від багатьох – до багатьох. Перший тип комунікації реалізується здебільшого у приватному вимірі міжособистісного спілкування: різноманітні онлайн-чати, месенджери, сервіси для миттєвого обміну повідомленнями тощо. Форма комунікації «від одного до багатьох», яка в живому спілкуванні реалізується здебільшого за допомогою публічних виступів у багатьох їхніх варіаціях та формах, у віртуальному спілкуванні, натомість, є представлена шляхом активного ведення профілю особистої сторінки через різноманітні дописи, публікації, звернення до віртуальної спільноти тощо. Тип комунікації «від багатьох до багатьох» у середовищі віртуальних платформ є власне репрезентацією того спілкування, яке ми маємо у середовищі соцмереж. Тобто воно є демонстрацією комунікації широких суспільних мас. Згодом ми

⁵⁹ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 60.

⁶⁰ ДЗЮБИНА О. *Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter*, 218.

⁶¹ Пор. ДЗЮБИНА О. *Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter*, 218. 219.

⁶² Пор. ГОРОШКО Е. *Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи* 6 (2009).

побачимо, який вплив ці форми комунікації у інтернет-середовищі мають на формування зрілих взаємостосунків між людьми.

Незважаючи на те, що онлайн-комунікація у багатьох базових схемах та поняттях є подібною до живого спілкування, все ж вона має певні суттєві відмінності. Головно їх можна узагальнити до декількох важливих категорій.

Анонімність. Присутність особи у соцмережах не зобов'язує її в повній мірі або навіть частково висвітлювати інформацію про себе. «Анонімність психологічно звільняє користувача від необхідності правдивої самопрезентації [...] і тим самим відкриває можливість для конструювання альтернативних самопрезентацій»⁶³. Тому в багатьох випадках людина може приховувати правдиву інформацію про себе і навіть поширювати брехню. Окрім цього, анонімність сприяє психологічній відкритості людини до емоцій та поведінки, які людина не виразила б у реальному житті⁶⁴.

Фізична неприсутність. Середовище соцмереж є місцем присутності людини у її фізичній відсутності. Це призводить до того, що віртуальні платформи з одного боку репрезентують особу, відкривають її на можливість комунікації з іншою особою, але, з іншого боку, вони також є полем людської анонімності. Людина, як вже зазначалось вище, здатна особисто ухилитися від об'єктивної самопрезентації, але також вона не завжди має чітке, об'єктивне уявлення про людину, з якою комунікує. Тому в багатьох випадках вона доповнює її образ власними здогадками та враженнями, які є наслідком їхнього спілкування у віртуальній площині: «Одночасно з формуванням власної віртуальної особистості людина створює образ співрозмовника, який майже завжди не відповідає дійсності, оскільки відсутню інформацію він просто домислює, орієнтуючись на власні очікування»⁶⁵. З одного боку ця фізична неприсутність усуває велику кількість вікових, соціальних, культурних бар'єрів, які можуть стати перешкодою для зрілого живого спілкування, однак, з іншого

⁶³ ШАБШИН И. *О психологических особенностях общения в интернете* // Московский психотерапевтический журнал 1 (2005) 161.

⁶⁴ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 61.

⁶⁵ ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 62.

боку, при зустрічі у реальному житті ці співбесідники можуть відчувати велике здивування або розчарування від того, що їхні уявлення один про одного не відповідають реальності. Головним чином це зумовлює також і відсутність у віртуальній площині невербального спілкування у звичній для нас його формі, оскільки саме невербальна комунікація відіграє одну з найважливіших ролей у нашій самопрезентації⁶⁶.

Можливість будь-якого емоційного насичення. Віртуальне спілкування, попри його інформаційну наповнюваність, носить у собі також і певне емоційне насичення. Воно виникає не внаслідок обміну інформацією, а на основі аналізу встановленого взаємозв'язку між двома особами⁶⁷. Емоційний компонент спілкування є одним із головних елементів у віртуальній площині комунікації, але він прямо залежить від рівня інформаційного наповнення⁶⁸. У більшості випадків вираження цього емоційного насичення є обмеженим власне лише до вербального спілкування. У цій площині емоції виражаються лише завдяки простим словам або через систему літературних образів: метафор, афоризмів, цитат, алегорій тощо⁶⁹. Тому для того, щоб нівелювати ці обмеження у середовищі віртуальної комунікації, створено спеціальні символи («смайлики») для відображення відповідних до ситуації емоцій співрозмовника⁷⁰.

Спрощена система вербальної комунікації. Попри фізичну, психологічну та емоційну складові чи не найбільш видимою відмінністю онлайн-спілкування від живого є процес спрощення вербальної комунікації⁷¹. Манера спілкування у середовищі віртуальних платформ доволі часто є обумовлена певним прагматизмом. Він проявляється у тому, що особи, у процесі передачі інформації, намагаються використовувати якнайменшу кількість слів для формулювання своїх думок чи поглядів. Для прикладу у соцмережі *Twitter* навіть існує обмеження у 140 символів для написання тексту. Окрім цього, цей

⁶⁶ Пор. ШАБШИН И. *О психологических особенностях общения в интернете*, 165.

⁶⁷ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 62.

⁶⁸ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 62.

⁶⁹ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 62.

⁷⁰ Пор. ШАБШИН И. *О психологических особенностях общения в интернете*, 165.

⁷¹ Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 62.

прагматизм можна зауважити і у скороченні слів, порушенні орфографічних та синтаксичних норм написання тексту тощо⁷².

2.3. ПОЗИТИВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ

У сьогоднішній час, зважаючи на статистичні дані, соцмережами користується більша частина світової спільноти. Найважливішим є те, що доступ та спілкування осіб через посередництво різноманітних веб-ресурсів втрачає безліч географічних, часових та соціальних перепон, які зазвичай унеможливають зрілу комунікацію між людьми. Тому використання соцмереж, як і зрештою інших засобів масової інформації, значно спрощує процес міжособистісного спілкування і є добрим шансом для людини на шляху загальнолюдського єднання. Воно реалізовується найперше за рахунок безперервного поступу шляхом ділення особистим досвідом, знаннями про спільні надії та страхи тощо. Своєю чергою це сприяє швидшому пошуку спільних розв'язків і рішень⁷³.

Сучасні засоби соціальної комунікації немовби збирають людей за великий круглий стіл. За цим столом люди, що змагають до братерства і співпраці, провадять між собою діалог. [...] Такий діалог створює умови того обопільного і приязного розуміння, що веде до загального поступу⁷⁴.

Окрім цього, соціальні платформи дозволяють людям краще пізнавати один одного, розширювати коло своїх знайомств, шукати осіб із спільними інтересами, віднаходити друзів, з якими через різноманітні життєві обставини ми втратили зв'язок тощо.

Ще однією з важливих переваг соцмереж є те, що «вони спроможні дієво допомогти жителям слаборозвинених країн досягати свободи й поступу»⁷⁵. Віртуальні платформи є місцем, де кожна людина, незважаючи на те, яке місце вона займає у суспільстві, може на рівні з іншими користати тими благами, що

⁷² Пор. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве*, 62.

⁷³ Пор. ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ. Душпастирська інструкція *Communio et progressio*. Львів 2004. п. 6.

⁷⁴ *Communio et progressio*, п. 19.

⁷⁵ II ВАТИКАНСЬКИЙ СОБОР. Декрет про засоби соціальної комунікації *Inter mirifica*. Львів 2004. п. 20.

їх сьогодні пропонують засоби масової комунікації. Тому у цьому розумінні соцмережі виступають певним «гарантом» рівності між людьми⁷⁶.

Міжособистісне спілкування, як ми зазначали у попередньому розділі, – це не лише обмін певною інформацією, не лише налагодження соціальних контактів, але найперше нагода для зростання у взаємостосунках та любові. Саме завдяки спілкуванню людина здатна зростати, як Особа, сотворена «на образ і подобу Божу». Тому соцмережі є також своєрідним «Божим даром», ще однією можливістю, де людина може вповні реалізовувати своє загальнолюдське покликання:

У тих «дивовижних технічних винаходах», що допомагають спілкуванню між людьми, християни вбачають засоби, подаровані Божим Провидінням, щоб полегшити співжиття людей на землі. Ці засоби вибудовують нові відносини й витворюють нову мову, що дасть людям змогу краще пізнавати себе й краще розуміти одне одного. Вони приводять людей до злагоди та спільності цілей. А це, своєю чергою, схиляє людей до примирення та справедливості, доброї волі та діяльного милосердя, взаємодопомоги, любові й, нарешті, до єднання. Тому засоби соціальної комунікації – це могутня сила й неоціненне знаряддя для того, щоб плекати поміж людей любов, яка є водночас і джерелом, і вираженням братерства⁷⁷.

Середовища віртуальних платформ є місцем, де особа, попри різноманітні додаткові можливості, найперше робить видимими множинні соціальні мережі, які в неї є у реальному житті. Відповідно це є нагодою для подальшого формування та розвитку тих спільнот, до яких людина належить, оскільки, окрім особистого спілкування, соцмережі є платформою для побудови вдалої групової комунікації. Це стосується зокрема і формування локальних християнських громад. Різноманітні веб-сервіси допомагають людям, які бачаться один з одним здебільшого під час богослужінь у неділю або на окремих зустрічах посеред тижня в менших спільнотах, продовжувати ділитися особистими життєвими переживаннями, духовним досвідом, чого вони не можуть зробити за той короткий час, який перебувають у храмі. Це дозволяє членам цієї парафіяльної спільноти більше дізнатись один про одного, про особливі моменти їхнього життя, що також є заохоченням до діалогу та особистого ділення для інших⁷⁸.

⁷⁶ Пор. *Inter mirifica*, п. 20.

⁷⁷ *Communio et progressio*, п. 12.

⁷⁸ Пор. STETZER E. *The Church and Social Media* // christianitytoday.com (15.10.2020).

Тим-самим через посередництво віртуальних платформ людина здатна не втрачати зв'язок із своєю парафіяльною спільнотою (пандемія COVID-19 – яскраве свідчення цього), що є нагодою для формування безперервного духовного поступу, для зростання у єдності та любові, для різноманітного віддаленого соціального служіння тощо. Окрім цього, добре налагоджена комунікація та діяльність християнських спільнот у середовищі соціальних платформ є гарним прикладом та заохоченням для інших людей, щоб долучитись до різноманітних ініціатив. Зокрема однією із таких ініціатив є також і формування діалогу між представниками різноманітних релігій та деномінацій. У свою чергу, це може бути добрим початком на шляху єднання через діалог, організацію та проведення спільних медійних проєктів, акцій тощо⁷⁹.

Однією з найбільших переваг присутності християнина у різноманітних соцмережах є те, що «завдяки діяльності засобів комунікації християни можуть краще пізнати стан теперішньої світової спільноти – спільноти, яка так часто відвертається від Господа»⁸⁰. Однак, окрім цього, соцмережі є також можливістю для християн дізнатись про життя та потреби християнської спільноти, як у локальних місцях так і у цілому світі, а також є можливістю допомогти у нужді окремим людям зокрема. Для прикладу у 2009-му році відомий американський пастор Ед Штецер у мережі *Twitter* написав твіт із проханням про молитву за свого друга Метта Чендлера, в якого діагностували серцевий напад. За декілька хвилин цей допис «ретвітнули» (поширили) тисячі людей. Внаслідок цього ім'я «Метт Чендлер» цього ж дня опинилося в топ-10 найбільш згадуваних фраз або слів у цілій мережі *Twitter*⁸¹. Це призвело також до того, що велика кількість простих людей змогли долучитись до молитви за його здоров'я.

Оскільки соцмережі охоплюють більшу частину суспільства, то, окрім можливості пізнати теперішній стан світової спільноти, вони є чудовою нагодою для кращого поширення Доброї Новини та Царства Божого⁸². Особливо це

⁷⁹ Пор. *Communio et progressio*, п. 98.

⁸⁰ *Communio et progressio*, п. 97.

⁸¹ Пор. STETZER E. *The Church and Social Media*.

⁸² Пор. *Inter mirifica*, п. 219.

проявляється у нашому щоденному спілкуванні із друзями та близькими людьми, які ще не пізнали Бога. Також різнопланове наповнення та ведення нашого публічного профілю є доброю можливістю для проповіді. Тому у середовищі соціальних мереж не лише свідчення духовенства, але й звичайні миряни прикладом свого зрілого християнського життя можуть надихати інших осіб до навернення та відповідної поведінки⁸³.

2.4. НЕГАТИВНІ АСПЕКТИ ОНЛАЙН-СПІЛКУВАННЯ

Попри різноманітні позитивні впливи та можливості, які дає спілкування у середовищі соціальних мереж, надмірна заангажованість людини у площину віртуальної комунікації, як свідчать статистичні дані, має також ряд великих небезпек та загроз.

Анонімність та присутність людини у її фізичній відсутності у віртуальних платформах чи не найбільше відрізняє живе спілкування від онлайн-комунікації. Тому найперше саме ці дві характеристики породжують низку небезпек, пов'язаних із спілкуванням у соцмережах. «Спілкування, – як зазначено у душпастирській інструкції *Communio et progressio*, – це щось більше, ніж висловлювання поглядів чи вираження почуттів. На найглибшому рівні – це самопосвята в любові»⁸⁴. Однак ця самопосвята завжди передбачає відкритість особи на цілу людину в її фізичному, психологічному та духовному вимірах. Окрім цього, осердяч такого міжособистісного зв'язку завжди має бути любов, щирість та істина. Тому середовище віртуальних платформ ніколи не може бути для нас вдалим та остаточним замінником живого спілкування. Воно є лише засобом, який провадить нас до остаточного міжособистісного єднання, яке ми здатні реалізувати в умовах реального життя та фізичної присутності людини. Натомість онлайн-спілкування – місце, де зникає тілесність людини, її стать, вік, соціальний статус тощо. Тому й почасти в такому спілкуванні є спокуса

⁸³ Пор. *Inter mirifica* п. 220.

⁸⁴ *Communio et progressio*, п. 11.

відкинути щирість та правду і оприявнювати загалові ті речі про себе, які не є об'єктивними, але є бажаними для нас:

Соціальні мережі поступово перетворюються в дзеркала, які відображають не реальний образ індивіда, а бажаний. Визираючи під час спілкування через маски, людина відчуває себе в абсолютній безпеці, думаючи, що вона настільки вдало замаскована, що ніхто ні за яких умов не зможе її впізнати. Це дозволяє їй вступати в різні зв'язки, показувати себе експертом у всіх сферах науки і мистецтва, у той час, як її обізнаність у цих областях обмежена поверхневими знаннями⁸⁵.

Власне через це анонімність і тілесна відсутність людини у середовищі віртуальних платформ є великою небезпекою, оскільки вона відкидає щирість та правдомовність у процесі спілкування, обмежує доступ до повноти людського єства у всіх його вимірах, створює небезпеку хибного сприйняття особи, неправильного її розуміння та наділення її тими характеристиками, які людині не є притаманні. Цьому сприяє також і відсутність вербальної комунікації, яка в багатьох моментах відіграє важливу роль у комунікативному процесі. Тому й онлайн-спілкування може виступати лише середником, який сприяє єднанню людей у любові, але остаточне його звершення можливе лише у реальному світі і у живій комунікації.

Поступова зміна та перенесення акценту із звичного людського середовища спілкування у віртуальне спричинила зміну рівня залученості особи у процес комунікації. Відповідно й рівень близькості міжособистісного спілкування стає різним залежно від засобів, які ми використовуємо для комунікації один з одним. Список, наведений нижче, – це графік, який демонструє найпопулярніші форми комунікації, що існують між людьми на сьогоднішній час. Почерговість від 10 до 1 – це послідовна зміна рівня близькості людського спілкування. Найбільш близьке його виявлення (10) передбачає зорову або слухову взаємодію між людьми, тоді як у інших комунікаційних формах (1) цього зазвичай бракує⁸⁶.

10. Talking;
9. Video chat;
8. Phone;
7. Letter;
6. IM (Instant messaging);

⁸⁵ АБДУЛЛАЕВА Р. *Анализ влияния социальных сетей на жизнь современного общества // International journal of applied and fundamental research* 9 (2015) 544.

⁸⁶ Пор. АБРАХАМС А. *10 Levels of Intimacy in Today's Communication // ovrdrv.com* (29.10.2020).

5. Text msg.;
4. Email;
3. Facebook msg.;
2. Facebook status.;
1. Twitter;⁸⁷

Звична розмова з людиною у реальному світі – це та форма комунікації, яка відповідає найглибшому рівню близькості у спілкуванні між двома людьми. Саме в такій формі взаємодії залучені і вербальні, й невербальні засоби спілкування. Людина під час розмови бачить іншу людину, чує її інтонації, тембр голосу, зауважує її емоційну реакцію на ті чи інші слова тощо. Тому таке спілкування сприяє якнайбільшому порозумінню між людьми. Відповідно міжособистісна комунікація через посередництво різноманітних технічних засобів чи платформ не є вичерпною та достатньою, оскільки у ній відсутні певні комунікаційні канали, які сприяють кращому міжособистісному порозумінню. Тому що більше «віртуальності» є у нашому спілкуванні, то менше додаткових засобів комунікації залучено у цьому процесі⁸⁸.

Професор Пітер Філіпс, керівник «Центру з дослідження цифрового богослов'я» Даремського університету (Велика Британія), коментуючи у одній із своїх лекцій цей графік, стверджує, що якщо ми хочемо мати найбільш глибокий рівень спілкування з іншою людиною, то слід максимально використовувати всі канали комунікації (слух, зір, дотик), які є доступні⁸⁹. Ми свідомі того, що часте використання соцмереж для міжособистісного спілкування породжує небезпеку, що комунікацію із близькими людьми у невідповідних для цього моментах ми будемо виражати через канали віртуальних платформ, що не відповідають тому рівню близькості, який ми хотіли б мати з цими особами. Відповідно перенаголошення такої форми спілкування не сприяє нашому зближенню, а поступово віддаляє один від одного. Тому, як зауважує професор Пітер Філіпс, завжди слід пам'ятати, що кожен із засобів комунікації відповідає за певний рівень близькості між людьми. Відповідно не слід вирішувати важливі особисті

⁸⁷ Див. Додаток №8 «10 рівнів інтимності у сучасному спілкуванні».

⁸⁸ Див. PHILLIPS P. *Social Media (and) Theology*, лекція, 11 грудня 2019 / змонтовано і опубліковано для Відкритого Православного Університету Святої Софії-Премудрості в грудні 2019, oou.org.ua, (29.10.2020).

⁸⁹ Див. PHILLIPS P. *Social Media (and) Theology*, лекція, 11 грудня 2019 / змонтовано і опубліковано для Відкритого Православного Університету Святої Софії-Премудрості в грудні 2019, oou.org.ua, (29.10.2020).

справи чи робочі питання через ті середники, які не відповідають цьому рівню спілкування⁹⁰.

Середовище соцмереж також небезпечне тим, що люди у ньому прагнуть звести спілкування до практичного та прагматичного рівнів. Тобто особи стараються якнайбільше спростити комунікаційний процес у віртуальних платформах шляхом використання якнайменшої кількості слів та тексту. Натомість зараз помітної популярності набирає застосування візуального матеріалу у спілкуванні. Вів Еванс, професор Бангорського університету (Велика Британія) зауважує, що емодзі зараз є найбільш швидкозростаючою мовою у Великій Британії: «Емодзі – це найбільш швидкозростаюча форма мови в історії, заснована на неймовірному рівні прийняття та швидкості еволюції»⁹¹. Згідно з дослідженнями *TalkTalk Mobile* (оператор віртуальної мобільної мережі) близько 72 % осіб у віці від 18-ти до 25-ти років вважають смайлики кращим засобом для демонстрації почуттів чи емоцій під час віртуального спілкування, аніж текст⁹². Тому в багатьох західних країнах доволі популярним стає спосіб віртуального спілкування лише за допомогою емодзі⁹³. Однак незважаючи на те, що такий спосіб комунікації є доволі цікавим, інноваційним та приваблює багатьох молодих людей, все ж деякі із дослідників твердять, що така форма спілкування є кроком назад у плані розвитку людства: «Після тисячоліть болісних поліпшень, від неписьменності до Шекспіра і не тільки, людство поспішає відкинути все це. Ми повертаємось до давньоєгипетських часів, до наступної зупинки кам'яного віку, з великим, жовтим усміхненим смайликом на ваших обличчях»⁹⁴. Свою думку дослідники аргументують тим, що спосіб спілкування через емодзі чи інші візуальні матеріали є доволі статичним та обмеженим. Він, подібно як єгипетські ієрогліфи, може служити лише для передачі інформації між людьми. Однак така

⁹⁰ Див. PHILLIPS P. *Social Media (and) Theology*, лекція, 11 грудня 2019 / змонтовано і опубліковано для Відкритого Православного Університету Святої Софії-Премудрості в грудні 2019, oou.org.ua, (29.10.2020).

⁹¹ Пор. DOBLE A. *UK's fastest growing language is... emoji* // bbc.co.uk (01.11.2020).

⁹² Пор. DOBLE A. *UK's fastest growing language is... emoji*.

⁹³ Цікавим також є те, що деякі із онлайн-інформаційних ресурсів прагнуть наслідувати популярні тенденції у віртуальному спілкуванні і тому тижневий дайджест новин зазвичай публікують не у текстовій формі, а за допомогою мови емодзі. (Див. Додаток №9 «Emoji news quiz of the week»).

⁹⁴ JONES J. *Emoji is dragging us back to the dark ages – and all we can do is smile* // theguardian.com (27.10.2020).

форма комунікації є нездатною до глибини, до зростання у стосунку⁹⁵. Тому й надмірний прагматизм, який проявляється у спрощенні тексту, у використанні мови емодзі чи іншого візуального матеріалу у спілкуванні негативно впливає на взаємостосунки між людьми, оскільки робить їх статичними та закритими на глибину особистого ділення, яке веде до взаємного зростання у любові.

Незважаючи на те, що спосіб комунікації у віртуальному середовищі є доволі спрощеним та обмеженим, якщо порівнювати його із живим спілкуванням, з кожним роком люди проводять все більше часу у соціальних мережах. Здебільшого це перебування відображається у пасивному використанні віртуальних платформ⁹⁶. Як свідчать деякі наукові дослідження, середньостатистично кожна особа проводить на 50 % більше часу у пасивному використанні соцмереж, аніж в активному⁹⁷. До цього ми описували лише ті небезпеки, які стосуються активного використання соцмереж. Однак чи не найбільша проблема віртуальних платформ у сучасному світі, яка, у свою чергу, породжує також ряд інших небезпек та зловживань власне пов'язана із пасивним використанням соцмереж. Дослідники стверджують, що активність людини у віртуальному світі позитивно сприяє відчуттю її власної значущості та суспільної пов'язаності, покращує її соціальний добробут, відкриває її на можливість формування різноманітних позитивних соціальних зв'язків⁹⁸. Окрім прагнення спорідненості та відчуття соціального добробуту, людина також має потребу у певному соціальному порівнянні аби оцінити свої здібності, думки, зменшити відчуття невизначеності та зрозуміти своє місце у суспільстві⁹⁹. Однак у пасивному використанні соцмереж таке соціальне порівняння реалізується у

⁹⁵ Пор. JONES J. *Emoji is dragging us back to the dark ages – and all we can do is smile.*

⁹⁶ Вся наша діяльність у середовищі віртуальних платформ (в залежності від нашої поведінки) поділяється на два типи: активне та пасивне використання соцмереж. Активне використання передбачає у собі створення та обмін інформацією через часте оновлення профільної сторінки, обмін посиланнями, надсилання приватних повідомлень, публікація зображень тощо. Пасивне використання, натомість, передбачає пасивне відслідковування інформації із життя інших людей, але без безпосереднього контакту із власником вмісту. До такого типу нашої поведінки у соцмережах належить: прокрутка новинних стрічок, перегляд профілів, фотографій, оновлень статусів тощо (VERDUYN P. et al. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review // Social Issues and Policy Review* 11 (2017) 281-282).

⁹⁷ Пор. VERDUYN P. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review*, 283.

⁹⁸ Пор. VERDUYN P. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review*, 287.

⁹⁹ Пор. VERDUYN P. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review*, 289.

надмірній кількості, оскільки між людиною та інформацією про інших осіб стоїть лише клацання мишкою чи відрух руки, а тому воно має негативний вплив на людину. Відповідно такі зловживання у соціальному порівнянні викликають у людини почуття заздрості та власної меншовартості¹⁰⁰. Звісно, що такого роду процеси трапляються і в живому спілкуванні, однак середовище віртуальних мереж має особливі умови, які посилюють відчуття заздрості та особистої неповноцінності чи нереалізованості. І для цього є декілька причин:

По-перше, сайти соціальних мереж, як правило, дозволяють здійснювати асинхронне спілкування, тобто дають людині будь-який час, щоб опублікувати дотепний коментар чи гарну картинку. Відповідно ця інформація дозволяє людям зобразити себе у більш приємних аспектах. [...] По-друге, кілька веб-сайтів соціальних мереж надають функціональні можливості, які забезпечують легкий зв'язок з кимось та інформують особу про подібних між собою людей, котрі розміщують однакову інформацію, що є важливою особливістю для сприймаючого оскільки, як правило, таке інформування збільшує ймовірність виникнення заздрості¹⁰¹.

Відповідно часте пасивне використання соціальних мереж є причиною стресу у людини, оскільки новинна стрічка у віртуальних платформах здебільшого переповнена негативними дописами. Окрім цього, така поведінка часто провокує у людини поганий настрій через усвідомлення, що вона даремно витрачає свій час. Особи, які часто пасивно проводять час у соцмережах, є більше схильними до депресії, оскільки часто вони себе почувають самотніми, мають занижену самооцінку, відчують підвищену тривожність тощо¹⁰².

Процес міжособистісної комунікації впродовж останніх двох століть зазнає суттєвих змін. Поряд із середовищем реальних соціальних мереж поступово виникають різноманітні віртуальні платформи, які уможливають ретрансляцію людських взаємозв'язків у площині віртуального спілкування. У процесі технічного розвитку впродовж років з'являється велика кількість доступних веб-ресурсів, які залучають все більшу кількість населення планети до комунікації у онлайн форматі. Станом на сьогодні понад половина світового суспільства звикла значну частину свого часу впродовж дня витрачати на спілкування у

¹⁰⁰ VERDUYN P. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review*, 290.

¹⁰¹ VERDUYN P. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review*, 290.

¹⁰² Пор. БРАУН Д. *Как соцсети влияют на наше настроение, сон, психическое здоровье и отношения* // bbc.com (01.11.2020).

соціальних мережах. Така форма комунікації відрізняється від реальної тим, що особа у її процесі є часто анонімною, оскільки не завжди комунікує відповідну інформацію про себе. Зауважимо, що таке спілкування відбувається у спрощеній формі вербальної комунікації, яка, до того ж, вирізняється фізичною відсутністю людини, а тому емоційна реакція у такій комунікації часто передається через текст та різноманітні символи. Відповідно спілкування у середовищі віртуальних мереж, у порівнянні із живим, має свої позитивні тенденції та небезпеки, які з кожним роком стають все виразніші. Усвідомлюючи їх та пізнаючи те, яким має бути міжособистісне спілкування згідно з Божим задумом творення, ми можемо накреслити певні напрямні реалізації людини як Особи через процес міжособистісної комунікації в умовах сучасного медіакультурного розвитку.

РОЗДІЛ III

МІЖОСОБИСТІСНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ У ПАРАФІЯЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

3.1. ТЕХНОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬНУ КОМУНІКАЦІЮ

Людське спілкування у середовищі соцмереж невіддільно пов'язане із питанням технологій. Тут не маємо на увазі лише те, що завдяки технічним можливостям світу віртуальна міжособистісна комунікація стає можливою як така. Процес технічного розвитку глибоко імplementований в людське життя впродовж всієї історії людства. Тому у багатьох аспектах він визначає характер людського спілкування у соціальних мережах також, оскільки заторкує різноманітні рівні людських взаєностосунків. Однак правильне розуміння та використання технічного прогресу у житті людини дає змогу формувати і відповідний вектор комунікації і в реальному житті, й у віртуальному спілкуванні зокрема.

Для відомого італійського філософа та психоаналітика Умберто Галімберті технології певною мірою є частиною людської сутності, оскільки вони допомагають людині компенсувати відсутність відповідного рівня інстинктивного мислення, який притаманний для тварин: «Для позбавленої інстинктів людини виживання залежить від здатності розвинути “технологічні навички”, і тому народження людини можна пов'язати з тим моментом, коли перші антропоїди стали використовувати палицю для того, щоб зірвати фрукт з дерева»¹. Декількома роками раніше подібне бачення сенсу технічного розвитку висловлює також і німецький філософ Мартін Гайдеггер. У своїй праці «Питання про техніку» він особливо наголошує на тому, що техніка жодним чином не є лише нейтральним елементом в процесі людської активності. Для нього техніка – це найперше можливість відкривати істину, робити видимим те, що

¹ ГАЛИМБЕРТИ У. *Человек в эпоху технологии* // maap.pro (07.11.2020).

залишається втаємниченим: «*Τέχνη* – вид “істинуалізації”, *ἀληθεύειν*². *Τέχνη* розкриває те, що саме себе не виготовляє, що ще не існує в наявності»³. В самій природі закладений цей процес творення та відкривання, коли вона виводить із надр землі різноманітні рослини, роблячи їх видимими: «Принцип природи – народжувати життя з надр, яке приховане глибоко під поверхнею землі. Природа виводить речі на світло. Природна істина на всі часи»⁴. Подібно також і людина здатна виразити своє «техне», свій внутрішній світ, те, що є закладено глибоко всередині наших думок шляхом розвитку культури та технологій. Тому людина і природа в гармонії із один одним покликана розкривати утаємниченість цього світу⁵. «Отже, техніка не простий засіб. Техніка – вид розкриття втаємниченості. Якщо ми будемо мати це на увазі, то в сутності техніки відкриється зовсім інша сфера. Це – область виведення з втаємниченості, здійснення істини»⁶. І в цьому розумінні техніка гармонійно імплементується в природу та життя людини зокрема, коли вона стає лише допоміжним елементом на шляху до унаочнення та поширення істини. Однак сучасне використання технологій, на думку Гайдеггера, втратило свою первинну сутність, оскільки сьогоденне «здійснення істини» набрало форм сфери особистого комфорту та блага:

Виведення з втаємниченості, яким захоплена сучасна техніка, носить характер подання шляхом видобувного виробництва. Воно відбувається таким чином, що та енергія, яка таїться в природі, витягується, витягнуте переробляється, перероблене накопичується, накопичене знову розподіляється, а розподілене знову перетворюється. Витягнення, переробка, накопичення, розподіл, перетворення – види виведення з потаємного⁷.

Тому метою сучасного технологічного розвитку не є можливість виявити приховану істину, а користолюбне накопичення та збереження енергії задля реалізації ключового поняття, яке визначає напрям сьогоденного

² У своєму поясненні розуміння техніки, Гайдеггер особливо використовує грецький відповідник поняття «істина» – *ἀλήθεια*. Усвідомлення етимології цього слова, на його думку, формує у людини правильне розуміння подальшої парадигми реалізації технологічного розвитку: «Слово *ἀλήθεια* походить від дієслова *λανθάνω* – “приховувати”. Назва однієї з підземних річок в давньогрецькій міфології – Лета (річка забуття) – теж походить від цього кореня. Лета назавжди приховує, виводить із буття речі і людей. *ἀλήθεια* – неприхованість, те, що не йде в небуття. Так греки розуміли істину. Те, що ніколи нікуди не йде. Але в світі є і потаємні речі. Набуття істини – розкриття втаємниченості» (ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике* // bibikhin.ru (09.11.2020).).

³ ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике*.

⁴ КОМКОВ О. *Есть ли жизнь вне конвейера? Философия техники Мартина Хайдеггера* // monocler.ru (09.11.2020).

⁵ Пор. КОМКОВ О. *Есть ли жизнь вне конвейера? Философия техники Мартина Хайдеггера*.

⁶ ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике*.

⁷ ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике*.

індустріального та суспільного розвитку – «бути в наявності»⁸. У такому трактуванні не техніка стає імплементованою в природу та життя людини, а природа та людина стає частиною техніки задля забезпечення безперебійності наявності ресурсу. Людина поступово втрачає свою індивідуальність і стає частиною суспільної маси, стає частиною техніки – ресурсом, необхідним для забезпечення подальшого технологічного виробництва, яке, у свою чергу, є запорукою успіху великих індустріальних корпорацій⁹.

Середовище віртуальних платформ, з одного боку, також стало певним наслідком сучасного технологічного розвитку, реалізованого згідно з парадигмою особистого комфорту та блага, а не розкриттям втаємниченості істини, оскільки разом з ним для нас починають «бути в наявності» форми людських взаємозв'язків та спілкування, яке ми не могли реалізувати з тих чи інших причин (географічний, часовий чинник тощо) раніше. Однак, з іншого боку, соцмережі рівно ж стають для нас ще одним паралельним світом, ще однією реальністю, за допомогою якої ми можемо реалізовувати та робити видимим своє внутрішнє «техне» у спілкуванні з іншими людьми. У цей процес, натомість, почали активно втручатися різноманітні індустріальні корпорації, які прагнуть середовище віртуальних платформ і людину зокрема використати у цілях особистого ресурсу шляхом витягнення, переробки, накопичення, перетворення та розподілу інформації. Тобто у процес міжособистісного спілкування між двома особами у соцмережах залучається також і третя, яка намагається із цієї комунікації видобути якнайбільше інформації для себе, аби мати змогу згодом цю інформацію застосовувати для впливу на цих людей¹⁰. Тому самою суттю спілкування в соцмережах зараз постає обман і ницість,

⁸ Пор. ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике*.

⁹ Пор. ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике*.

¹⁰ У 2018-му році компанія Facebook у особі Марка Цукерберга заявила про витік особистих даних приблизно 87 мільйонів їхніх користувачів. Це сталося внаслідок збору інформації, який проводила англійська компанія *Cambridge Analytica*. Більшість із постраждалих осіб (близько 50-ти мільйонів) проживала на території Сполучених Штатів Америки. Як виявилось згодом клієнтом цієї фірми в часі своєї президентської кампанії був Дональд Трамп, який у 2017-му році став президентом США. Це був не поодинокий подібний випадок витоку даних, тому у 2018-му році Конгрес США ініціював слухання з генеральним директором Facebook – Марком Цукербергом задля напрацьовування схеми можливого вирішення цієї проблеми. (INGRAM D. *Facebook says data leak hits 87 million users, widening privacy scandal* // reuters.com (09.11.2020).).

оскільки контакти між двома особами завжди контролюються третьою¹¹. Один із ресурсів, який чи не найбільше намагаються накопичити соцмережі, – увага людини. Це є основою бізнес-моделі, якою керується сучасний світ віртуальних платформ. Згодом вони це використовують для видозміни людської поведінки та сприйняття людиною себе та світу, для впливу на наші вчинки та мислення. У цьому процесі людина в середовищі соцмереж поступово стає товаром, а рекламодавці – покупцем¹². Більше того не лише рекламодавці, але й великі індустріальні корпорації та політичні сили намагаються використати цю інформацію для того щоб дестабілізувати ситуацію у суспільстві¹³ шляхом фреймінгу¹⁴, поширення фейків¹⁵, різноманітних маніпуляцій, використання ботоферм¹⁶ тощо¹⁷. Оскільки переважно такі маніпуляції відбуваються в середовищі віртуальних платформ, у яких людина проводить значну частину свого дня, то, відповідно, це має помітний вплив на саму особу, на формування її переконань та на її спілкування зокрема. На цьому тлі у міжособистісному

¹¹ Див. ORLOWSKI J. (director). *The Social dilemma* [documentary], USA: Netflix 2020.

¹² Див. ORLOWSKI J. (director). *The Social dilemma* [documentary], USA: Netflix 2020.

¹³ Як приклад такої політичної дестабілізації суспільства можна згадати ситуацію щодо втручання Росії у виборчий процес Італії у 2017-му році. Одним із ключових питань цих виборів було питання масової міграції біженців в Італії, навколо якого зосереджувалася політика партій. Більшість цих політичних партій, як і населення Італії в цілому позитивно ставилося до явища міграції. Натомість Росія через приналежну їй медіа-організацію *Sputnik Italy* за допомогою соціальних ботів у мережі *Twitter* в період з лютого по липень 2017 року поширила близько 1,055,774 публікацій з підтримкою радикальних партій які негативно ставилися до явища міграції. У цих публікаціях російське медіа зумисно поширювали фейкову та неправдиву інформацію щодо негативних наслідків явища міграції в Італії. За їхніми словами, вторгнення біженців в Італію викликало чималий рівень безробіття, інфляцію та фінансову кризу. Ці публікації спровокували чималий резонанс серед населення Італії та Європейського Союзу в цілому, оскільки їхня кількість майже вдвічі перевищувала кількість публікацій тих осіб, які підтримують міграційні процеси в Італії, незважаючи на те, що кількість цих людей істотно переважала. (ALANDETE D. – VERDU D. *How Russian networks worked to boost the far right in Italy* // english.elpais.com (10.11.2020).).

¹⁴ Фреймінг (від англ. *frame* – рамка; обрамлювати) – це стрижнева ідея комунікаційного тексту, що розкриває суть і зміст основного сюжету інформаційного повідомлення. При цьому дана центральна сюжетна лінія зазвичай містить в собі також артикуляцію проблемної ситуації, кращі способи її вирішення і певні моральні судження. (КАЗАКОВ. А. *Фреймінг медіа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию* // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология* 4 (2014) 86-87).

¹⁵ Фейк – усе, що вводиться в оману інших, вдаючи щось, чим насправді не є; фейковий – несправжній, але зроблений так, щоби здаватися справжнім. (*Словник* // mediadriverr.online (07.12.2020).).

¹⁶ Ботоферми – це компанії, які масово створюють несправжніх користувачів соцмереж і від їхнього імені пишуть тисячі коментарів. («Я-бот». *Ботоіндустрія зсередини: хто користується та скільки коштує* // hromadske.ua (07.12.2020)). Дослідники з Університету Індіани та Університету Каліфорнії США з'ясували, для прикладу, що в соцмережі *Twitter* близько 9-15 % профілів від загальної кількості користувачів є соціальними ботами. Тобто у кількісному співвідношенні це означає, що приблизно 27-45 мільйонів акаунтів у цій віртуальній платформі не є живими людьми (IANS. *About 9-15% of Twitter accounts are bots: Study* // indianexpress.com (10.11.2020).).

¹⁷ Пор. КУЛЕБА Д. *Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот*.

спілкуванні постає гостра проблема браку довіри до іншої людини, браку порозуміння та браку якісного діалогу.

Процес технологічного розвитку та його вплив на людські взаємовідносини – неодмінний чинник суспільного існування. Однак те, як ми його реалізуємо у своєму житті, залежить найперше від нашого ставлення до техніки. Чи ми будемо використовувати її, як знаряддя власного блага та комфорту, що також формує в нас бачення людини як ресурсу, чи як засіб відкриття елементів прихованої істини? У одному із своїх інтерв'ю Блаженніший Святослав, Отець і Глава УГКЦ, зазначив, що сьогоднішній світ яскраво демонструє реальність того, що людина все більше ототожнює себе із твором власних рук. Відповідно відбувається поступова *дегуманізація* людської Особи. Тобто людина перестає бути вповні людиною. Пандемія COVID-19 особливо загострила цей процес. Тому є велика небезпека, на думку Блаженнішого Святослава, щоб людина поступово не стала машиною, щоб техніка не стала панувати над нею, щоб особа не стала ресурсом¹⁸. Подібним чином стверджує і Умберто Галімберті, зазначаючи, що у сьогоднішній час технологія стала суб'єктом історії, а людина її простою функцією. І якщо так є насправді, то це означає, що «гуманізм підійшов до кінця, що гуманістичні категорії, які ми завжди використовували для прочитання історії, більше не застосовуються в століття технології»¹⁹. Однак чи це є свідченням безповоротності світу? Чи це означає, що ми цілком не можемо нічого вдіяти і лише змушені мовчки спостерігати за цим, ставлячи світу невтішний діагноз? Як, зрештою, людина має діяти у цій ситуації і як вона має формувати зрілу комунікацію з іншими людьми, відкриту на зростання у єдності та любові, усвідомлюючи яких впливів вона зазнає і які позитивні та негативні аспекти відкриває перед нею спілкування у середовищі віртуальних платформ? На думку Блаженнішого Святослава, саме Церква має залишатись тим осередком, який має допомогти людині зберегти свою людськість²⁰. Тому в

¹⁸ Див. «Блаженніший Святослав про нову людину, революцію надії та Facebook». *Говорить Жадан*, Радіо НВ, 4 листопада 2020.

¹⁹ ГАЛИМБЕРТИ У. *Человек в эпоху технологии*.

²⁰ Див. «Блаженніший Святослав про нову людину, революцію надії та Facebook». *Говорить Жадан*, Радіо НВ, 4 листопада 2020.

подальшому ми хочемо продемонструвати які кроки пропонує Церковна спільнота для того, щоб допомогти людині залишитися людиною у середовищі віртуальних платформ, щоб допомогти людині будувати зрілу міжособистісну комунікацію.

3.2. ЕТИКА МІЖСОБИСТІСНОГО СПІЛКУВАННЯ У СЕРЕДОВИЩІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Однією з найперших умов побудови зрілої комунікації, як в живому спілкуванні, так і у віртуальній площині – є процес усвідомлення власної ідентичності, тобто осмислення сукупності тих ознак, які відрізняють мене від інших. Ця ідентичність криється в нашому походженні та в історії цілого нашого життя²¹. Лише усвідомлюючи те, ким я є, якою є моя ідентичність – я можу бути відкритим на іншу Особу, на її унікальність і відповідно маю змогу формувати з нею зрілу комунікацію. Усвідомлення власної ідентичності у самій суті цього пізнання виключає з себе присутність людини у середовищі віртуальних платформ «як анонімного буття» або свідоме поширення неправдивої інформації про себе. Реальне життя і віртуальні мережі не є двома паралельними світами, які жодним чином не пов'язані один з одним. До того ж, для кожної людини зв'язок між ними є різним та індивідуальним. Тому якщо ми ідентифікуємо свою ідентичність з особою християнина, з життям для Бога кожного дня, то ми не можемо жити для Бога лише у віртуальному світі або виключно у реальному житті. Наша християнська постава, цінності, які для нас є визначальними мають бути глибоко імплементаваними у всі сфери нашого життя незалежно від того чи наша участь у цих сферах є фрагментарною або цілісною²². Відповідно тоді будь-яке спілкування для мене не є самоціллю, яке обмежується лише технічними особливостями обробки та передачі інформації, а стає комунікацією, яка включає

²¹ Поп. MORA J. *Strategic management of communication in the church // Direzione strategica della comunicazione nella Chiesa: nuove sfide, nuove proposte*. Roma 2007, 37.

²² Поп. PHILLIPS P. – BRUCE K. *Digital Communication, the Church and Mission // Church growth: Resourcing Mission Bulletin 2* (2013) 8.

в себе набагато глибший зміст²³. Папа Франциск у своєму посланні на 54-ий День суспільних комунікацій особливо наголошує на важливості усвідомлення особистої індивідуальності через призму людських історій та історії власного життя зокрема:

Люди – це оповідачі історій. З дитинства ми жадаємо історій так само, як і їжі. Історії впливають на наше життя, будь то у формі казок, романів, фільмів, пісень, новин, навіть якщо ми не завжди це усвідомлюємо. Часто ми вирішуємо, що є правильним чи неправильним, виходячи з персонажів та історій, які ми створили самі. Історії залишають на нас свій слід; вони формують наші переконання та нашу поведінку. Вони можуть допомогти нам зрозуміти і передавати, хто ми є²⁴.

Середовище соціальних мереж – це сукупність індивідуальностей, сукупність людських історій. Особисте ділення та слухання цих історій допомагає «знову відкрити своє коріння та сили, необхідні для спільного просування вперед»²⁵, допомагає побачити, «що ми є частиною живого та взаємопов'язаного гобелена»²⁶. Власне сама людина не народжується цілісною, але свою цілісність вона потребує постійно «ткати» та «в'язати» через посередництво комунікації з іншими людьми. Тим-самим вона буде розкривати та продовжувати «плести» чудову таємницю, якою є людство²⁷. Тому усвідомлення своєї ідентичності та унікальності іншої Особи допомагає мені зробити перший крок у напрямку зрілої комунікації в середовищі соцмереж. Пітер Філіпс, керівник Центру цифрової теології Даремського університету (Великобританія), зауважує, що у питанні усвідомлення та презентації власної ідентичності у суспільному просторі шляхом комунікації офлайн чи онлайн практикуючі християни все більше послуговуються принципом «моралістично- терапевтичного деїзму»:

Будучи лояльними до цієї форми християнства, молоді люди намагаються не надокучати іншим, завжди шукати золоту середину і не заважати жити один одному. Ця молодь показує іншим своє відмінне виховання і докладає всіх зусиль, щоб бути відкритою, здаватися позитивною і «терапевтичною» у всьому, що робить²⁸.

²³ Поп. MORA J. *Strategic management of communication in the church*, 38.

²⁴ POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 54-th World communications day «*That you may tell your children and grandchildren*» (Ex 10:2). *Life becomes history* // vatican.va (15.11.2020).

²⁵ «*That you may tell your children and grandchildren*» (Ex 10:2). *Life becomes history*.

²⁶ «*That you may tell your children and grandchildren*» (Ex 10:2). *Life becomes history*.

²⁷ Поп. «*That you may tell your children and grandchildren*» (Ex 10:2). *Life becomes history*.

²⁸ Гордєєв О. «Ідея цифрового богослов'я – посадити за один стіл цифрову культуру і богослов'я», – Пітер Філіпс // risu.ua (16.11.2020).

Така поведінка та представлення власної ідентичності в інтернет-просторі, який в сучасну епоху в багатьох аспектах є середовищем жорстких міжособистісних конфронтацій, проявляється у практичному втіленні цієї християнської моральності шляхом «не заважай іншому жити та не будь нічним жахом ближнього твого» тощо²⁹. До того ж, спосіб прокламації своєї віри через біблійні тексти в середовищі соцмереж здебільшого не проявляється у доктринальному, «декламаційному» характері, а в «терапевтичному». Тобто християни у процесі ділення своїм досвідом віри зосереджуються не на тому, що Бог зробив для них, а натомість зосереджують на тому, що я особисто відчуваю коли зустрічаюсь з Богом, коли живу християнським життям тощо³⁰. Тим-самим представлення власної ідентичності з боку християн набуло помітно індивідуального характеру. До того ж свідчення нашої віри і наше християнство у середовищі соціальних мереж не може бути обмеженим лише веденням блогів і написанням текстів. Інтернет сьогодні дає багато можливостей, як ми своє «учнівство», свою ідентичність можемо реалізувати:

- участь у онлайн-конференціях або реколекціях для власного духовного розвитку;
- формування окремих онлайн-спільнот через соціальні медіа або відеоконференції, які спонукають людей, попри географічну віддаленість чи фізичні обмеження, спільно ділитися досвідом своєї віри;
- спільна онлайн-молитва;
- участь у богослужіннях якщо ми не маємо змоги бути фізично присутніми у храмі³¹;

З цього випливає, що важливим елементом для побудови зрілого спілкування у віртуальному світі є також усвідомлення того, що моє перебування у різноманітних соцмережах є найперше присутністю людини серед спільноти

²⁹ Пор. Гордєєв О. «Ідея цифрового богослов'я – посадити за один стіл цифрову культуру і богослов'я», – Пітер Філіпс.

³⁰ Пор. Гордєєв О. «Ідея цифрового богослов'я – посадити за один стіл цифрову культуру і богослов'я», – Пітер Філіпс.

³¹ Пор. PHILLIPS P. – BRUCE K. *Digital Communication, the Church and Mission*, 8.

осіб. Тому у цьому середовищі ми завжди маємо плекати дух єдності та солідарності, оскільки доволі часто людина під час спілкування у віртуальних платформах обмежує себе виключно вузькими соціальними колами, «які пізнають одне одного в душі власних інтересів та турбот»³². Середовище соцмереж, навпаки, має бути осередком людської близькості, яка надихає до солідарності та забезпечення реалізації більш гідного способу людського існування, на противагу нашому реальному світу, який все більше стає місцем поділу, конфліктів, бідності та маргіналізації людської Особи³³. Прикладом формування зрілої спільнотної комунікації у соцмережах може слугувати образ родини, члени якої навіть попри особистісні відмінності поколінь, вчаться приймати один одного тому, що між ними існує певний зв'язок³⁴. Однак чи не найбільше приклад родини вчить нас усвідомлювати, як зріле спілкування допомагає у формуванні та побудові міжособистісної близькості:

Передусім у родині є змога обійняти один одного, підтримати, товаришувати один одному, прочитати погляд і мовчання, разом сміятись і плакати: між людьми, які не вибрали один одного, однак – такі важливі одне для одного, аж це дозволяє нам зрозуміти, що таке насправді спілкування як відкриття і будування близькості³⁵.

Тому середовище соцмереж є тим місцем, яке може допомогти цю міжособистісну близькість зреалізувати. Однак у цьому процесі слід завжди пам'ятати, що міжособистісна комунікація зрештою «є більш людським, аніж технологічним досягненням»³⁶. Це означає, що для того, щоб зростати у людяності та взаєморозумінні у віртуальному середовищі необхідно «відновити певне відчуття повільності і спокою. Це вимагає часу і здатності бути тихо і слухати»³⁷. Потреба такої поведінки у середовищі соцмереж впливає з того, що інформаційне наповнення віртуальних платформ сьогодні перевищує нашу здатність приймати та критично переосмислювати цей обсяг інформації.

³² POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 53th World communications day «*We are members one of another*» (Eph 4,25). *From social network communities to the human community* // vatican.va (16.11.2020).

³³ Поп. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 48th World communications day *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter* // vatican.va (16.11.2020).

³⁴ Поп. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 49th World communications day *Communicating the Family: A Privileged Place of Encounter with the Gift of Love* // vatican.va (17.11.2020).

³⁵ *Communicating the Family: A Privileged Place of Encounter with the Gift of Love*.

³⁶ *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter*.

³⁷ *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter*.

Відповідно таке змістове різноманіття не впливає належно на наше самовираження і може використовуватись лише вибірково з метою підтвердження особистих ідей та переконань³⁸. Згодом така поведінка може спричинити інформаційну ізоляції людини в середовищі цифрових мереж шляхом обмеження себе в особистій «луна-камері»³⁹. Щоб цього уникнути, важливо навчитись у повільності та спокої слухати та приймати інших, бути відкритим на багатство культур та людського досвіду⁴⁰. У цьому розумінні, щоб наше спілкування в середовищі віртуальної спільноти приносило добрі плоди, слід налагоджувати зрілий діалог один з одним: «Вести діалог – означає вірити в те, що “інший” має щось доброго, щоб сказати, дати місце для його точки зору, для його пропозицій. Вступити в діалог не означає відмовитись від своїх власних ідей і традицій, але відкинути позицію, що лише вони є дійсними і абсолютними»⁴¹.

Окрім усвідомлення своєї ідентичності та того, що наше перебування в середовищі соцмереж є присутністю серед людської спільноти, важливим елементом побудови зрілої комунікації є також тверезе осмислення та відповідне регулювання того, що ми комунікуємо. У цьому процесі варто найперше пам'ятати, що ефективність нашого спілкування не зростає від виключно пасивного використання віртуальних платформ. Щоб наше перебування у соцмережах приносило свої плоди, людина покликана вчитися розповідати, а не лише пасивно дублювати та споживати інформацію⁴². Окрім цього, те, як ми комунікуємо, має завжди виходити з почуття любові, яка веде до відкритості на іншого, а не до особистої ізоляції:

Те, що ми говоримо і як говоримо, кожне слово та жест має виражати співчуття, делікатність та прощення Бога щодо усіх. Із своєї власної природи, любов є комунікацією, вона веде до відкритості на іншого, а не до ізоляції. Якщо наші слова та

³⁸ Пор. *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter*.

³⁹ Луна-камера – певний простір (спільнота, коло друзів, однодумців тощо), у якому учасники спілкуються один з одним. З кожним новим періодом спілкування члени цієї спільноти непомітно для себе зміцнюють переконаність у особистій правоті. Альтернативну думку вони не сприймають (КУЛЕБА Д. *Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот*, 149).

⁴⁰ Пор. *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter*.

⁴¹ *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter*.

⁴² Пор. *Communicating the Family: A Privileged Place of Encounter with the Gift of Love*.

наші жести є оживлені любов'ю, Божою любов'ю, наша комунікація буде нести в собі силу Бога⁴³.

Це означає, що слова, які ми пишемо чи промовляємо в формі комунікації один до одного чи один до багатьох в середовищі цифрових мереж, мають допомагати вийти з кіл особистої ізоляції, заснованих на почутті ненависті та осуду стосовно інших осіб. Натомість спілкування, яке є кероване любов'ю, спонукає нас будувати мости, які сприяють зустрічі, інтеграції та сопричастю⁴⁴. У цьому процесі слід відмовитися від логіки особистого поділу людей на «добрих» або «недобрих», «праведних» чи «грішних». Засуджувати варто лише сам вчинок, а не людину і, керуючись любов'ю, а не духом моралізаторства, варто настановляти її, якщо вона щось вчинила не так⁴⁵.

У такій формі комунікації також не слід концентруватись на поганих новинах і бути джерелом негативу щодо війни, тероризму, скандалів та інших речей, які стосуються людської поразки⁴⁶.

Ми можемо знайти інформацію про те, що так багато людей померло, але не читаємо про те, що і так багато народилося. Чуємо про стихійні лиха і трагедії, але так мало пишуть щось сонячне і ясне, приємне і радісне. Всі погодяться, що нам треба знати, що трапилося в світі, воно є важливим...але добро теж варте уваги⁴⁷.

Тому в процесі комунікації в середовищі соціальних мереж слід ніколи не забувати про важливість добрих новин і пам'ятати, що кожна, навіть найбільш негативна інформація завжди є можливістю для ширення добра серед людей: «кожна нова драма світової історії стає також сценарієм можливої доброї новини від моменту, коли любові вдається знайти дорогу до зближення та розбудити серця, здатні співчувати, обличчя, спроможні не здаватися, руки, готові будувати»⁴⁸.

Однак у цьому процесі технічного поступу й віртуалізації людського існування ніколи не слід забувати, що середовище віртуальних платформ є лише

⁴³ POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 50th World communications day *Communication and Mercy: A Fruitful Encounter* // vatican.va (17.11.2020).

⁴⁴ Поп. *Communication and Mercy: A Fruitful Encounter*.

⁴⁵ Поп. *Communication and Mercy: A Fruitful Encounter*.

⁴⁶ Поп. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 51th World communications day «*Fear not, for I am with you*» (Is 43:5): *Communicating Hope and Trust in our Time* // vatican.va (17.11.2020).

⁴⁷ Шидловський І. *Добро справді варте уваги* // *Пізнай Правду* 112 (2017) 16.

⁴⁸ «*Fear not, for I am with you*» (Is 43:5): *Communicating Hope and Trust in our Time*.

середником, який доповнює, а не заміняє людської комунікації в реальному житті:

ЗМІ можуть допомагати у спілкуванні, коли вони дозволяють людям ділитись своїми історіями, залишатись у відносинах із тими, хто далеко, дякувати і просити пробачення, роблячи зустріч наново можливою. Щодня відкриваючи цей життєдайний центр, яким є зустріч, цей «живий початок», ми будемо використовувати технології мудро — а не дозволяти, щоб вони керували нами⁴⁹.

Присутність людини у її фізичній відсутності через посередництво творіння власних рук, як ми це згадували у першому розділі нашої праці через призму богослов'я персоналізму Павла Євдокімова, завжди уможлиблює контакт із особою та тим, яку інформацію вона хотіла донести. Однак така комунікація завжди є другорядною, оскільки своїми можливостями вербального та невербального насичення є обмеженою. У будь-якому разі спілкування з автором є більш бажаним і об'єктивним, аніж обмін думками з «плодом» його творчої діяльності. Тому недостатньо просто спілкуватися та «бути на зв'язку» через середовище віртуальних платформ. Цифрові мережі ніколи не можуть бути гарантією істини, доброти, об'єктивності та любові в нашій комунікації. Однак вони завжди можуть до цього провадити через посередництво живої зустрічі⁵⁰. Блаженніший Святослав. Отець і Глава УГКЦ, у одному із своїх інтерв'ю зауважив, що «ми можемо спілкуватися онлайн, але ми не можемо виховувати онлайн або любити онлайн. Віртуальне спілкування завжди є обмежене, оскільки воно нездатне охопити всю палітру людських стосунків. Вони є набагато ширші аніж онлайн можливості»⁵¹. Тому завжди слід пам'ятати, що справжня зустріч, яку ми переживаємо з іншою особою, є «у плоті». Вона відбувається через посередництво тіла, погляду, серця, подиху іншого тощо. І якщо використовувати середовище соцмереж як доповнення, розширення та очікування такої зустрічі – тоді опинимося на правильному шляху⁵².

⁴⁹ *Communicating the Family: A Privileged Place of Encounter with the Gift of Love.*

⁵⁰ Пор. *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter.*

⁵¹ «Блаженніший Святослав про нову людину, революцію надії та Facebook». *Говорить Жадан*, Радіо НВ, 4 листопада 2020.

⁵² Пор. «*We are members one of another*» (Eph 4,25). *From social network communities to the human community.*

3.3. ОРГАНІЗАЦІЯ СПІЛЬНОТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ПАРАФІЯЛЬНОГО ЖИТТЯ УГКЦ ЗГІДНО ІЗ КОНЦЕПЦІЄЮ «LA SALA DELLA COMUNITÀ»

Середовище віртуального спілкування є тим місцем, яке ретранслює соціальні мережі, що спершу формуються у реальному житті людини. Тому не можна говорити про зрілу міжособистісну комунікацію в цифровому світі, якщо не мати прикладів її реалізації передусім у процесі живого спілкування. Саме парафіяльне спільнотне життя, на думку багатьох богословів, персоналістичне вчення яких проаналізоване у першому розділі, є чи не єдиним локальним місцем, де людина може зростати у спілкуванні, заснованому на свободі, любові, самодаруванні, існуванні для іншого тощо. Саме парафія є тим місцем, яке єднає людей відмінних за віком, статтю, світобаченням, цінностями, принципами і створює умови власне у цьому середовищі формувати певну «єдність у різноманітті», засновану на спілкуванні, особистому діленні та любові. Як зауважує Папа Франциск у одному із своїх послань з нагоди Дня суспільних комунікацій: «Церква – це мережа, сплетена євхаристійним сопричастям, де єдність ґрунтується не на “лайках”, а на істині, на “амінь”, із яким кожен уписується в Тіло Христове, вітаючи й інших»⁵³.

Однак коли йдеться про можливість реалізації такої комунікації у спільнотному парафіяльному житті в лоні УГКЦ, то здебільшого вона зводиться лише до храмового богослужбового виміру. Звісно, що це є надважливим елементом у процесі духовного та соціального формування в житті християнської спільноти, проте цінним також є організація парафіяльної комунікації в прихрамовому середовищі, тобто у позалітургійній площині. Тому важливо для церковних інституцій усвідомити, згідно з якими принципами вони можуть сформувати певний парафіяльний простір, де б могли зустрічатись члени парафіяльної спільноти і ті особи, які з різних причин до неї не належать задля того, щоб спілкуватись, обмінюватись досвідом, дискутувати – словом, спільно проводити час у діленні, яке відкрите на любов та взаємне зростання.

⁵³ «We are members one of another» (Eph 4,25). From social network communities to the human community.

У основу для накреслення напрямів розвитку цього парафіяльного простору ми візьмемо концепцію Італійської Єпископської Конференції «*La sala della comunita*», затвердженої у березні 1999-го року⁵⁴. *La sala della comunita* (з італ. – «зала спільноти») – це «функціональний простір для реалізації позитивного зв'язку між євангелізаційною місією кожної конкретної громади та складною динамікою спілкування та культури, що набувають все глобальнішого виміру»⁵⁵. Організована концепція цього простору була на основі католицьких кінотеатрів, які діяли при італійських громадах⁵⁶, але у зв'язку із різноманітними політичними, культурними та історичними обставинами вони не могли далі належно виконувати свою місію⁵⁷. Тому й власне переосмислення ролі цих установ і можливість розширення їх до простору, який би слугував місцем для міжособистісної зустрічі та для різноманітних видів діяльності, які б відповідали тим потребам, які існують у суспільстві, дало поштовх до створення «зали спільноти»⁵⁸.

«Зала спільноти» - це фізичне місце, де можуть зустрічатися особи, групи, асоціації. Місце не анонімне, яке відвідують незнайомі один до одному люди, а простір, де можна зустрітись та познайомитися з іншими людьми, зацікавленими у пошуках та діленням досвідом. Простір, який пропонує можливості для розваг та ділення, організований не просто випадково або епізодично, але чітко спрограмовано, який дає можливість організувати використання часу в суспільстві, для якого цей вимір є просто недиференційована послідовність подій⁵⁹.

Однак для вдалого формування цього парафіяльного комунікаційного простору необхідно пам'ятати про декілька важливих передумов, які є основою для будь-якої зрілої комунікації. Як і у випадку міжособистісного спілкування простір

⁵⁴ Пор. VIGANÒ D. *Sala della comunita* // iacomunicazione.it (20.11.2020).

⁵⁵ LA COMMISSIONE ECCLESIALE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI. Nota pastorale della Commissione ecclesiale per le comunicazioni sociali *La sala della comunita un servizio pastorale e culturale*. Roma 1999, 10.

⁵⁶ Початок заснування цих установ припадає на 1949 р. Саме 18-го травня 1949-го року було створено *Католицьку Асоціацію Кіноіндустрії* (італ. – *Associazione Cattolica Esercenti Cinema* – ACEC). Власне ця подія згодом дала поштовх до організації «католицьких кімнат відпочинку» (італ. – «*sale ricreative cattoliche*» – SRC) які покликані були у своєму зв'язку між собою вплинути на виробництво морально та етично важливих фільмів які, у свою чергу, мали б бути альтернативою нездоровим шоу та фільмам. За перше десятиліття було організовано понад 4000 таких установ. Згодом вони набули такого поширення, що займали близько половини національного кінематографу Італії. Створювались також допоміжні організації (*Servizio Assistenza Sale (SAS)* – *Служба допомоги Залі*), які покликані були налагодити процес роботи та консолідувати розвиток цих кінотеатрів. У їхні обов'язки також входило випрацювання норм щодо відбору фільмів та організація їхніх прокатів у католицьких кінотеатрах. Разом із цими фільмами пропонувались також різноманітні навчальні матеріали та тематичні зустрічі. (VIGANÒ D. *Associazione Cattolica Esercenti Cinema* // iacomunicazione.it (20.11.2020).).

⁵⁷ Пор. VIGANÒ D. *Sala della comunita*.

⁵⁸ Пор. VIGANÒ D. *Sala della comunita*.

⁵⁹ *La sala della comunita un servizio pastorale e culturale*, 13.

спільнотної комунікації має формуватись із усвідомлення і переосмислення ідентичності цієї спільноти. Для налагодження зрілої комунікації всередині церковної парафіяльної інституції це неодмінний перший крок. Пізнання своєї ідентичності відбувається шляхом спільнотного самозаглиблення та саморефлексії. Воно відбивається у інституційних статутах, принципах, ідеалах, в інтелектуальному баченні членів цієї церковної громади, у історичному досвіді тощо⁶⁰.

Спільне бачення того, хто ми є, як спільнота, і якою є наша індивідуальність ніколи не може залишатись лише на папері чи в текстах інституційних декларацій. Воно завжди має проявлятися у житті та у конкретних вчинках християнської спільноти, які формують подальший вектор її розвитку. Відповідно тоді цю нашу ідентичність, яку виявляємо у вчинках, яка для нас не є лише теоретичною ментальністю, а реальністю нашого життя, слід декларувати і свідчити шляхом спілкування всередині та ззовні церковної громади, створюючи середовище комунікативного дискурсу⁶¹. Тому варто пам'ятати, що для побудови будь-якої зрілої комунікації чи у межах однієї спільноти, чи у формі міжособистісного спілкування поза її межами важливими є три речі: 1) усвідомлення своєї ідентичності, того, хто ми є; 2) імплементація цієї ідентичності у конкретні вчинки та культуру, яку ми творимо; 3) висловлення своєї особистості у словах шляхом дискусії та розмови з іншими, передавання у комунікації того, ким ми є і прийняття того, ким є інші. Власне самі ці три пункти мають бути основою для формування будь-якої комунікаційної стратегії і також фундаментом для організації у парафіяльному середовищі «зали спільноти» зокрема.

Згідно з цим розумінням «зала спільноти» покликана бути місцем імплементації Церкви в більш ширше суспільне та культурне життя, а також місцем імплементації культури та суспільства в середовище Церкви шляхом спілкування їхніх членів:

⁶⁰ Пор. MORA J. *Strategic management of communication in the church*, 36.

⁶¹ Пор. MORA J. *Strategic management of communication in the church*, 37-39.

Культура – це привілейоване місце зустрічі віри та людини [...] тому починаючи досвід культурного проекту, Церква в Італії ставить за мету євангелізацію культури та інкультурацію віри, тобто зобов'язання проголошувати Євангеліє шляхом конкретного прийняття мови життя та культури сьогодення⁶².

Тому організація «зали спільноти» при парафії не означає створення місця винятково для проведення катехизацій чи для формування окремих парафіяльних спільнот, а найперше це має бути простір для зустрічі та спільного проведення часу цілої громади. До того ж, такі зустрічі мають мати характер участі та свідчення живої, динамічної спільноти. «Зала спільноти» покликана бути доповнюючою структурою церковного життя, місцем будування єдності, реалізації просвітницької діяльності тощо⁶³. Процес налагодження роботи подібних просторів, звісно, не має відбуватись хаотично, а завжди мусить бути чітко сформульованим та продуманим. У свою чергу, цей план має бути направленим на те, щоб включати всі засоби «для проведення широкомасштабних душпастирських та культурних подій, в яких беруть участь усі члени церковної спільноти»⁶⁴.

Для того, щоб мати змогу якнайкраще реалізовувати названі цілі, «зали спільноти» слід відповідати двом головним критеріям, які мають бути закладені ще на початку формування цього парафіяльного простору: *функціональність* та *доступність*. Функціональність в цьому випадку стосується оформлення приміщення для зустрічей, щоб воно уможлиблювало проведення різноманітних заходів для всієї спільноти і відповідало чіткому горизонту церковності, оскільки «зала спільноти» насамперед є пасторальною структурою. Окрім цього, розуміння функціональності включає в себе також використання різноманітних технологічних ресурсів, аби ті завдання, які перед собою ставить ця парафіяльна структура, можна було б вповні зреалізувати. Доступність, у цьому випадку, є певним наслідком функціональності і передбачає відкритість цього парафіяльного простору для всіх прошарків християнської громади⁶⁵.

⁶² *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 10.

⁶³ *Пор. La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 11.

⁶⁴ *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 10.

⁶⁵ *Пор. La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 14.

Життєздатність будь-якої з установ у багатьох аспектах залежить від здатності інтегруватися в суспільне середовище та вміння налагоджувати комунікацію з іншими особами чи інституціями. Відповідальність за формування відносин, а також за їх ефективність лягає найперше на керівників цих установ⁶⁶. Тому і життєздатність «зали спільноти» при парафії найперше залежить від самого священника чи інших кваліфікованих осіб, яким доручено координувати діяльність цього простору. Їхній обов'язок полягає в тому, щоб сформувавши певну комунікаційну стратегію, на основі якої відбуватимуться зустрічі у цьому просторі. Основою для цієї стратегії мають бути аналіз суспільних викликів, які є поширені на території цієї парафії, аналіз очікувань та потреб громади від роботи цього простору тощо. Окрім цього, до уваги також має братись душпастирський план парафії, оскільки саме «зала спільноти» покликана якнайбільше допомагати священнику в реалізації душпастирської опіки серед парафіян⁶⁷. Однак ця опіка в рамках «зали спільноти» не має обмежуватись лише внутрішньою спільнотою Церкви, але й покликана також залучати до діалогу тих осіб, які ще не належать до церковної громади: «ті, хто не належить до спільноти віруючих не можуть розглядатися як сторонні або пасивні суб'єкти християнської громади, але вони повинні бути прийняті в якості активних співрозмовників у діалектиці на підставі викликів і проблем людини, особливо в час розширення їх діапазону...»⁶⁸.

У питанні реалізації комунікаційної стратегії в середовищі «зали спільноти» ті особи, хто є відповідальним за неї, повинні користуватись всіма доступними технічними засобами, які б відповідали суспільним викликам та особливостям громади у лоні якої ми формуємо зрілу комунікацію. Тому проведення різноманітних тематичних зустрічей можна реалізовувати не лише через посередництво самого спілкування, але й за допомогою кіно, театру, музики, нових технологій тощо.

⁶⁶ Пор. MORA J. *Strategic management of communication in the church*, 42.

⁶⁷ Пор. *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 16.

⁶⁸ *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 17.

За допомогою кіно у середовищі «зали спільноти» ми можемо проводити різноманітні кінофоруми. Вони є гарною нагодою для кращого пізнання реальності, налагодження дискусії, для сприяння культурному зросту парафіяльної спільноти тощо. Окрім цього, перегляд фільмів допомагає священнику краще реалізовувати навчальну та душпастирську місії⁶⁹. Складність використання цього середнику комунікації полягає в особливостях громади, які слід враховувати: вік, склад парафіяльної спільноти, їхній рівень освіченості тощо⁷⁰.

Використання театру для налагодження комунікації у громаді також є вдалою альтернативою. Ця форма мистецтва сприяє спілкуванню на різноманітних рівнях найперше між актором і глядачем, а також і між самою спільнотою осіб, які співпрацюють для організації постанов на сцені. Згодом ці вистави можуть бути доброю нагодою для спільного ділення та обговорення побаченого у середовищі парафіяльної спільноти⁷¹. Тому організація дитячого театру чи запрошення інших театральних колективів є також важливим засобом у рамках комунікаційної стратегії «зали спільноти».

Ще одним значущим напрямом розвитку комунікації у середовищі «зали спільноти» є музика. Парафіяльний простір для громади може бути місцем, де б організовувались з одного боку різноманітні концерти або вечори прослуховувань музичних композицій будь-яких жанрів. У свою чергу це сприяло б єдності всередині спільноти, культурно-просвітницькому зростанню, а також особистому діленню від почутого. З іншого боку, «зала спільноти» може бути прекрасним місцем активізації місцевих музичних колективів, які своєю творчою діяльністю можуть вносити свою лепту у розвиток локальної культури⁷².

Організація та розвиток «зали спільноти» в умовах парафіяльного життя може стати доповненням для налагодження зрілої комунікації у храмовому

⁶⁹ Пор. *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 18.

⁷⁰ Пор. *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 19.

⁷¹ Пор. *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 20.

⁷² Пор. *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*, 20.

середовищі. На жаль, сьогодні такі структури, які б охоплювали комунікацію цілої громади, а не лише окремих її членів, а також залучали до спілкування тих осіб, які до цієї громади не належать, ще не є добре розвиненими. На думку о. Ігоря Яціва, голови Департаменту інформації УГКЦ, саме відсутність систематичності в реалізації зрілої спільнотної комунікації є однією з причин віртуалізації людського спілкування:

Щоб повернути живе спілкування, потрібно лідера, який би ініціював живу зустріч, коли будуть дозволяти умови. Потрібно тим, які ще не знають смаку живого спілкування – дати їм його засмакувати. Це можливо через просвітницький елемент, але більш важливим є практичний елемент – тобто збирати, пропонувати, ініціювати. Сьогодні може бути 5 людей, а завтра більше і кожен буде дякувати, що його покликали⁷³.

Тому «зала спільноти» може стати прекрасною альтернативою ретрансляції тепер вже віртуальних парафіяльних соціальних мереж у реальному житті. Спосіб організації цього простору не обмежується лише напрямними, описаними вище. Він завжди має спонукати до творчості та креативності у пошуку інших варіантів розвитку спільнотної комунікації. Однак саме цей простір, на нашу думку, є однією з найкращих можливостей для побудови живих стосунків, заснованих на діленні, любові та довірі.

3.4. СТРАТЕГІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПАРАФІАЛЬНОЇ СПІЛЬНОТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СЕРЕДОВИЩІ ВІРТУАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Використання соціальних мереж у спільнотній комунікації, попри різноманітні позитивні та негативні тенденції, які вони продукують, є все ж важливим елементом у процесі налагодження парафіяльного спілкування. Олена Кулигіна, керівниця магістерської програми з медіакомунікацій УКУ, зауважує, що якщо йдеться про присутність Церкви в житті людини, то питання її присутності у світі віртуальних платформ не є стільки можливістю, як радше необхідністю: «якщо Церква обирає бути присутньою в житті людей, то в неї просто нема альтернативи, окрім того, як бути присутньою в соціальних медіа»⁷⁴. Прикладом

⁷³ Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – Див. Додаток №10.

⁷⁴ Приватне інтерв'ю з Оленою Кулигіною – Див. Додаток №11.

у цьому їй служить сам Ісус Христос, який показав себе досконалим Комунікатором, оскільки 1) Він знав свою аудиторію, був максимально уподібненим до неї (окрім гріха); 2) говорив зрозумілою мовою; 3) знав, до кого звертається (обізнаний був із історичним, політичним, культурним, суспільним контекстами єврейського народу); 4) використовував доступні засоби для налагодження вдалої комунікації (проповідував з гори, використовував природні засоби підсилення голосу тощо)⁷⁵. Тому і Церква, якщо прагне бути присутньою у житті людей, має використовувати всі доступні для цього інструменти. Однак їхнє застосування має відображати комунікацію не минулого, а повсякденного життя, оскільки сам Бог через особу Ісуса Христа «втїлює себе в певній культурі та в певному культурному способі спілкування»⁷⁶. До того ж, перебування на різноманітних веб-ресурсах відкриває перед людиною чималу кількість хибних шляхів, на які людина в силу життєвих обставин може сходити. Тому Церква покликана бути також певним «фільтром» та «проводирем» в середовищі віртуальних мереж, аби допомогти людині не схибити із правильної дороги⁷⁷.

Однією з найважливіших характеристик першої християнської спільноти в Ранній Церкві була та, що вони завжди перебували разом і все робили спільно: «Ті ж, що прийняли його слово, охристились, і того дня до них пристало яких три тисячі душ. Вони постійно перебували в апостольській науці та спільності, на ламанні хліба й молитвах» (Ді 1, 41-42). Тоді Церква жила, як єдине ціле, як одне Тіло і один розум, як єдина пов'язана спільнота. Що ж було тим конститутивним елементом, який визначав єдність первісної християнської громади? Цим елементом було спілкування. Спілкування є основою для будь-яких стосунків. І чим-більше ми спілкуємось – тим-більше в нас є шансів залишатися на зв'язку⁷⁸. Тому через спілкування з Богом шляхом спільнотної молитви, а також завдяки зрілій і частій комунікації один з одним можемо зберігати свою єдність. Якщо в умовах реального парафіального існування це

⁷⁵ Пор. БАБИНСЬКА С. та ін. *Церква і Медіа: сім кроків до порозуміння*. Львів 2012, 120-121.

⁷⁶ PHILLIPS P. – BRUCE K. *Digital Communication, the Church and Mission*, 3.

⁷⁷ Пор. БАТІГ Л. *Бог живе у фейсбуці?* // velychlviv.com (01.12.20).

⁷⁸ Пор. LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 80.

зробити простіше шляхом ведення активного богослужбового життя та організації прихramової спільнотної комунікації через середовище «зали спільноти», то як тоді будувати парафіяльну єдність у віртуальній площині, зважаючи на віддаленість один від одного?

Попри важливість і доцільність використання соціальних мереж для налагодження спільнотної комунікації – вони все ж залишаються доволі складним і заплутаним інструментом у використанні, якщо не мати чіткої стратегії для забезпечення їхнього ефективного застосування.

В основі формування будь-якої із комунікаційних моделей завжди є зосереджено чотири головні складові:

1. *Ядро*
2. *Спільнота*
3. *Контент*
4. *Канали зв'язку*

Перші два пункти стосуються напрямку нашого служіння у віртуальних платформах, а останні два – його ефективної реалізації⁷⁹.

1. *Ядро*. Головною ідеєю цього компоненту є відповідь на запитання: «ЧОМУ?» Власне присутність Церкви у середовищі віртуальних платформ має відштовхуватись від розуміння, якою є наша ціль? Це необхідно для того, щоб відповісти для себе: як бути присутнім і які найбільш ефективні інструменти для цього слід застосовувати? Тому і Церкві, як парафіяльній структурі, необхідно відповісти для себе: з якою метою ми хочемо бути присутніми в середовищі цифрових мереж? Відповідно, коли ми окреслюємо для себе конкретні цілі – ми можемо формувати конкретні завдання, як цих цілей досягти⁸⁰. Щоб правильно сформулювати свою мету, слід для себе відповісти на такі запитання:

- Чому Ви хочете використовувати соціальні медіа для свого служіння?
- Якою є мета?

⁷⁹ Поп. Lazarus N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 86.

⁸⁰ Приватне інтерв'ю з Оленою Кулігіною – Див. Додаток №11.

- Чи узгоджується мета Вашого служіння у соціальних мережах із Вашою загальною життєвою метою чи парафіяльним покликанням? Якщо так, то як?
- Яким чином, на Вашу думку, соціальні медіа можуть допомогти Вам краще служити своїй спільноті?
- Чому цей крок зараз важливий для Вашого служіння? Як це впливає на Ваші поточні плани? Як це впливає на Ваші подальші плани?
- Чи це є тим, що Бог хоче, щоб було пріоритетним для Вас прямо зараз у Вашому служінні? Якщо так, то чому, на вашу думку, Він хоче щоб Ви це зробили?
- Після одного року праці у соціальних мережах, які зміни Ви очікуєте побачити у своєму служінні? Якого результату Ви очікуєте⁸¹?

Відповіді на ці запитання не мають бути для нас лише одноразовим актом. Ми маємо їх ставити перед собою щороку впродовж нашого служіння у середовищі соцмереж, щоб подивитись чи відповідає наша мета теперішнім очікуванням.

2. *Спільнота*. Цей компонент моделі комунікаційної стратегії відповідає на питання «ХТО?». Спільнота – це є ті особи, для яких ми прагнемо служити у середовищі соціальних мереж. Якщо нашою метою є налагодження парафіяльної комунікації, то нам варто найперше дослідити інтереси своєї парафіяльної спільноти: визначити чим вона живе, які вподобання та життєві пріоритети має, чим переймається, яким є ритм її життя, у яких соцмережах вона є здебільшого присутньою, як їх використовує тощо⁸². Розуміння своєї цільової аудиторії є важливим аспектом у процесі формування комунікаційної стратегії, оскільки в подальшому це допоможе зрозуміти: який тип контенту варто створювати? як часто слід його публікувати? як правильно оформлювати візуальні елементи? тощо. Відповіді на ці запитання прямо залежать від розуміння особливостей своєї аудиторії⁸³.

3. *Контент*. Цей компонент допомагає усвідомити «ЩО?» нам необхідно правильно передавати до своєї аудиторії. За своїм вмістом контент поділяється на три основні групи: 1) *розмовний* (використовуємо на публічних заходах, богослужіннях, катехизах, приватних зустрічах тощо); 2) *письмовий* (книги, блоги, журнали, дописи у соцмережах); 3) *візуальний* (дизайн, зображення, відео,

⁸¹ LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 87-88.

⁸² Пор. БАБИНСЬКА С. та ін. *Церква і Медіа: сім кроків до порозуміння*, 43.

⁸³ Пор. LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 89.

інфографіка тощо)⁸⁴. Розуміння особливостей контенту допоможе краще налагоджувати стратегію його подальшої реалізації. Однак, окрім цього поділу, варто також пам'ятати про те, що у нашому служінні контент також має ще інший, не менш важливий поділ: 1) *тип контенту, якому ми віддаємо перевагу* (найбільш зручний нам у створенні); 2) *тип вмісту, який допоможе Вам досягти своєї мети* (залежить від наших цілей); 3) *тип вмісту, якому надає перевагу Ваша спільнота* (залежить від уподобань спільноти)⁸⁵. Тому під час створення і поширення різноманітних матеріалів обов'язково слід зважати на ці особливості і не боятися змінювати власні вподобання, якщо це посприяє у реалізації мети нашого служіння.

Однак у процесі спільнотного перебування в середовищі віртуальних платформ ніколи не варто забувати, що комунікація завжди передбачає у собі участь двох. Тому важливо у середовищі цифрових мереж створити простір, в якому б члени однієї спільноти могли б не лише споживати інформацію, але й зустрічатись один з одним: «Якщо ми зацікавлені в створюванні майданчиків для віртуальної комунікації, то потрібно дати можливість тим, хто зустрівся, комунікувати»⁸⁶. Тому парафіяльне спілкування в соцмережах жодним чином не може обмежуватись лише онлайн-проповіддю чи катехизою священника. Воно завжди має передбачати можливість для зворотного зв'язку членів християнської громади. «Церква мусить припинити просто поширювати в Інтернеті те, що вона вже робила раніше на папері. Мережа є не для того, щоб реалізовувати маркетингові плани чи перелічувати послуги [...]. Мережа призначена для створення спільноти»⁸⁷. З огляду на пандемією COVID-19 ми маємо декілька зразкових моделей такого використання соцмереж в середовищі УГКЦ. Для прикладу 8-го серпня 2020-го року відбулось вручення сертифікатів випускникам першої Катехитичної онлайн-школи «Промінь світла» яка тривала

⁸⁴ Поп. LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 92.

⁸⁵ Поп. LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 93.

⁸⁶ Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – Див. Додаток №10.

⁸⁷ PHILLIPS P. – BRUCE K. *Digital Communication, the Church and Mission*, 9.

3 місяці. Вона налічувала близько 110-ти дітей з понад 8-ми країн світу⁸⁸. Також 13-го вересня 2020-го року відбувся 5-ий молодіжний християнський фестиваль «*Vinter Na-Dii*». Він вперше сягнув світового масштабу, оскільки об'єднав за допомогою віртуальних мереж молодь з понад 70-ти парафіяльних локацій по цілому світі⁸⁹. Починаючи з 14-го жовтня 2020-го року, в середовищі УГКЦ щодня організовують молитовну онлайн-акцію «*Вервиця єднає*», яка гуртує навколо себе українців з цілого світу⁹⁰. Тому у створенні та поширенні контенту для своєї парафіяльної спільноти слід завжди враховувати необхідність зворотного зв'язку, щоб ця комунікація дійсно сприяла спільнотному єднанню.

4. *Канали зв'язку*. Коли йде мова про канали зв'язку, то мається на увазі те «ЯК?» ми передаємо той чи інший контент нашій спільноті. Найефективнішим каналом для реалізації особистого служіння в середовищі соціальних мереж є той, в якому є присутня наша парафіяльна спільнота⁹¹. Тому якщо наша аудиторія перейшла з одного каналу на інший – ми також йдемо разом з ними. Нашим головним завданням є завжди відстежувати вподобання своєї аудиторії і при потребі змінювати стратегію комунікації. Ось декілька запитань, які допоможуть краще зрозуміти специфіку вибору каналів зв'язку:

- Який канал (канали) у соціальних мережах найбільше використовує Ваша спільнота? Де вони проводять більшу частину свого «віртуального» часу?
- Як Ваша громада отримує свої щоденні новини? Телебачення, радіо, соціальні мережі тощо.
- Які канали найбільше підходять для тих типів вмісту, які ви плануєте використовувати для охоплення своєї спільноти?
- Які канали соціальних медіа дають вам максимальну віддачу за ваші зусилля і час прямо зараз⁹²?

На основі власне цих 4-ох моделей (Ядро, Спільнота, Контент, Канали зв'язку) можна вибудовувати стратегію формування зрілої спільнотної комунікації у соціальних мережах. Однак у цьому процесі Церква має пам'ятати про те, що

⁸⁸ Див. *Вперше в історії УГКЦ Блаженніший Святослав вручив сертифікати дітям Катехитичної онлайн-школи* // news.ugcc.ua (01.12.2020).

⁸⁹ Див. «*Час можливостей*»: *V* фестиваль «*Vinter Na-Dii*» сягає світового масштабу // ugcc.lviv.ua (01.02.2020).

⁹⁰ Див. «*Вервиця єднає*». Від Покрови щодня у прямому ефірі «*Живе ТБ*» запрошує молитися вервицю // news.ugcc.ua (01.12.2020).

⁹¹ Пор. LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 94.

⁹² LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry*, 95.

вона передусім є реальною, а не віртуальною структурою: «Церква – це все-таки божественний організм, це спільнота реальних членів, а не віртуальних користувачів»⁹³. Тому вона найперше має формувати простір для реального спілкування. Віртуальна комунікація у цьому є лише допоміжним елементом: «віртуальне спілкування не замінить реального життя і не потрібно хотіти замінити реальне життя, але воно одне одного доповняє. Віртуальна дійсність може заповнити ці часові прогалини, коли ми не можемо бути разом зібрані в продовж тижня»⁹⁴. Усвідомлюючи це, ми тоді можемо формувати зрілу віртуальну комунікацію у правильному ключі.

Міжособистісне спілкування в сучасному суспільстві регулюється багатьма впливами. Більшість із них є наслідком неправильного сприйняття світу, хибного розуміння значення технологічного розвитку та ролі людини в цьому процесі. Тому й людська комунікація почасти позначена намаганням використати особу для реалізації особистих інтересів, для приниження її до рівня доступного ресурсу тощо. Водночас міжособистісне спілкування і в реальному житті, й у середовищі віртуальних платформ є найважливішим засобом, який допомагає людині залишатись відкритою на загальносуспільне єднання шляхом безперервного поступу у діленні та любові. Однак для цього слід вміти зріло цю комунікацію реалізовувати. Усвідомлення власної ідентичності, відкритість на унікальність іншої особи, плекання духу солідарності та близькості всередині людської спільноти, уважність до того, що ми комунікуємо – є необхідними умовами на шляху нашого особистісного зростання через спілкування. Середовище церковного життя є важливим простором, де можна ці якості реалізувати: у сфері реального парафіяльного життя через розвиток «зали спільноти», яка покликана за допомогою сучасних медійних, мистецьких та інших середників формувати комунікацію всієї парафіяльної спільноти, або через організоване спільнотне спілкування у світі віртуальних платформ, яке б уможливило комунікацію всієї громади вірних.

⁹³ Лавриш Ю. *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*. Львів 2017, 41.

⁹⁴ Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – Див. Додаток №10.

ВИСНОВОК

Все наше суспільне життя у своїй суті не є чимось статичним, а завжди змінюються в залежності від щоденних подій, наших рішень та людей, яких ми зустрічаємо. Однак у цьому вирі безперервної видозміни суспільних гобеленів нам важко уявити своє існування без спілкування. Саме спілкування є тим конститутивним елементом, який єднає нас з іншими людьми, який дозволяє нам пізнати іншу особу та проникнути у глибинну реальність її життя. Важливість міжособистісної комунікації особливо пізнається тоді, коли ми усвідомлюємо, що кожна людина є незалежним, автономним буттям, незамінним екземпляром із власним, унікальним внутрішнім світом¹. Продовжуючи цю думку, можемо також ствердити словами Габріеля Марселя, французького філософа ХХ-го століття, що «інша людина є для мене не так проблемою, яку я повинен вирішити, як таємницею, що відкривається переді мною у мить зустрічі»². Тому й пізнання іншої особи, входження у її внутрішній світ, розкриття її таємничості винятково відбувається за посередництвом міжособистісної комунікації в момент зустрічі. Саме зустріч та спілкування є запорукою успішного творення єдиної світової людської спільноти.

Кожна із зустрічей у нашому житті, згідно із словами о. Юзефа Тішнера, завжди передбачає у собі певний простір: «Місце людини у просторі зносин – це не точка поруч із точкою, а поле специфічних можливостей та неможливостей, тісно пов'язаних із власною свободою людини та чужою»³. Тому й наша комунікація та інструменти, які ми для її реалізації застосовуємо – є тим, чим ми цей простір заповнюємо на шляху один до одного. У своїй загальній суті саме це творить культуру нашого спілкування. У кожному із історичних епох ця культура мала особливі засоби для своєї реалізації. Для епохи ХХІ століття винятковим середником для міжособистісної зустрічі стало середовище соціальних мереж. Однак замість того щоб сприяти міжлюдському зближенню, пізнанню та

¹ Пор. Клочковський Я. *Філософія діалогу*. Київ 2013, 29-30.

² Клочковський Я. *Філософія діалогу*, 25.

³ TISCHNER J. *Przestrzeń obcowania z drugim // Analecta Cracoviensia* 9 (1977) 77.

єднанню, віртуальні платформи почасти стають місцем відчуження та самотності, яким людина присвячує велику частину свого часу впродовж дня. Окрім цього саме спілкування в часі цієї цифрової зустрічі втратило своє автентичне значення та набуло форми виключно інформаційного насичення нашого життя.

Тому і метою нашої магістерської роботи було дослідити автентичність та осмислити важливість спілкування у формуванні міжособистісних стосунків у середовищі спільноти на прикладі парафіяльного спільнотного життя. У процесі цього дослідження ми аналізували персоналістичне вчення представників східної та західної богословської та філософської думки ХХ століття. Важливість цього аналізу полягала в тому щоб осмислити: ким є людина? Що означає бути сотвореним «на образ та подобу Божу»? Як воно реалізується у вимірі людської комунікації? Опісля ми застановились над тим як саме реалізується міжособистісне спілкування в середовищі сучасного медіакультурного розвитку через використання віртуальних платформ? Чим така форма комунікації відрізняється від живого спілкування? Які переваги та недоліки вона у собі містить? Відповідно на основі цього ми спробували проаналізувати: що стало причиною видозміни сприйняття міжособистісної комунікації? За допомогою яких інструментів ми можемо це автентичне розуміння людського спілкування повернути у різноманітні простори нашого життя? На нашу суб'єктивну думку поставлена мета і завдання в процесі дослідження були досягнуті, однак ця робота дає лише загальні відомості щодо запропонованої теми у зв'язку із методологічними обмеженнями обсягу магістерської роботи і тому потребує в окремих ділянках більш детального дослідження.

На думку провідних православних та католицьких богословів ХХ століття, бути людиною, сотвореною «на образ і подобу Божу», – означає бути Особою. Для кожного з них це поняття включає в себе різноманітні якості та характеристики, які є притаманними для людини: здатність до свобідних рішень, унікальність, самосвідомість та наділеність розумом. Однак чи не найбільше богослови наголошували на тому, що бути сотвореним «на образа і подобу

Божу», – це бути Особою, яка покликана до стосунків, до життя для іншого. Тому саме у стосунку з іншою Особою людина найперше здатна пізнати себе, а відповідно згодом і реалізувати той внутрішній потенціал, який є у ній закладений. Окрім цього перебувати у стосунку означає бути відкритим на Бога та на іншу Особу, вміти у іншому, рівно ж як і у собі, побачити унікальний та неповторний характер буття. І власне міжособистісне спілкування є тим інструментом, який дозволяє нам подолати межу власної «інакшості» та індивідуальності на шляху до іншої Особи, а також є засобом, який дозволяє виразити власну неповторність⁴. Спілкування допомагає зростати нам у взаємостосунках з Богом та з іншими людьми, спільно рухатись у напрямку єднання заснованому на любові. І саме середовище церковного життя є тим місцем, де людина може вповні реалізувати це дане Богом покликання. До того ж ми це можемо робити не лише шляхом безпосередньої комунікації, але й за допомогою різноманітних матеріальних середників, які уможливають її кращу реалізацію.

Процес міжособистісної комунікації в епоху сучасного медіакультурного розвитку зазнає чималих змін. Для розширення можливостей людського спілкування створюються різноманітні середники, які покликані були значно спростити процес суспільної взаємодії. Одним із таких інструментів комунікації є також середовище соціальних мереж. Завдяки віртуальним платформам люди мають змогу ретранслювати особисті соціальні зв'язки, які вони мають у реальному житті, у цифровий простір. У такій формі спілкування нівелюється ряд географічних, фізичних, психологічних обмежень, які часто є перешкодою для уможливлення зрілої комунікації між людьми. Тому й використання соціальних мереж, як і зрештою інших засобів масової інформації, значно спрощує процес міжособистісної взаємодії, що у свою чергу є нагодою для творення певного простору для реалізації загальнолюдського єднання. Однак така форма спілкування значно відрізняється від тієї, яку ми маємо у реальному житті. Вона є відмінна тим, що людина у її процесі часто є анонімною, оскільки

⁴ Пор. ЯнНАРАС Х. *Вера Церкви*, 66.

не завжди її особиста інформація, яку вона комунікує, відповідає дійсності. До того ж така форма комунікації почасти відбувається у середовищі фізичної відсутності людини, що унеможливорює задіяння невербальної форми спілкування у процесі комунікації, яка також є важливим інструментом на шляху міжособистісного пізнання. Окрім цього культура спілкування у світі віртуальних платформ стала культурою коротких текстів – коли ми намагаємось комунікувати один з одним за допомогою коротких інформаційних повідомлень. Відповідно таке спілкування створює також і велику кількість небезпек: часте відкинення щирості та правди у процесі комунікації, що створює небезпеку хибного сприйняття особи; надмірний прагматизм який проявляється у частому скороченні текстових повідомлень; низький рівень близькості спілкування; неможливість відповідної емоційної реакції тощо. Однак найбільшою проблемою використання соціальних мереж сьогодні є збільшення кількості часу, який ми витрачаємо на віртуальне спілкування, часто нехтуючи живою комунікацією.

Таке викривлене сприйняття комунікативної дійсності у середовищі соціальних мереж є викликане багатьма негативними впливами. У багатьох аспектах вони відображаються також у поширенні маніпуляцій, фреймінгу, брехні та ненависті. Причиною цьому є поширена ідеологія релятивізму, неправильне сприйняття сенсу технічного розвитку, що спричинює намагання використати особу в якості ресурсу для реалізації особистих інтересів, руйнування зрілих міжособистісних стосунків, заснованих на довірі та любові тощо. Відповідно постає питання: що нам слід робити щоб імплементувати цей автентичний вимір людської комунікації, який провадить до реалізації людини, як Особи на шляху загальносупільного єднання, у реальність сучасного медіакультурного життя? Якщо коротко підсумувати всі ті напрямки, які сприяють нам у реалізації цього задуму, то вартує зазначити, що першою умовою побудови зрілої комунікації є осмислення того ким я є у цьому житті, пізнання власної ідентичності. Усвідомлюючи це, ми маємо пам'ятати, що наша ідентичність не є лише теоретичною дійсністю, однак вона має виражатися у всіх

сферах нашого життя. Відповідно це нівелює можливість нашої анонімної та неправдивої присутності у середовищі віртуальних платформ. Окрім цього ми також маємо усвідомлювати, що наша присутність у соцмережах є присутністю серед спільноти осіб. Тому наше спілкування має виражати відчуття духу єдності, солідарності та людської близькості яке проявляється також у слуханні та прийнятті кожної людини. Те, що ми комунікуємо має бути вираженням мови любові, взаємоповаги та добра, а не прикладом осуду та суспільного поділу. Більше того нам слід завжди пам'ятати, що віртуальне спілкування не є альтернативою живій комунікації, а лише інструментом, який доповнює людську взаємодію у реальному житті, у тих моментах коли реальна зустріч є неможливою. Середовище церковного парафіяльного життя є зразковим простором, який може допомогти людині формувати цю зрілу комунікацію у своєму житті. Це відбувається не лише у часі богослужінь, але й через розвиток прихрмової спільнотної комунікації. Італійська концепція розвитку «зали спільноти» є чудовим прикладом який демонструє на основі чого ми можемо будувати зрілий діалог всієї парафіяльної спільноти, а не лише окремих її членів. Формування парафіяльної комунікації у середовищі соціальних мереж є продовженням того діалогу, який ми маємо у реальному житті. Його реалізація у віртуальному світі не має відбуватись хаотично і виключно для потреб інформування людей, а має мати чітку стратегічну спрямованість на будівництво взаємодії всієї парафіяльної громади.

Як слід правильно та відповідально комунікувати – це те, чого ми маємо навчатися впродовж цілого нашого життя. Воно жодним чином не є наслідком лише зовнішніх впливів. Спілкування залежить найперше від нашої спрямованості до зустрічі з іншим, ніж я є сам, від нашого бажання у любові пізнати іншу людину та відкрити унікальний характер її буття. Якщо саме це буде метою нашої комунікації, то неважливо які інструменти ми використовуємо на шляху досягнення цієї мети. Однак лише жива зустріч перед обличчям іншої особи є тим простором, який найбільше сприяє нашому міжособистісному пізнанню та єднанню.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

Опубліковані джерела

1. LA COMMISSIONE ECCLESIALE PER LE COMUNICAZIONI SOCIALI. Nota pastorale della Commissione ecclesiale per le comunicazioni sociali *La sala della comunità un servizio pastorale e culturale*. Roma 1999.
2. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 48th World communications day *Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter*. June 1, 2014 // *The Holy See* vatican.va (16.11.2020).
3. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 49th World communications day *Communicating the Family: A Privileged Place of Encounter with the Gift of Love*. January 23, 2015 // *The Holy See* vatican.va (17.11.2020).
4. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 50th World communications day *Communication and Mercy: A Fruitful Encounter*. January 24, 2016 // *The Holy See* vatican.va (17.11.2020).
5. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 51th World communications day «*Fear not, for I am with you*» (Is 43:5): *Communicating Hope and Trust in our Time*. January 24, 2017 // *The Holy See* vatican.va (17.11.2020).
6. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 53th World communications day «*We are members one of another*» (Eph 4,25). *From social network communities to the human community*. January 24, 2019 // *The Holy See* vatican.va (16.11.2020).
7. POPE FRANCIS. Message of his Holiness Pope Francis for the 54th World communications day «*That you may tell your children and grandchildren*» (Ex 10:2). *Life becomes history*. January 24, 2020 // *The Holy See* vatican.va (15.11.2020).
8. ІВАН ПАВЛЮ ІІ. Апостольське послання *Mulieris dignitatem*. Львів 1995.

9. ІВАН ПАВЛО II. Енцикліка *Fides et Ratio* // Дрогобицька Духовна Семінарія dds.edu.ua (20.06.2020).
10. ІВАН ПАВЛО II. Енцикліка *Redemptor hominis* // Енцикліки Вселенського Архієрея Івана Павла II. Торонто – Рим 1989, 7-64.
11. ІВАН ПАВЛО II. Послання Святішого Папи Римського Іван Павла II на 26-ий День суспільних комунікацій *Проголошення Христового послання в засобах масової комунікації* // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упоряд. Перун М. Львів 2004, 319-321.
12. ПАПСЬКА КОМІСІЯ У СПРАВАХ ЗАСОБІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ. Душпастирська інструкція *Communio et progressio* // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упоряд. Перун М. Львів 2004, 87-136.
13. *Святе Письмо Старого та Нового Завіту* / перекл. Хоменка І. Київ 1992.
14. II ВАТИКАНСЬКИЙ СОБОР. Декрет про засоби соціальної комунікації *Inter mirifica* // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упоряд. Перун М. Львів 2004, 73-86.
15. II ВАТИКАНСЬКИЙ СОБОР. Душпастирська конституція про Церкву в сучасному світі *Gaudium et spes* // Вселенський Собор – Ватиканський II. Діяння і Постанови. Т. V: Церква в світі. Свобода і місії. Не-християни. Рим 1966, 29-153.

Періодичні видання

1. BERGER C. *The Immortal Image of God: The Theological Anthropology of Father Dumitru Stăniloae* [DOC] // Σύναξη 146 (2018) 10-19.

2. BHAGWAT S. – GOUTAM A. *Development of Social Networking Sites and Their Role in Business with Special Reference to Facebook // Journal of Business and Management* 5 (2013) 15-28.
3. BOYD D. – ELLISON N. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship // Journal of Computer-Mediated Communication Association* 13 (2008) 210-230.
4. GRANOVETTER M. *The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology* 6 (1973) 1360-1380.
5. MILGRAM S. *The Small-World Problem // Psychology Today* 1 (1967) 61-67.
6. NOBLE I. *Doctrine of Creation within the Theological Project of Dumitru Staniloae // Communio Viatorum* 49 (2007) 185-209.
7. PHILLIPS P. – BRUCE K. *Digital Communication, the Church and Mission // Church growth: Resourcing Mission Bulletin* 2 (2013) 5-14.
8. TISCHNER J. *Przestrzeń obcowania z drugim // Analecta Cracoviensia* 9 (1977) 67-86.
9. VERDUYN P. et al. *Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review // Social Issues and Policy Review* 11 (2017) 274-302.
10. АБДУЛЛАЕВА Р. *Анализ влияния социальных сетей на жизнь современного общества // International journal of applied and fundamental research* 9 (2015) 542-546.
11. ВОРОНКИН А. *Социальные сети: эволюция, структура, анализ [PDF] // Образовательные технологии и общество* 1 (2014) 650-675.
12. ГЕРАСИМІВ Т. – БАЗАРНИК Б. *Антропологія феномену особистості // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»* 845 (2016) 368-372.
13. ГОРОШКО Е. *Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи* 6 (2009) 11-127.

14. ДАНЬКО Ю. *Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси* // *Сучасне суспільство* 2 (2012) 179-184.
15. ДЗЮБИНА О. *Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter* // *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки* 2 (2016) 218-222.
16. КАЗАКОВ А. *Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию* // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология* 4 (2014) 85-90.
17. ПЕРВУШИНА В. – ХУТОРНОЙ С. *Особенности коммуникации в киберпространстве* // *Вестник ВГУ. Серія: Філософія* 1 (2017) 59-71.
18. ШАБШИН И. *О психологических особенностях общения в интернете* // *Московский психотерапевтический журнал* 1 (2005) 158-182.
19. ШЕПЕТЯК О. *Антропологічні ідеї в новітньому богослов'ї німецькомовного простору* // *Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наукових праць* 665-666 (2013) 209-2013.
20. ШИДЛОВСЬКИЙ І. *Добро справді варте уваги* // *Пізнай Правду* 112 (2017) 16-17.
21. ЯННАРАС Х. *Церковь в посткоммунистической Европе* // *Церковь и время* 28 (2004) 81-106.

Література

1. BARNES J. *Class and Committees in a Norwegian Island Parish*. [PDF]. Cambridge 1990.
2. JOHN PAUL II, *The Redemption of the Body and Sacramentality of Marriage (Theology of the Body)*. *From the Weekly Audiences of His Holiness. September 5, 1979 – November 28, 1984*. Boston 2006.

3. LAZARUS N. *The Connected Church: A Social Media Communication Strategy Guide for Churches, Nonprofits and Individuals in Ministry* [Kindle]. Scotts Valley 2017.
4. MORA J. *Strategic management of communication in the church // Direzione strategica della comunicazione nella Chiesa: nuove sfide, nuove proposte. / a cura di Mora J. – Contreras D. – Carroggio M. Roma 2007, 35-55.*
5. WILKS J. *Trinitarian Ontology of John Zizioulas* [PDF] // *Biblical Studies* biblicalstudies.org.uk (22.04.2020).
6. YANNARAS C. *Person and eros* / transl. Russell N. Brookline 2007.
7. БАБИНСЬКА С. та ін. *Церква і Медіа: сім кроків до порозуміння*. Львів 2012.
8. БУЛГАКОВ С. *Главы о Троичности* [PDF] // *Предание.ru* predanie.ru (14.06.2020).
9. ДИМИТРОВ И. *Образ и подобие Божие в человеке в антропологии прот. Димитру Стэнлоае* [DOC] // *Материалы 5-й Международной студенческой научно-богословской конференции* / ред. Ермаков А. – Юревич Д. Санкт-Петербург 2013.
10. ЕВДОКИМОВ П. *Искусство Иконы. Богословие красоты* / перекл. Захаров Д. – Майданович Е. Клин 2005.
11. ЕВДОКИМОВ П. *Православие* / перекл. Гриб С. Москва 2002.
12. ЕКЗЮПЕРІ А. *Планета людей*. [PDF] / перекл. Жаловський А. // *Бібліотека української літератури УкрЛіб* ukrlib.com.ua (07.12.2020).
13. ЗАВЕРШИНСКИЙ Г. *Богословие диалога. Бубер и христианство // Богословие личности* / ред. Бодров А. – Толстолуженко М. Москва 2013, 73-86.
14. ЗИНКОВСКИЙ М. *Богословие личности в XIX-XX вв.* Санкт-Петербург 2014.
15. ЗІЗІУЛАС Й. *Буття як спілкування*. Київ 2005.
16. КЛОЧКОВСЬКИЙ Я. *Філософія діалогу*. Київ 2013.

17. КЛОЧКОВСЬКИЙ Я. *Філософія діалогу*. Київ 2013.
18. КУЛЕБА Д. *Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот*. Київ 2019.
19. ЛАВРИШ Ю. *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*. Львів 2017.
20. ЛОРГУС А. – ШТУБЕНРАУХ Б. (ред.). *Богословская антропология. Русско-православный / римско-католический словарь*. Москва 2013.
21. ЛОССКИЙ В. *Догматическое богословие // Боговидение* / упоряд. Филоненко А., перекл. Рещикова В. Москва 2006, 455-507.
22. ЛОССКИЙ В. *Очерк мистического богословия // Боговидение* / упоряд. Филоненко А., перекл. Рещикова В. Москва 2006, 111-310.
23. ЛОССКИЙ В. *По образу и подобию // Боговидение* / упоряд. Филоненко А., перекл. Рещикова В. Москва 2006.
24. ЛОССКИЙ Н. *Понятие о личности по В. Н. Лосскому [PDF] // Христианская психология и антропология хра-spb.ru* (14.05.2020).
25. РАЦИНГЕР Й. *Введение в христианство. Лекции об апостольском символе веры*. Брюссель 1988.
26. ЦВАЛЕН Р. *Различные концепции образа Бога в работах Николая Бердяева и Сергея Булгакова // Богословие личности* / ред. Бодров А. – Толстолуженко М. Москва 2013, 168-180.
27. ЯННАРАС Х. *Вера Церкви* / перекл. Вдовина. Г. Киев 2012.
28. ЯННАРАС Х. *Хайдеггер и Ареопагит, или об отсутствии и непознаваемости Бога [DOC]. // Электронная библиотека RoyalLib.com royallib.com* (26.04.2020).

Інтернет-джерела

1. *About CompuServe* // *CompuServe* compuserve.com (10.07.2020).
2. *About us* // *Classmates* classmates.com (10.07.2020).
3. ABRAHAM A. *10 Levels of Intimacy in Today's Communication*. August 20, 2009 // *Overdrive Interactive* ovrdrv.com (29.10.2020).
4. ALANDETE D. – VERDU D. *How Russian networks worked to boost the far right in Italy*. March 1, 2020 // *El País* english.elpais.com (10.11.2020).
5. *Dictionary* // *Cambridge Dictionary* dictionary.cambridge.org (07.12.2020).
6. DOBLE A. *UK's fastest growing language is... emoji*. May 19, 2015 // *BBC Newsbeat* bbc.co.uk (01.11.2020).
7. *Emoji news quiz of the week, 17 July*. July 17, 2015 // *BBC* bbc.com (02.11.2020).
8. IANS. *About 9-15% of Twitter accounts are bots: Study*. March 12, 2017 // *The Indian Express* indianexpress.com (10.11.2020).
9. INGRAM D. *Facebook says data leak hits 87 million users, widening privacy scandal*. April 4, 2018 // *Reuters* reuters.com (09.11.2020).
10. JONES J. *Emoji is dragging us back to the dark ages – and all we can do is smile*. May 27, 2015 // *The Guardian* theguardian.com (27.10.2020).
11. KEMP S. *Digital 2020: global digital overview*. January 30, 2020 // *DataReportal* datareportal.com (10.10.2020).
12. KEMP S. *Digital 2020: Ukraine*. February 18, 2020 // *DataReportal* datareportal.com (07.12.2020).
13. KEMP S. *More than half of the people on Earth now use social media*. July 21, 2020 // *DataReportal* datareportal.com (10.10.2020).
14. *Moreno Sociogram*. October 29, 2020 // *Wikimedia Commons* commons.wikimedia.org (10.12.2020).

15. *NSFNET – The National Science Foundation Network: History* // *NLANR* moat.nlanr.net (28.07.2020).
16. PHILLIPS S. *A brief history of Facebook*. July 25, 2007 // *The Guardian* theguardian.com (20.09.2020).
17. STETZER E. *The Church and Social Media*. June 9, 2010 // *Christianity today* christianitytoday.com (15.10.2020).
18. VIGANÒ D. *Associazione Cattolica Esercenti Cinema* // *La comunicazione* lacomunicazione.it (20.11.2020).
19. VIGANÒ D. *Sala della comunità* // *La comunicazione* lacomunicazione.it (20.11.2020).
20. АЛМАЕВА В. *Виртуальные социальные сети как составляющая современного образовательного пространства*. 23-25 марта, 2010 // *Конгресс конференций. Информационные Технологии в Образовании* ito.edu.ru (20.07.2020).
21. БАТИГ Л. *Бог живе у фейсбуці?* 6 листопада, 2014 // *Духовна велич Львова* velychlviv.com (01.12.20).
22. БРАУН Д. *Как соцсети влияют на наше настроение, сон, психическое здоровье и отношения*. 15 января, 2018 // *ВВС Україна* bbc.com (01.11.2020).
23. «Вервиця єднає». Від Покрови щодня у прямому ефірі «Живе ТБ» запрошує молитися вервицю. 14 жовтня, 2020 // *Інформаційний ресурс Української Греко-Католицької Церкви* news.ugcc.ua (01.12.2020).
24. «Вперше в історії УГКЦ Блаженніший Святослав вручив сертифікати дітям Катехитичної онлайн-школи. 8 серпня, 2020 // *Інформаційний ресурс Української Греко-Католицької Церкви* news.ugcc.ua (01.12.2020).
25. ГАЛИМБЕРТИ У. *Человек в эпоху технологии*. 13 октября, 2009 // *Московская Ассоциация Аналитической Психологии* таар.pro (07.11.2020).

26. ГОРДЕЄВ О. *«Ідея цифрового богослов'я – посадити за один стіл цифрову культуру і богослов'я»*, – Пітер Філіпс. 30 березня, 2019 // *Релігійно-Інформаційна служба України* risu.ua (16.11.2020).
27. КОМКОВ О. *Есть ли жизнь вне конвейера? Философия техники Мартина Хайдеггера* // *Моноклер* monocler.ru (09.11.2020).
28. *Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)*. 27 квітня, 2016 // *MediaSapiens* ms.detector.media (07.12.2020).
29. *Словник* // *МедіаДрайвер* mediadrivеr.online (07.12.2020).
30. ХАЙДЕГГЕР М. *Вопрос о технике* // *Владимир Бибихин* bibikhin.ru (09.11.2020).
31. ХОГАН Б. *Анализ социальных сетей в интернете*. 21 ноября, 2013 // *ПостНаука* postnauka.ru (21.07.2020).
32. *Час можливостей»: V фестиваль «Вітер На-Дії» сягає світового масштабу*. 22 серпня, 2020 // *Інформаційний ресурс Львівської Архиспархії* ugсс.lviv.ua (01.02.2020).
33. *«Я-бот». Ботоіндустрія зсередини: хто користується та скільки коштує*. 18 вересня, 2019 // *Громадське Телебачення* hromadske.ua (07.12.2020).

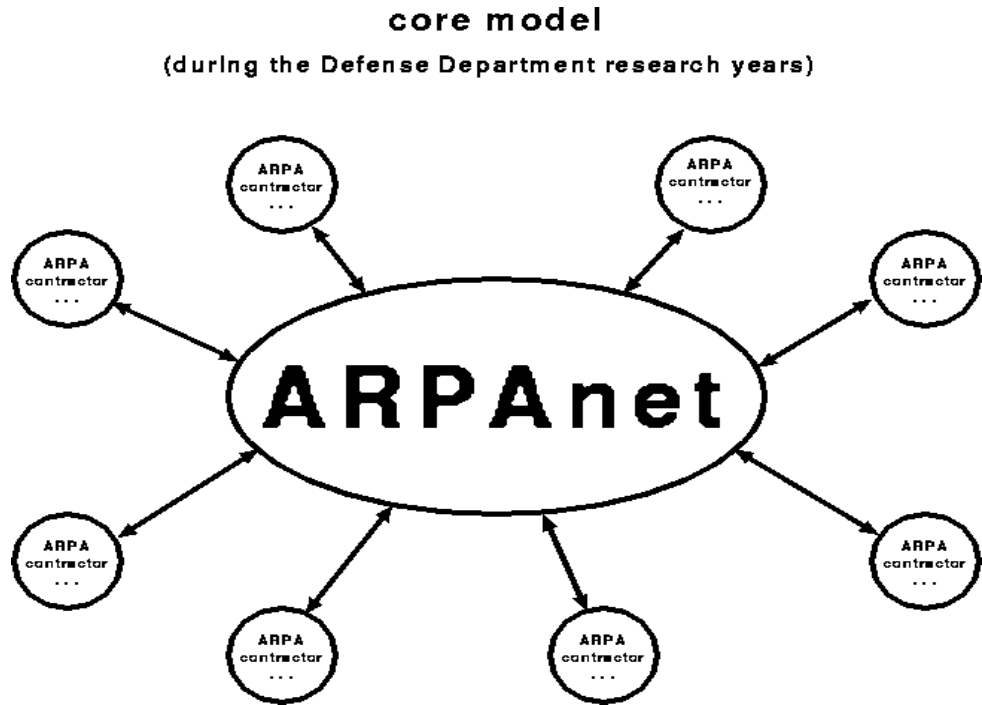
Відео

1. ORLOWSKI J. (director). *The Social dilemma* [documentary], USA: Netflix 2020.
2. PHILLIPS P. *Social Media (and) Theology*, лекція, 11 грудня 2019 / змонтовано і опубліковано для Відкритого Православного Університету Святої Софії-Премудрості в грудні 2019, oou.org.ua, (29.10.2020).
3. Блаженніший Святослав про нову людину, революцію надії та Facebook». *Говорить Жадан*, Радіо НВ, 4 листопада 2020

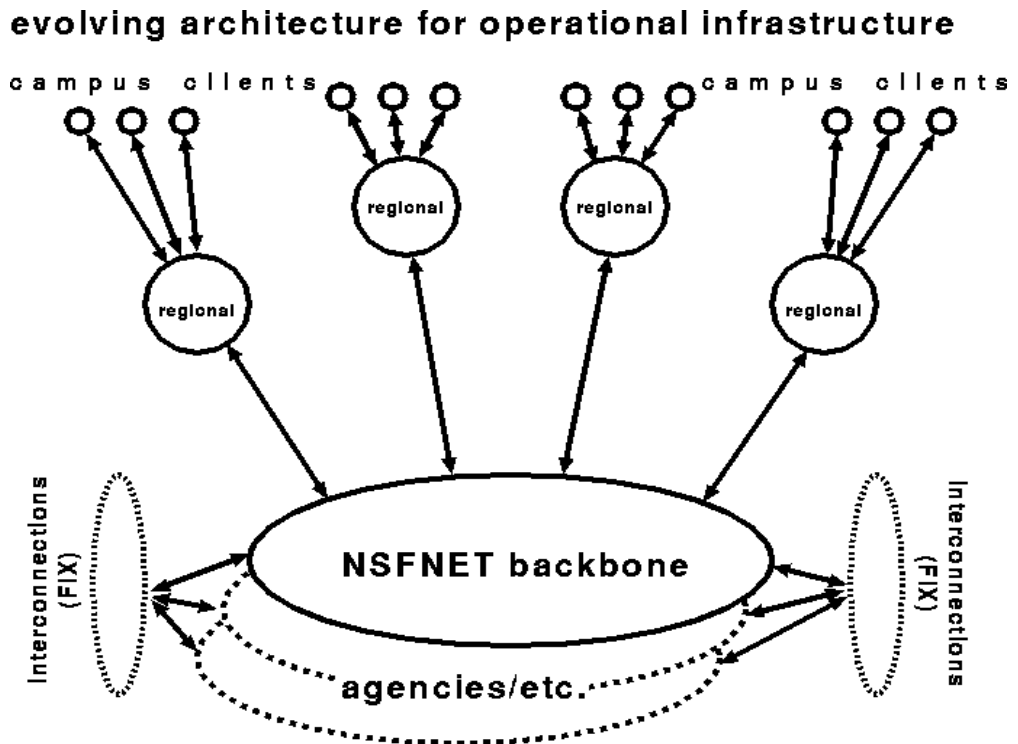
Додаток №2

Схеми мереж ARPANet та NSFNet²

ARPANet:



NSFNet:



² Див. NSFNET – The National Science Foundation Network: History // moat.nlanr.net (28.07.2020).

Додаток №3

Графік історичного розвитку соцмереж³

№	Рік	Назва соціальної мережі
1.	1995	Classmates.com
2.	1996	Bolt.com
3.	1997	AsianAve; Sixdegrees.com
4.	1998	Care; Opendiary; Gapyear.com; Fotki
5.	1999	Advogato; Cyworld; HR.com; Kiwibox; Vampirefreaks.com; LiveJournal.Inc; Makeoutclub.com; BlackPlanet
6.	2000	English; baby!; DXY.cn; Friends Reunited; Hobo; DeviantART; WriteAPrisoner.com; Mixi
7.	2001	Thinks; Cozy Cot; Fruhstuckstreff; Partyflock
8.	2002	FilmAffinity; Footslog; Fraudster; Last.fm, Travellerspoint; ,iWiW; Hub Culture
9.	2003	Couchsurfing; Hi5; PureVolume; LinkedIn; WAYN; MySpace; Delicious
10.	2004	Cob; Zoo.gr; Orkut; Facebook; Flickr; ASmallWorld; Hyves; Tagged
11.	2005	43 Things; Buzznet; Douban; Focus.com; Travbuddy.com; Ning; Biip.no; Bebo; Librarything; Blogster, MocoSpace
12.	2006	aNobii; Crunchyroll; Patientslikeme; Jaiku; Twitter; Vkontakte; GamerDNA; Shelfari; CafeMom; Goodreads
13.	2007	Flixster; Quechup; Tylted; Virb; Geni.com; Wiser.org; eToro; WeRead; Elixio; Fuel My Blog; BIGADDA; Fubar; DailyStrength
14.	2008	CROSS.tv; Yammer; FetLife; Busuu; Gays.com; Academia.edu; GetGlue; The Sphere

³ Тут і далі – переклад мій. Див. BHAGWAT S. - GOUTAM A. *Development of Social Networking Sites and Their Role in Business with Special Reference to Facebook // Journal of Business and Management* 5 (2013) 19-20.

15.	2009	Filmow; Foursquare; Skoob; DailyBooth; Fullcircle; Sina Weibo
16.	2010	Audimated.co; Blauk; Jiepang; LaiBhaari; Lagbook; MyMFB; TermWiki; Goodwizz; Diaspora Inc; Students Circle Network
17.	2011	Faces.com; Pinterest; Google+; Wellwer.com; Playlist.com

Додаток №4

Графік загальної кількості користувачів Facebook⁴

№	Рік	Номер активних користувачів (у мільйонах)
1.	2004	1 мільйон
2.	2005	5.5 мільйонів
3.	2006	12 мільйонів
4.	2007	50 мільйонів
5.	2008	100 мільйонів
6.	2009	350 мільйонів
7.	2010	608 мільйонів
8.	2011	845 мільйонів
9.	2012	1000 мільйонів

⁴ Див. BHAGWAT S. - GOUTAM A. *Development of Social Networking Sites and Their Role in Business with Special Reference to Facebook*, 22.

Додаток №5

Хронологія розвитку Facebook⁵

№	Рік	Графік: Основні події / Важливі рішення
1.	28 жовтня, 2003	Марк Цукерберг випускає Facemash, попередника Facebook. Це була версія Гарвардського університету Hot or Not
2.	Січень 2004	Цукерберг розпочинає створення Facebook
3.	11 січня, 2004	Цукерберг зареєстрував thefacebook.com domain
4.	4 лютого, 2004	Цукерберг запускає Facebook
5.	Березень 2004	Facebook стає доступним для МТІ, Бостонського університету, Бостонського коледжу, Північно-Східного університету, Стенфордського університету, Дартмутського коледжу, Колумбійського університету та Єльського університету
6.	13 квітня, 2004	Цукерберг, Дастін Московіц та Едуардо Саверін засновують партнерство Thefacebook.com LLC
7.	Червень 2004	Facebook отримує перші інвестиції від Пітера Тіеля у розмірі 500 000 \$ США
8.	Червень 2004	Facebook входить до складу нової компанії, і Шон Паркер (колишній працівник Napster) стає його президентом
9.	Червень 2004	Facebook переносить свою штаб-квартиру в Пало-Альто, штат Каліфорнія
10.	Серпень 2004	Щоб конкурувати зі зростаючим сервісом i2hub [...], Цукерберг запускає Wirehog. Це попередник програм Facebook Platform

⁵ Див. BHAGWAT S. - GOUTAM A. *Development of Social Networking Sites and Their Role in Business with Special Reference to Facebook*, 20-21.

11.	Вересень 2004	ConnectU подає позов проти Цукерберга та інших засновників Facebook
12.	30 грудня, 2004	Facebook отримує свого мільйонного зареєстрованого користувача
13.	26 травня, 2005	Accel Partners інвестує у Facebook 13 мільйонів \$
14.	19 липня, 2005	News Corp купує MySpace, чим викликає чутки про можливий продаж Facebook більшій медіа-компанії
15.	23 серпня, 2005	Facebook купує домен Facebook.com за 200 000 \$
16.	Вересень 2005	Додано доступ до мережі для середньої школи
17.	Жовтень 2005	Додані міжнародні шкільні мережі та додані фотографії
18.	2006	Звіт про рух грошових потоків показує, що Facebook отримав чистий збиток у розмірі 3,63 мільйона \$ за 2005 фінансовий рік
19.	28 березня, 2006	Як повідомляється, можливе придбання Facebook перебуває на стадії переговорів і оцінювалось спершу у 750 мільйонів \$, а згодом у 2 мільярди \$
20.	Вересень 2006	Facebook обговорює з Yahoo! можливість придбання останнього першим за 1 мільярд \$
21.	Вересень 2006	Facebook запускає версію веб-сайту для середньої школи
22.	26 вересня, 2006	Facebook стає відкритим для всіх віком від 13 років з дійсною електронною адресою
23.	Червень 2008	Facebook залагодив два судових позови: 1) <i>ConnectU проти Facebook</i> та 2) <i>Марк Цукерберг та ін. проти Уейн Чанг та ін.</i> (крадіжка інтелектуальної власності щодо проекту <i>The Winklevoss Chang Group's Social Butterfly</i>). Це урегулювання фактично дозволило Facebook придбати ConnectU за 20 мільйонів \$ готівкою та понад

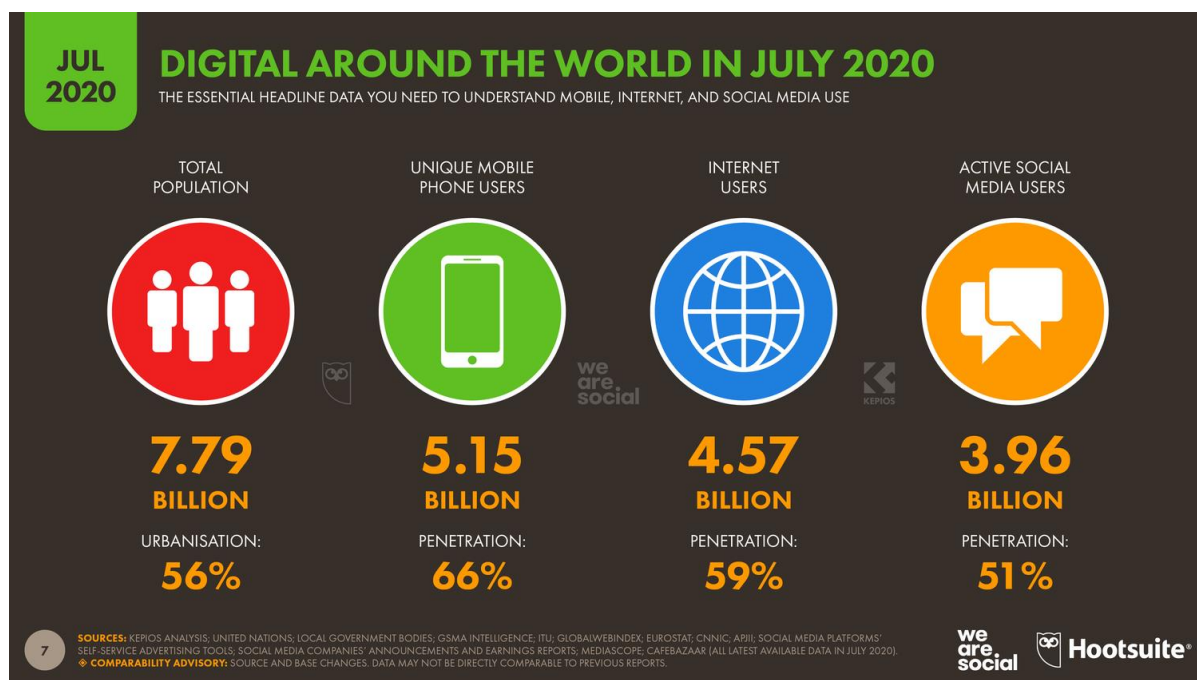
		1,2 мільйона \$ в акціях, вартість яких склала 45 мільйонів \$ [...]
24.	Серпень 2008	Співробітники приватно продають свої акції фірмам венчурного капіталу за оцінкою компанії від 3,75 до 5 млрд. \$. Facebook створює свою міжнародну штаб-квартиру в Дубліні, Ірландія
25.	Серпень 2009	Facebook придбав FriendFeed
26.	Вересень 2009	Facebook заявляє, що вперше перетворив грошовий потік на позитивний
27.	Лютий 2010	Facebook придбав малайзійський стартап Octazen Solutions, який імпортує контакти
28.	2 квітня, 2010	Facebook оголошує про придбання послуги обміну фотографіями Divvy-shot за нерозкриту суму
29.	19 квітня, 2010	Facebook представляє Community Pages. Це сторінки, які заповнюються статтями з Вікіпедії
30.	21 квітня, 2010	Facebook представляє миттєву персоналізацію, починаючи з Microsoft Docs, Yelp та Pandora
31.	Червень 2010	Співробітники Facebook продають акції компанії на SecondMarket за оцінкою компанії в 11,5 млрд. \$
32.	1 жовтня, 2010	Виходить фільм "Соціальна мережа" про зародження Facebook режисера Девіда Фінчера. Фільм має широке визнання критиків, а також комерційний успіх; однак Марк Цукерберг каже, що фільм є в основному неточним описом того, що сталося
33.	Січень 2011	У Facebook інвестують 500 мільйонів \$, що становить 1% від вартості компанії (вартість 50 мільярдів \$)
34.	Лютий 2011	Facebook додає опцію "громадянського союзу" для гей-партнерів

35.	Лютий 2011	Додаток і агрегатор вмісту Facebook Pixable підрахував, що до літа 2011 року Facebook розмістить 100 мільярдів фотографій
36.	Червень 2011	Facebook співпрацює зі Skype, щоб додати можливість відеочату
37.	Вересень 2011	Facebook співпрацює з Heroku для розробки додатку Facebook за допомогою платформи Facebook
38.	22 вересня, 2011	Facebook запускає новий графік інтерфейсу користувача в Конвенції F8
39.	10 жовтня, 2011	Facebook запускає додаток на iPad
40.	21 грудня, 2011	Зміни сторінки входу в Facebook через додавання часової шкали Facebook
41.	22 грудня, 2011	Facebook запускає свій новий користувальницький інтерфейс профілю, Facebook Timeline

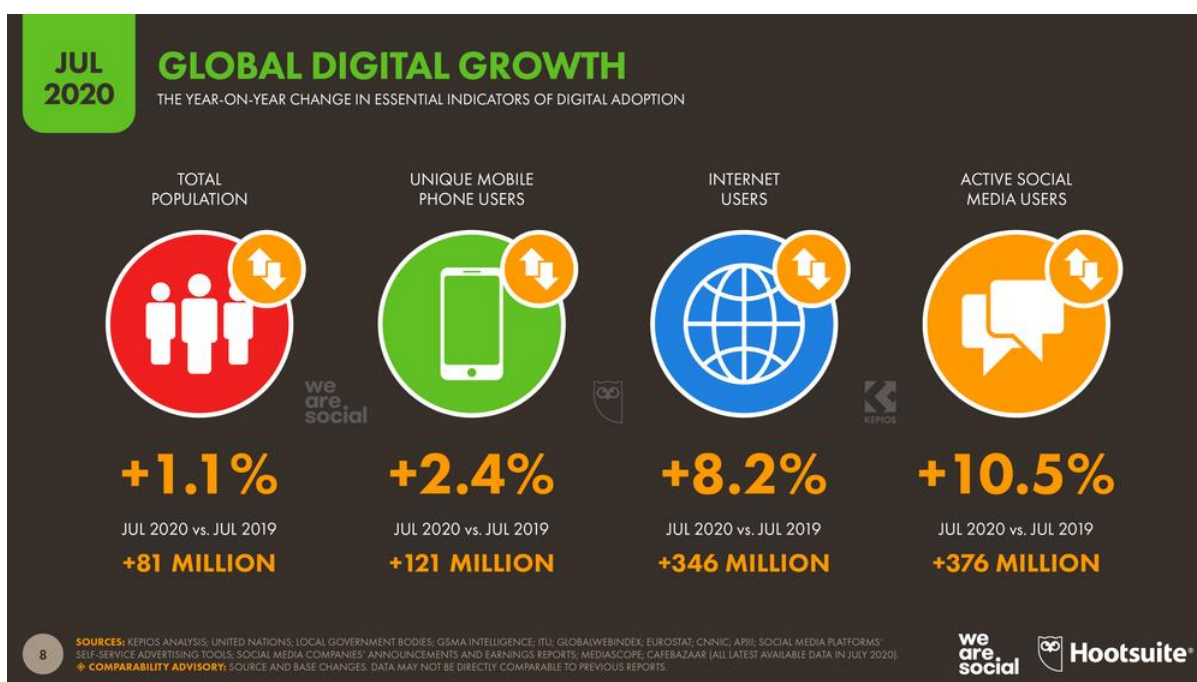
Додаток №6

Глобальна інтернет-статистика: Липень 2020 рік⁶

Основні дані використання мобільних пристроїв, Інтернету та соцмереж:

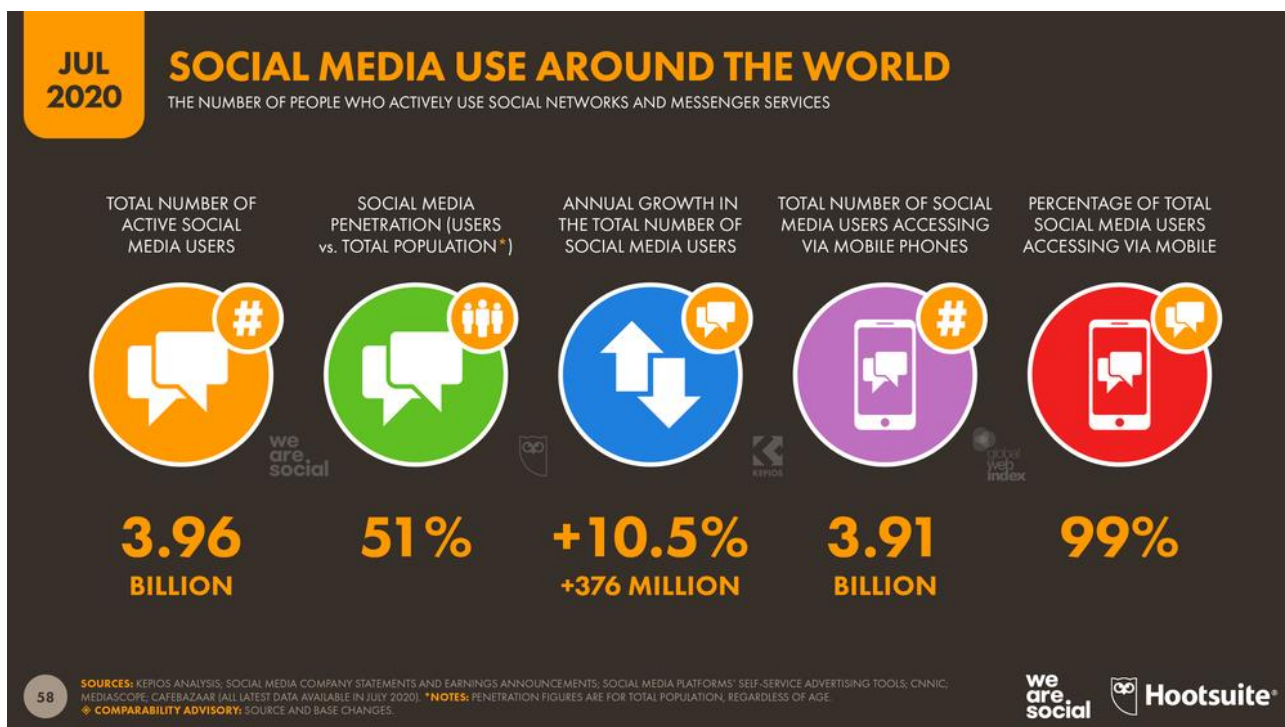


Річна зміна основних показників цифрового зростання:

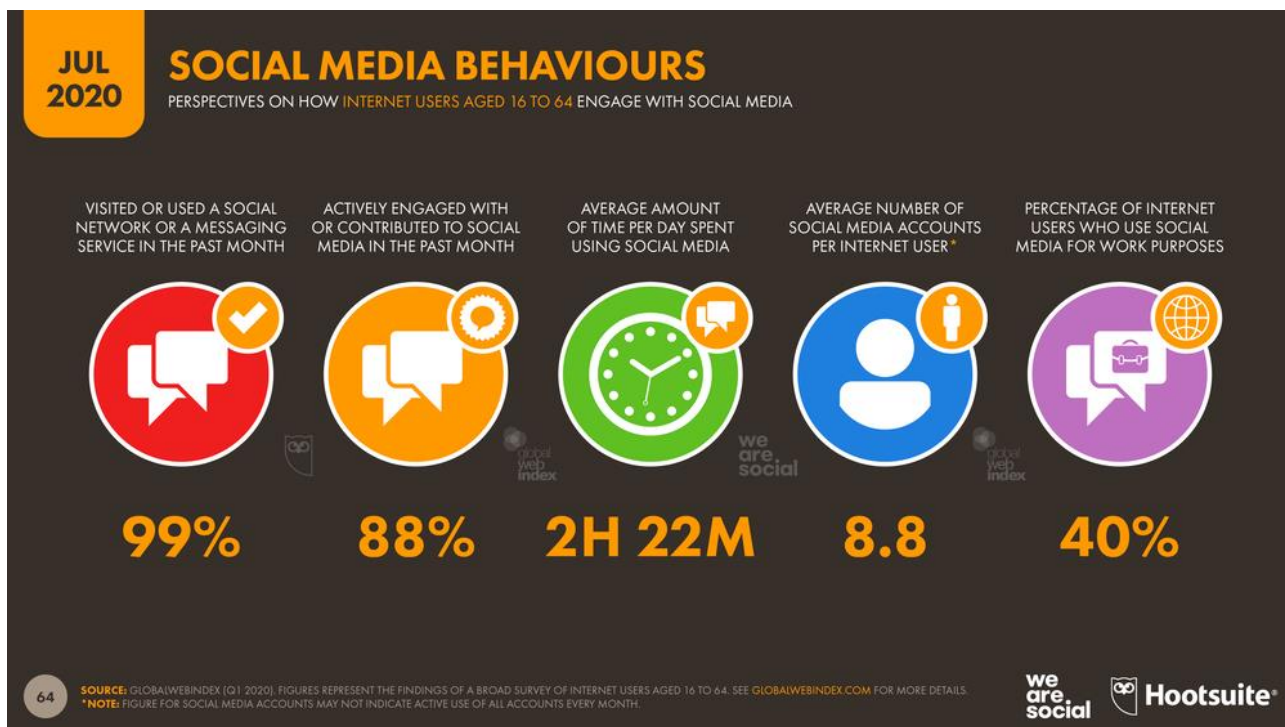


⁶ Див. Керр S. *More than half of the people on Earth now use social media.*

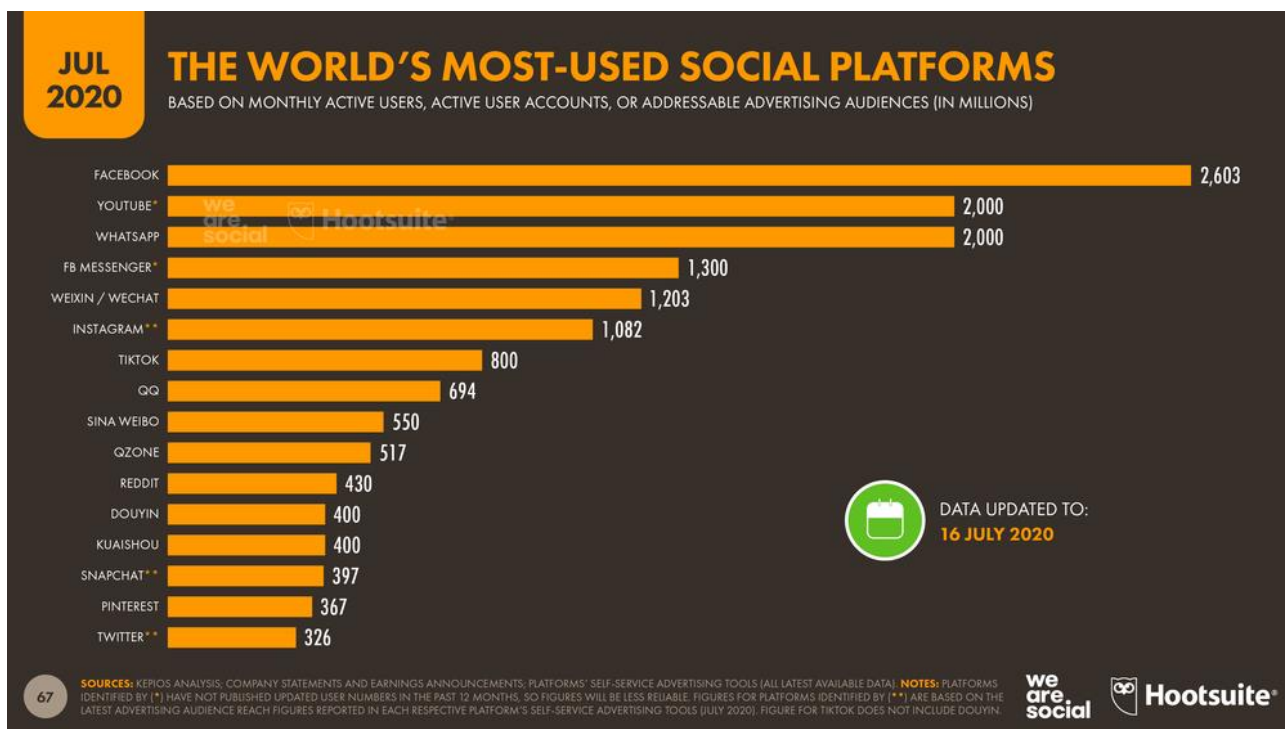
Кількість людей які активно використовують соцмережі та месенджери:



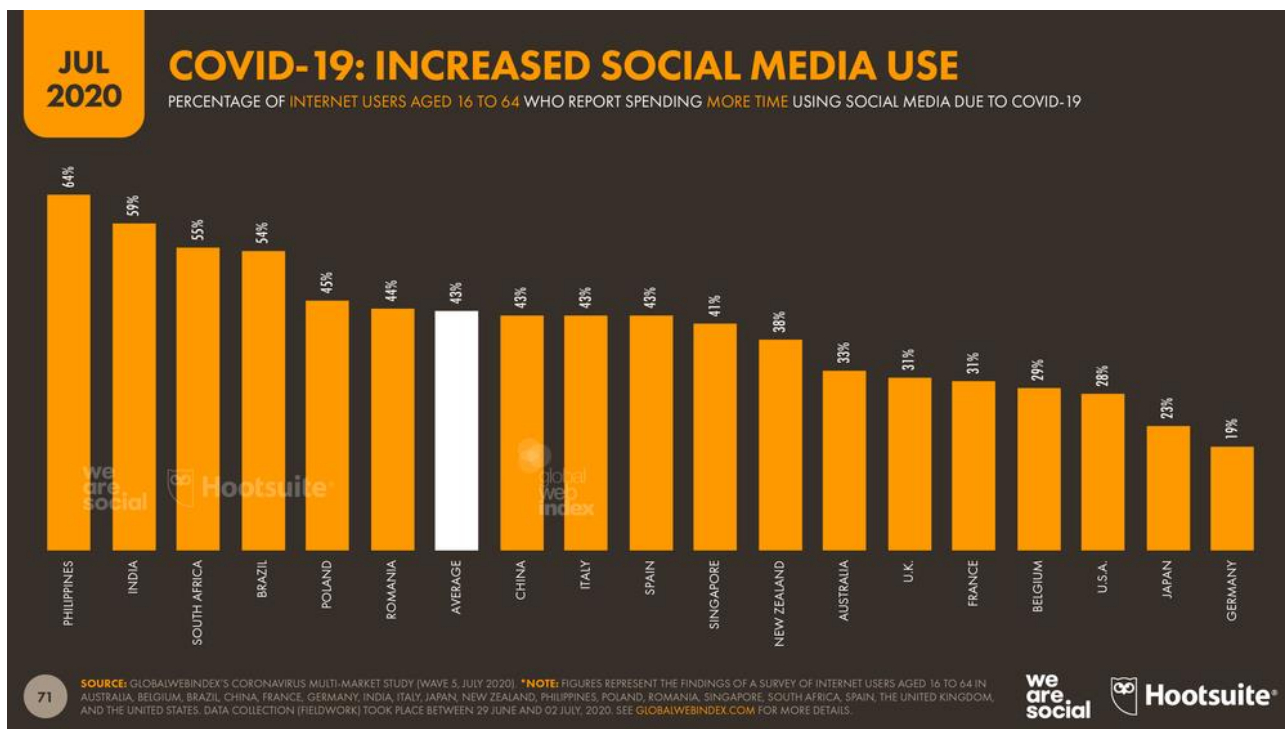
Взаємодія користувачів Інтернету віком від 16 до 64 років із соціальними мережами:



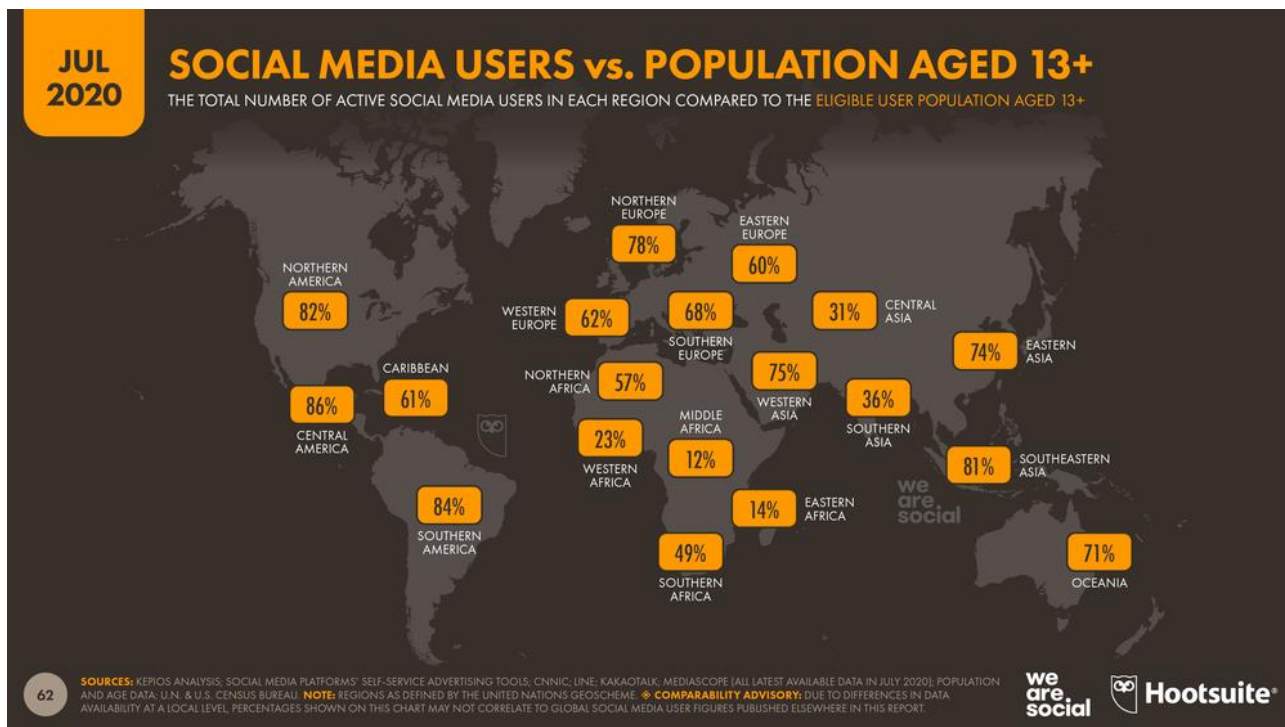
Найбільші соціальні мережі по кількості користувачів в світі:



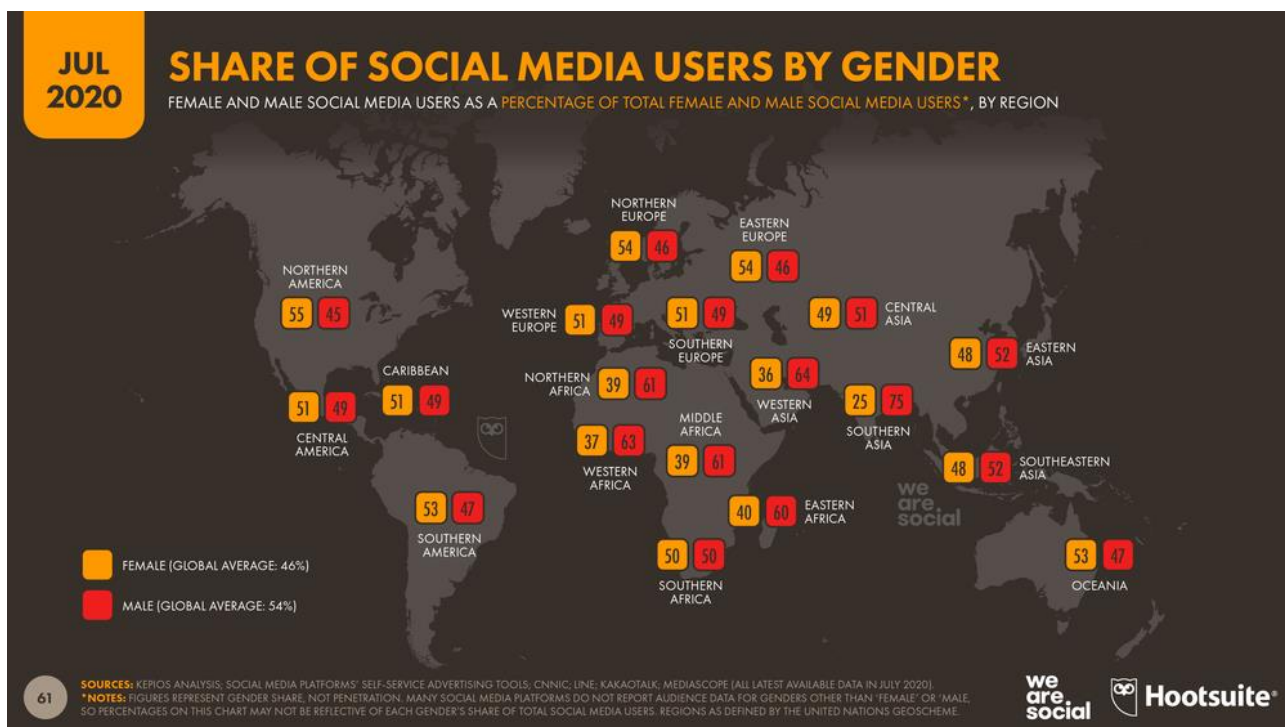
Відсоток Інтернет-користувачів які проводять більше часу у соцмережах в зв'язку із пандемією Covid-19:



Загальна кількість активних користувачів соцмереж у порівнянні із загальною кількістю населення в кожному регіоні світу:



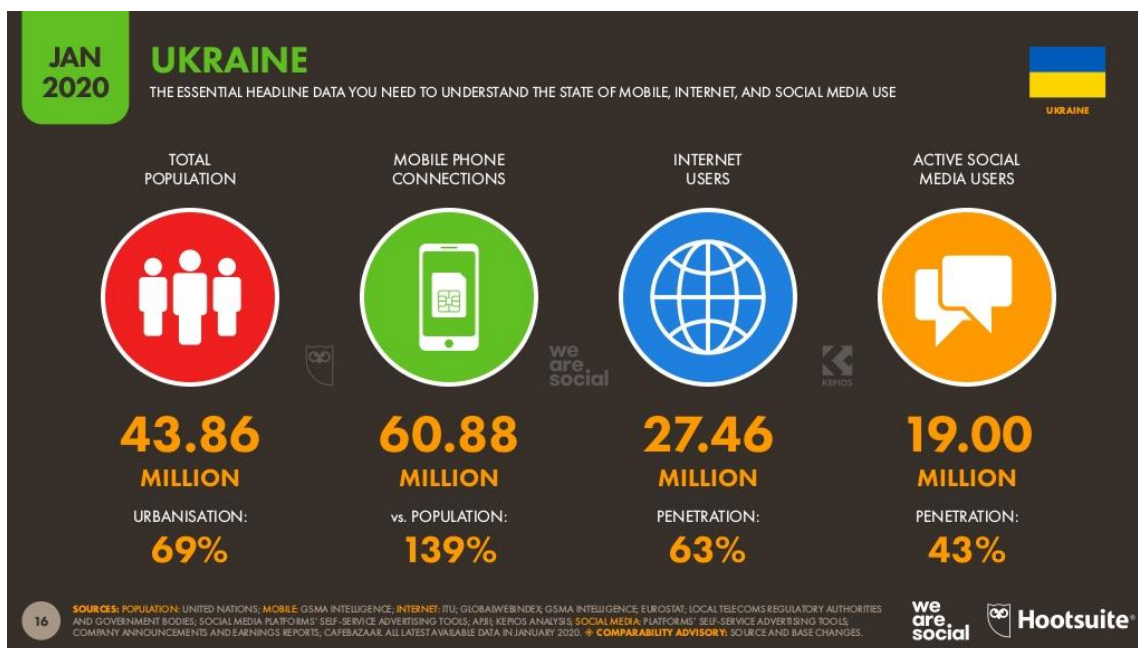
Відсоткове співвідношення присутності чоловіків і жінок в середовищі соцмереж в різних регіонах світу:



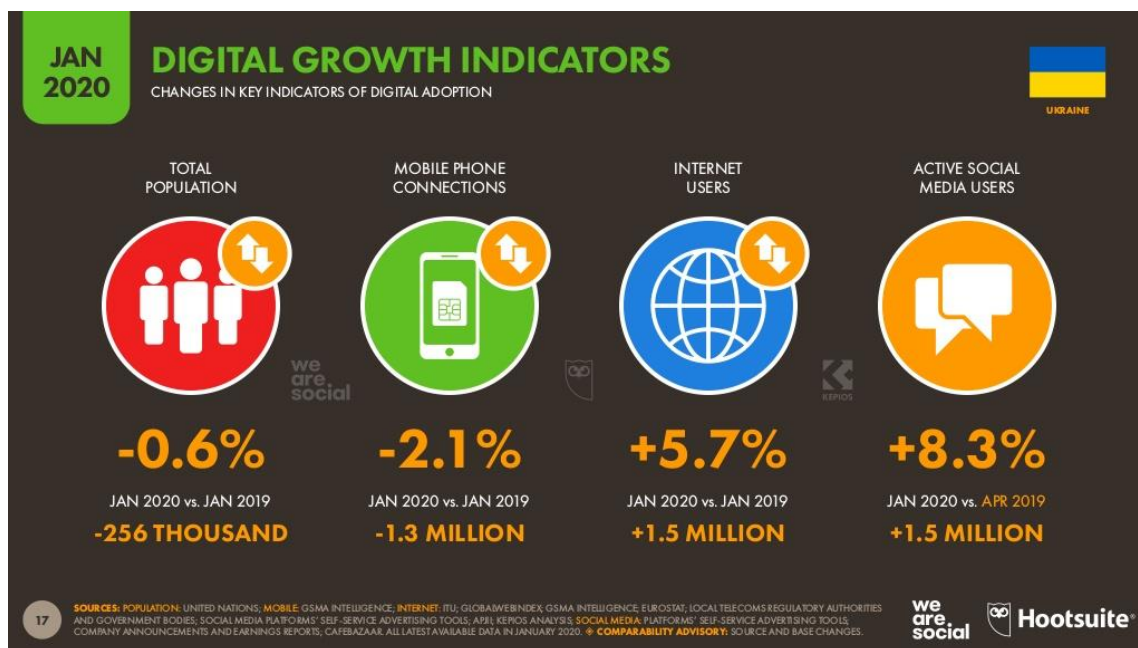
Додаток №7

Глобальна Інтернет-статистика: Україна 2020⁷

Основні дані використання мобільних пристроїв, Інтернету та соцмереж в Україні:

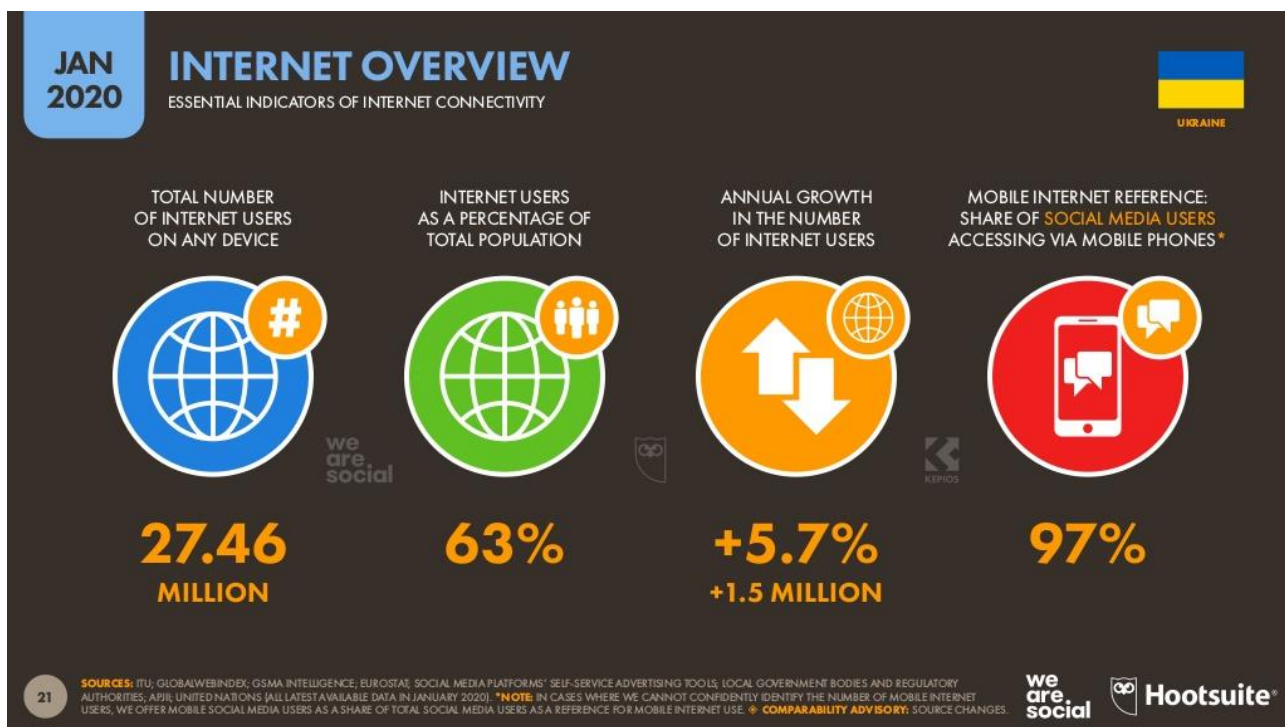


Річна зміна основних показників цифрового зростання в Україні:

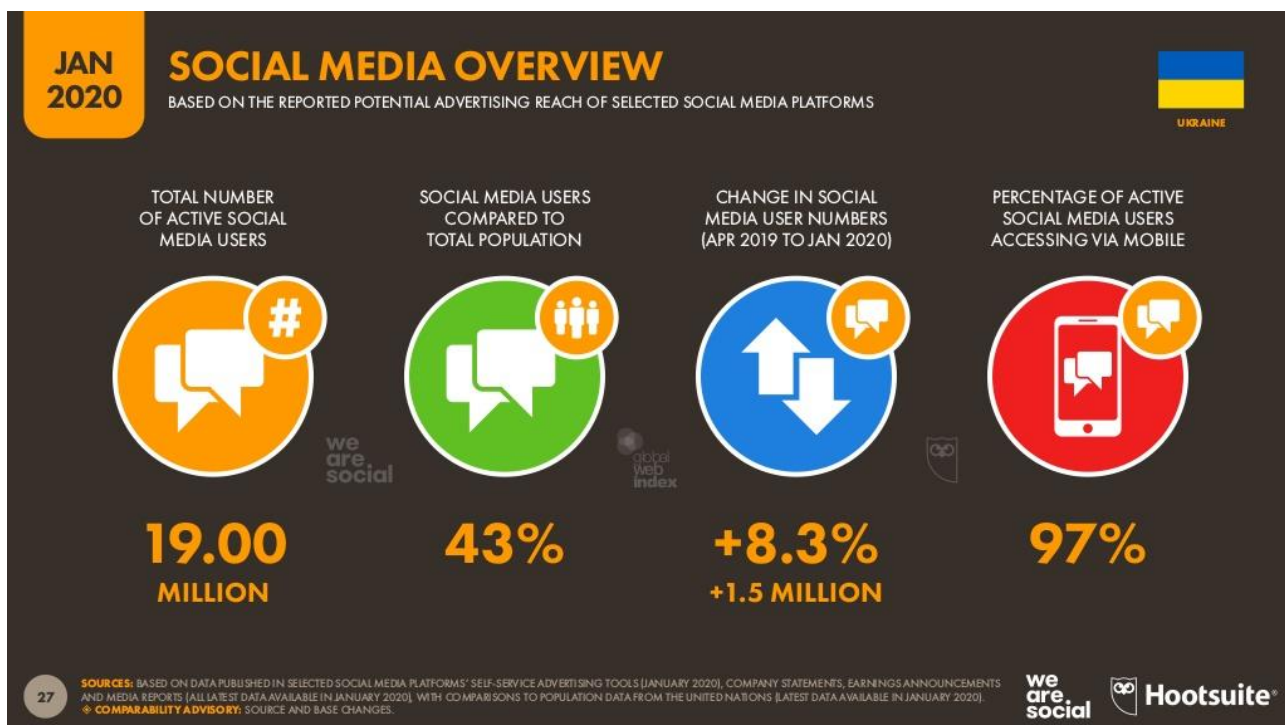


⁷ Див. КЕМП S. Digital 2020: Ukraine // datareportal.com (07.12.2020).

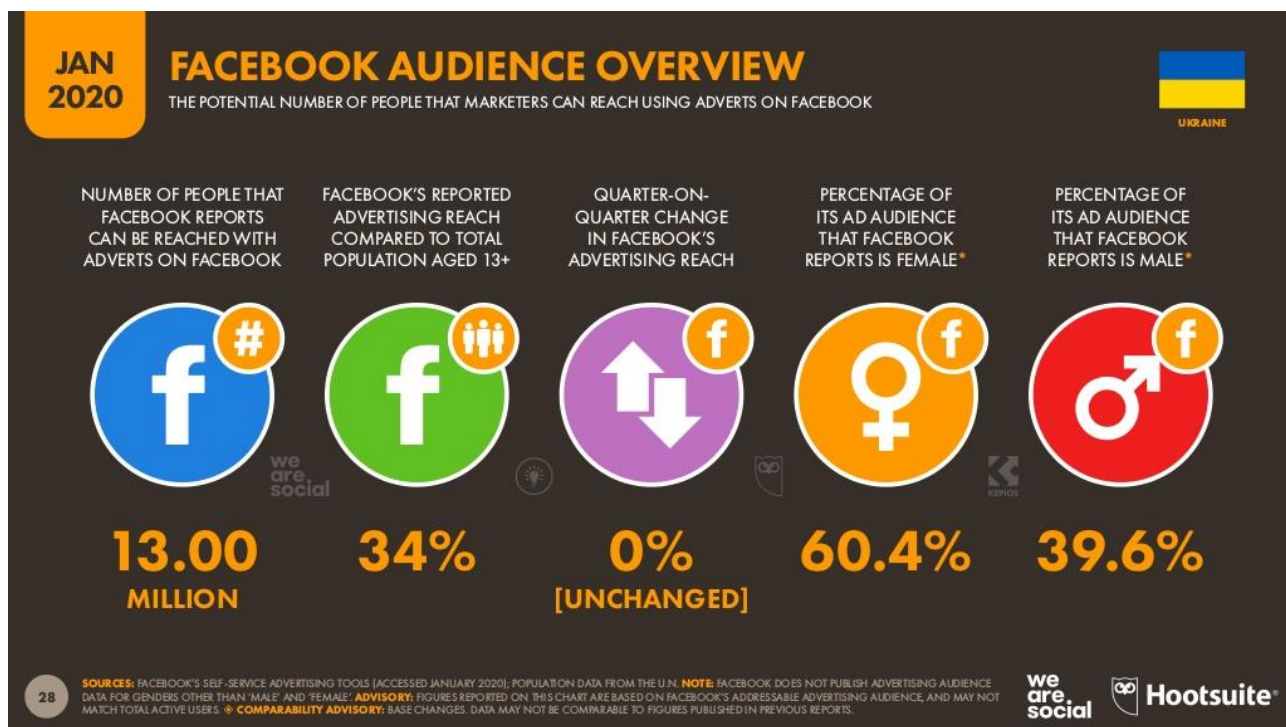
Основні показники інтернет-підключення в Україні:



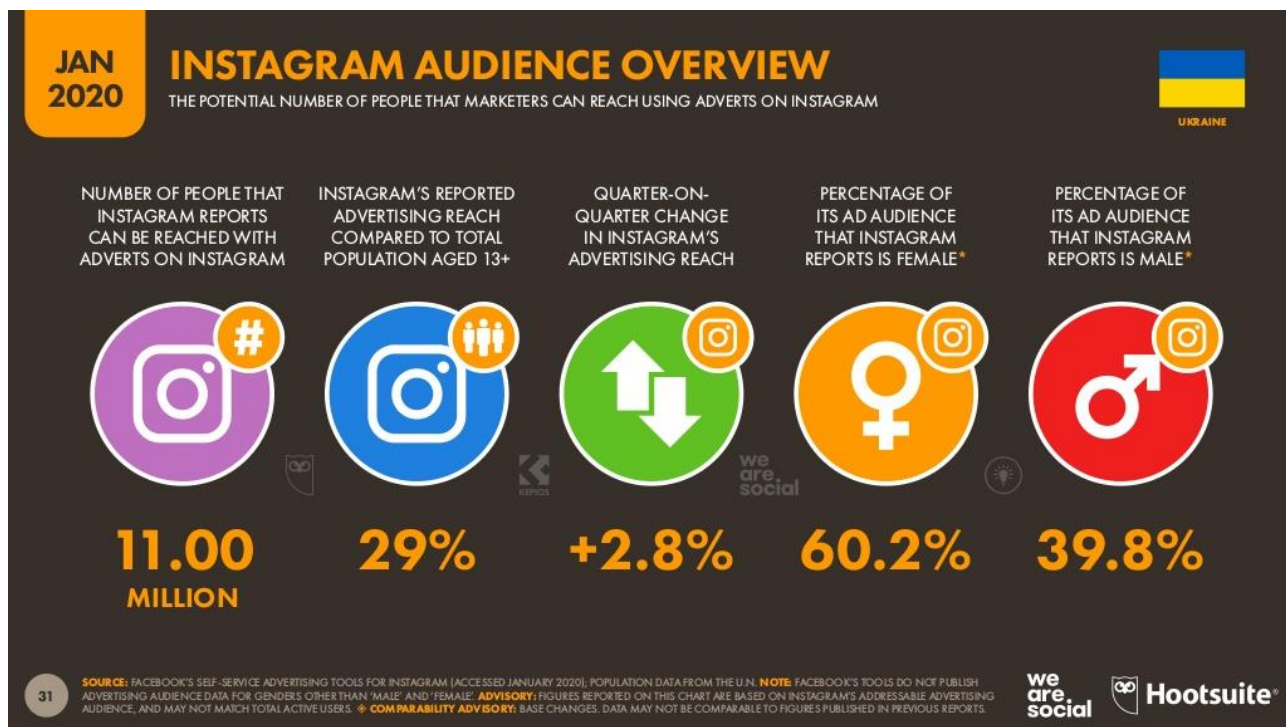
Кількість людей які активно використовують соцмережі в Україні:



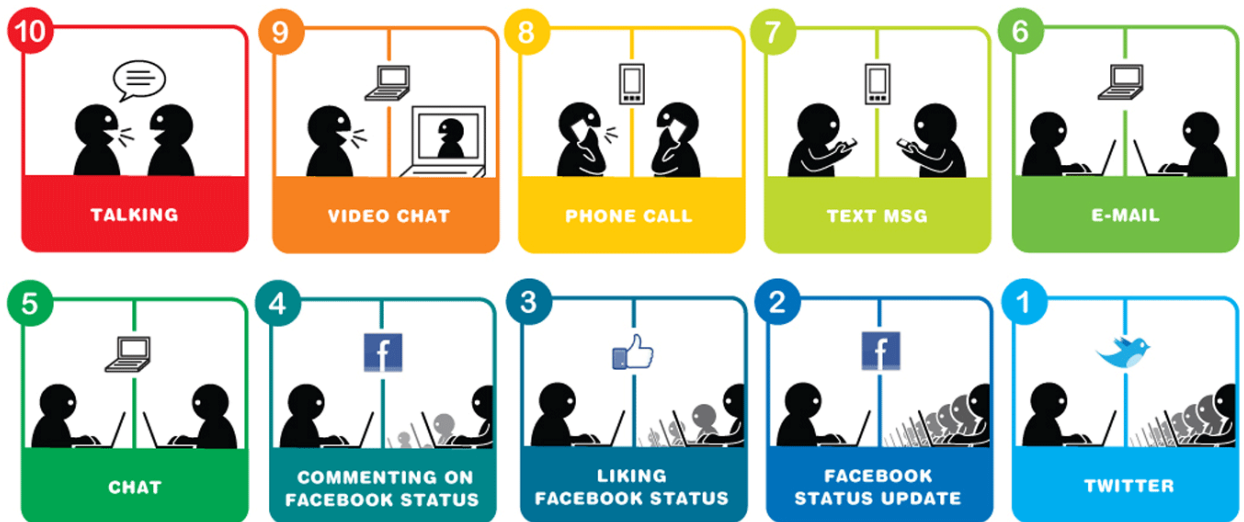
Кількість людей які активно користуються соцмережею Facebook в Україні:



Кількість людей які активно користуються соцмережею Instagram в Україні:



Додаток №8

10 рівнів інтимності у сучасному спілкуванні⁸**10 LEVELS OF INTIMACY
IN TODAY'S COMMUNICATION**

⁸ Abrahams A. *10 Levels of Intimacy in Today's Communication*.

Додаток №9

Emoji news quiz of the week⁹



NEWS

Home | Coronavirus | Video | World | UK | Business | Tech | Science | Stories | Entertainment & Arts | Health

Newsbeat

Emoji news quiz of the week, 17 July

17 July 2015



Top Stories

Johnson in Brussels for Brexit trade deal talks

The PM and EU chief Ursula von der Leyen go over the key differences standing in the way of a deal.

1 hour ago

Hunter Biden under investigation over his taxes

8 minutes ago

Major US lawsuits seek break up of Facebook

5 minutes ago

⁹ *Emoji news quiz of the week, 17 July* // bbc.com (02.11.2020).

*Додаток №10***Інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом**

м. Львів, Львівська духовна семінарія Святого Духа

11 листопада 2020 р.

Інтерв'юер – Роман Палюх

Оповідач – о. Ігор Яців, керівник Департаменту інформації Української Греко-Католицької Церкви

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р.П.

Церква – це передовсім спільнота, яка комунікує, яка перебуває у стосунку покликаному до зростання у любові. На Вашу думку, чи засоби масової інформації і середовище соціальних мереж зокрема сприяє цьому поступовому єднанню та зростанню спільноти у любові шляхом віртуального спілкування? Чи навпаки воно розділяє людей, роблячи їх самотніми серед людей?

о. І.Я.

Це давня дискусія в якій я також брав участь відстоюючи певні свої погляди. На локальному рівні це подібна за змістом дискусія: трансляція Літургії – це добре чи погано? Ми не говоримо про часи корона вірусу, ми говоримо про 5 років тому, бо була позиція і аргументація однієї сторони – священника, який розповідав, що це погано транслювати Літургію, бо людина тоді замість того щоб іти до церкви – сідає на дивані і буде молитися Службу Божу вдома і попивати собі каву. На мій погляд (і я його до сьогодні не змінив), ми маємо запропонувати

цю можливість. Є певні аудиторії, які цього потребують. Моя мама 20 років в Італії і вона не мала Служби Божої. Так було по-перше тому, що там взагалі не було парафії. По-друге, коли вже була парафія, жіночка, яку вона доглядає, не може бути в церкві. Вона з нею не може піти і сама не може піти, бо вона доглядає за нею. В неї вихідний день понеділок. Відповідно це не неділя, але сьогодні мама має планшет, має Інтернет – все, що на «живому», вона знає, поширює у фейсбуці, лайкає. Все, щоб я не опублікував, мама відразу від мене поширює цю інформації. Це є та одна група – ті, які просто реально не мають іншого шансу. Вони до церкви наживо не можуть прийти при всьому бажанні і при всій любові до реального богослужіння.

Є ще інша група – та, яка є неутверджена, яка і так не піде сьогодні до церкви, але вона, принаймні, матиме шанс трохи зазирнути через віртуальну мережу, а що там в церкві сьогодні було? Про що це сьогодні було євангеліє? Або просто можливість проповідь послухати. Наприклад жінка в неділю гуляє по дворі з песиком і слухає проповідь Блаженнішого. Ця жінка до церкви ніколи не ходила, а вона слухає проповідь Блаженнішого. Вона реально і так до церкви би не пішла, а так це дало їй нагоду принаймні послухати проповідь Глави нашої Церкви. Це не є те саме, що і Літургія, її ніщо не замінить ніколи. Це так як, наприклад, хто був у театрі наживо, то ніколи не задовольниться переглядом вистави по телебаченню. Тобто тих, які звикли ходити до церкви, то їх трансляція від церкви не віджене, не стане альтернативою, але є вона важливою для тих, хто взагалі не має можливості прийти і є вона важлива для тих, хто поки що не ходить.

Тому вертаючись до ширшого контексту питання, сучасні засоби комунікації, як і колишні засоби комунікації – є тільки нагодою для Церкви. Тобто можна було б поставити питання: чи слід було використовувати колись Церкві радіо, телебачення чи газети, якщо достатньо є лише проповіді? Якщо є проповідь, то навіщо парафіяльні газети, вісники, інформаційні бюлетні? Йдеться про те, що сучасні методи комунікації є для Церкви нагодою і Церква має усі можливі чесні і моральні нагоди ці засоби використовувати для проповіді

євангелії. Звичайно, що не можна замінити реального життя Церкви на віртуальне. Не можна священнику служити Літургію на телефон вдома перед столом і транслювати це. Однак, особливо в часі карантину, з'явилася можливість організувати онлайн катехитичні школи для дітей зі всього світу, які, можливо, навіть якби і не було корона вірусу, не мали б шансу на таку якісну, доступну і цікаву катехизацію з візуалізацією, з пісеньками тощо. Діти через такого роду катехизацію не випадають з парафії, а навпаки її доповнюють, беручи активні участь в житті парафії. Наприклад останнім часом відбувається онлайн-молитва вервиці, яка реально єднає людей з цілого. Уявити собі таку молитву людей з різних куточків світу ще пів року тому було б неможливо. Чи онлайн-фестиваль «Вітер На-Дії», який охоплював молодь не тільки з України. Все відбувалося онлайн, вони мали майданчики в різних країнах світу і це об'єдналося в один фестиваль. Можливо цей онлайн фестиваль мав певні відмінності і слабкі місця, відносно реального фестивалю, але він відбувся і він дав нову дійсність. Під час цієї події молодь з цілого світу мала можливість наживо поставити питання Блаженнішому Святославу. До цього така нагода була тільки в Зарваниці під час прощі. Ці речі почали існувати тепер і це є певна відповідь на роздуми і пошуки того, як це можна було зробити колись. Тому я б сказав, що це є нагода і ми маємо це використовувати. Вона не замінить реального життя і не потрібно хотіти замінити реальне життя, але вона одна одну доповняє. Віртуальна дійсність може заповнити ці часові прогалини коли ми не можемо бути разом зібрані в продовж тижня. Ми не можемо кожного дня приходити на молитву вервиці до парафії, бо в кожного робота чи навчання, але якщо це віртуально далі триватиме, а воно триватиме поки ми живемо, то, відповідно, воно створює цю нагоду. У неділю людина піде до церкви і там помолиться Службу Божу, і вервицю, і візьме участь у молодіжній спільноті чи участь у читанні Святого Письма, чи щось інше. Це не заміняє, але воно дає нам можливість, утримує певне інформаційне поле. Людина реально не мусить про Бога згадувати тільки в неділю, а впродовж тижня, впродовж кожного дня в людини є пропозиція. Зранку, для прикладу, Служба Божа транслюється.

Людина, з одного боку, не мусить її дивитися, бо може піти перед роботою на ранкову Службу Божу на своїй парафії, але якщо не має такої можливості, а хотілося б, то можна ввімкнути і подивитися цілу трансляцію чи фрагменти і йти до своїх справ. Як пропозицію, Церква повинна її створювати, а користувач уже вирішує – чи йому сьогодні це потрібно. Блаженніший Святослав такого інтенсивного спілкування з єпископами чи зі священниками не мав раніше. Зараз, у період корона вірусу, такі можливості є, оскільки з'явилося розуміння, що в ZOOMі також можна робити важливі речі: зустрічі, робочі наради, за допомогою яких можна вирішувати багато справ не витрачаючи час на відрядження тощо. І ці речі залишаться в реальному житті і далі, хоч і закінчиться корона вірус, бо він показав оцю можливість, доповнив нам можливості оперативного рішення і ефективної взаємодії для продуктивних результатів. Церква повинна завжди дивитися яким інструментом, якою нагодою скористатися щоб пропонувати євангельські цінності. Все, що моральне, Церква повинна використовувати для проповіді.

Р.П.

Дякую. У недавньому своєму інтерв'ю Блаженніший Святослав зауважив наступне: «Ми можемо спілкуватися онлайн, але ми не можемо виховувати онлайн або любити онлайн. Віртуальне спілкування завжди є обмеженим, оскільки воно не здатне охопити всю палітру людських стосунків». Яким чином, на Вашу думку, Церква може допомогти людині усвідомити де є та межа стосунків онлайн? Тут радше відіграє велику роль особистий приклад чи все ж це завдання покладається на інформаційні інституції Церкви?

о. І.Я.

Сьогодні є той час коли існує віртуалізація людських стосунків – це коли є нагода живого спілкування, але немає зацікавлення, коли живе спілкування недооцінюється, а все переноситься у віртуальний простір. З однієї сторони таке спілкування зручне – ти не мусиш чемно сидіти чи гарно вбиратися коли ти розмовляєш зі своїм керівником. Ти можеш бути в тапках і спілкуватися про

важливі робочі справи. І це ніби дає таку нагоду зручності, але жива зустріч ніколи не буде замінена. Щодо встановлення межі, то потрібно багато говорити і пропонувати нагоди для живої зустрічі. Сьогодні корона вірус підсилив віртуалізацію стосунків. Вони так чи інакше мали цю тенденцію. Живі стосунки стали непотрібними або епізодичними, а у віртуальних мережах можна бути анонімними і бруд лити один на одного. Однак в реальному житті потрібно себе ідентифікувати – хто ти, з ким ти розмовляєш, як ти розмовляєш. Щоб повернути живе спілкування потрібно лідера, який би ініціював живу зустріч коли будуть дозволяти умови. Потрібно тим, які ще не знають смаку живого спілкування – дати їм його засмакувати. Це можливо через просвітницький елемент, але більш важливим є практичний елемент – тобто збирати, пропонувати, ініціювати. Сьогодні може бути 5 людей, а завтра більше і кожен буде дякувати, що його покликали. Це щось подібно, знову ж таки, до живої участі в театральній виставі.

Р.П.

Дякую. Зважаючи на ті виклики, які зараз стоять перед нами: коли ми не маємо змоги часто разом збиратись однією парафіяльною спільнотою, то спілкування у середовищі віртуальних мереж стає тоді непоганою альтернативою. Однак які, на Вашу думку, критерії визначають формування стратегії цієї комунікації? Чим має керуватися священник щоб ця комунікація дійсно була спільнотним спілкуванням у середовищі соцмереж, а не лише формою інформування людей?

о. І.Я.

Саме слово комунікація – це участь двох. Якщо ми зацікавлені в створюванні майданчиків для віртуальної комунікації, то потрібно дати можливість тим, хто зустрівся, комунікувати. Комунікація не повинна бути як катехизація: тобто коли тільки один щось говорить. Комунікація найперше – це нагода для спілкування. Ми ініціювали певну онлайн-зустріч, але ми внутрішньо даємо простір ініціатив для змісту самої зустрічі. Якщо ти хочеш створювати і дбати про внутрішню комунікацію твоєї молодіжної або дорослої спільноти, або парафії, то твої

ініціативи повинні передбачати зворотній зв'язок – тобто коли немає односторонньої комунікації, а є різні комунікатори і кожен з них має нагоду щось говорити, пропонувати і слухати. Ключовим є зворотній зв'язок. Наприклад, на парафіяльній зустрічі виклад богословської теми готує парафіянин, а священник через свою присутність є індикатором відсутності єресей і для того щоб сказати вступне слово. Це саме стосується біблійних читань: де священник є учасником, де дає можливість іншим бути лідером. Якщо такі зустрічі, які колись були реальністю, перенести у віртуальність, то сама реальність від того не постраждає, а відновиться можливість знову зібратися разом і всі поспішать бути разом, бо заповниться ця прогалина коли не можна бути разом. Це є ті ініціативи, які будуть давати можливість учасникам тих ініціатив комунікувати, не бути тільки споживачами односторонньої інформації, як на дошці оголошень, а будуть мати можливість говорити, пропонувати, ділитися і навіть навчати.

Р.П.

Дякую, отче.

*Додаток №11***Інтерв'ю з п. Оленою Кулигіною**

18 листопада 2020 р.

Інтерв'юер – Роман Палюх

Оповідач – п. Олена Кулигіна, керівник магістерської програми з медіакомунікацій Українського Католицького Університету

Zoom-конференція

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р.П.

п. Олено, наскільки важливо, на Вашу думку, Церкві сьогодні бути присутньою у середовищі соцмереж? Що це їй, як інституції, дає? Які перспективи і водночас небезпеки воно перед нею відкриває?

п. О.К.

Я б це не назвала можливістю, а я б це назвала радше необхідністю. Це навіть не питання вибору, а це питання присутності в житті людей. Якщо Церква обирає бути присутньою в житті людей, то в неї просто нема альтернативи окрім того як бути присутнім в соціальних медіа. Це питання того, як змінюється взагалі інформаційний світ, контекст споживання інформації, те, як люди взагалі взаємодіють з інформацією, як отримують інформацію і в тому числі інформацію про релігійне життя і про Церкву зокрема.

Р.П.

Дякую. Зважаючи на ті виклики, які зараз стоять перед нами коли ми не маємо змоги часто разом збиратись однією парафіяльною спільнотою, то спілкування у середовищі віртуальних мереж стає тоді непоганою альтернативою. Однак які, на Вашу думку, критерії визначають формування стратегії цієї комунікації? Чим має керуватися священник щоб ця комунікація дійсно була спільнотним спілкуванням у середовищі соцмереж, а не лише формою інформування людей?

п. О.К.

Тут завжди варто розпочинати із питання: яка ціль? Для того щоб відповісти як бути присутнім і які найбільш ефективні інструменти застосовувати. Тобто, питати себе: яка ціль, якої мети ми хочемо досягнути завдяки використанню того чи іншого інструменту? В тому числі коли ми говоримо про соціальні медіа, то тут завжди в конкретній церковній структурі: парафії чи іншій інституції треба ставити конкретне питання: з якою метою ви хочете бути присутніми в соціальних медіа? Для прикладу: чи це робота з нашими парафіянами, чи це вплив на аудиторії зовнішніх стейкхолдерів, чи це співпраця в міжконфесійному діалозі, чи це співпраця між Церквою і державою тощо. Тобто коли ми правильно виставляємо цілі – ми правильно можемо визначати: як саме ми цих цілей досягаємо. Тобто чи ми комунікуємо через Facebook, Instagram, Telegram канали чи через інші якісь засоби і відповідно до цього ми також добираєм той чи інший контент. А говорити про правильний контент неможливо поки ми не поставили конкретних завдань, які б допомогли нам досягти тієї мети яку ми собі поставили. Тобто спершу йде правильна постановка цілей, а після неї вже йдуть інструменти.

Р.П.

**Як тоді Церква може себе реалізувати, як спільнота, в онлайн середовищі?
Це можливо чи ні?**

п. О.К.

Завжди офлайн контакт є кращий аніж онлайн. Особливо якщо ми говоримо про середовище Церкви. Однак не завжди всі люди в силу тих чи інших життєвих обставин мають змогу бути присутніми в офлайн комунікації. Тому тут онлайн комунікація є певним додатковим фактором подальшої розбудови спільноти або це може бути хорошим інструментом поглиблення християнської віри, діалогу, взаємодії – того, що ми робимо поза літургійним життям. Це також є можливість формувати окремі парафіяльні групки друзів чи однодумців, що допомагає нам зберігати єдність, бути спільним простором, середовищем де ми знаходимо підтримку, допомогу, де ми можемо поділитись своїми потребами, болями, проблемами, провести молитву врешті решт – тобто все це може закривати онлайн формат. І добре коли Церква пропонує такі можливості, бо в час такої кризи, емоційної кризи, духовної кризи – люди всеодно потребують спілкування, люди потребують взаємодії так чи інакше. Інтернет пропонує безліч можливостей для цього. Якщо Церква інколи не пропонує себе в цьому «кошику» різних можливостей, то цю нішу може зайняти хтось інший: інше середовище, інші проповідники, інші душпастирі. Відповідно якщо цей простір і якщо це місце в потребах, в інтересах, в розкладі людей не займає парафіяльна спільнота, то всеодно це місце буде зайняте кимось іншим: фільмами, комп'ютерними іграми, чатами, форумами – тим, що не завжди людині приносить об'єктивну користь. Тому тут в онлайн просторі все-таки триває боротьба за людину, за її час, за її інтереси. І абсолютно нормально і правильно коли Церква є в цій конкурентній боротьбі. Інструменти для цього в нас точно є. Нам слід лише правильно ними вміти користуватися.

Р.П.

Дякую. Сьогодні середовище соцмереж стало активним полем боротьби за увагу людини. Через фреймінг, поширення фейків, різноманітні маніпуляції, використання ботоферм та тролів віртуальне спілкування стає інструментом для суспільного поділу та маніпуляцій, коли людей закривають в їхніх власних інформаційних бульбашках. Це у свою чергу дає

можливість для впливу на окремі суспільні групи, на ширення ворожості та негативу. Люди відчують брак довіри та порозуміння, брак зрілого діалогу який провадить до єднання. Як, на Вашу думку, людині знайти вихід із цієї ситуації? Як Церква і церковні медіа зокрема можуть допомогти їй у цьому?

п. О.К.

Насправді це дуже складне питання тому, що воно входить в кілька сфер: психологія, комунікації, поведінкова наука тощо. І інформацію з цих сфер зараз активно використовує політикум, сфера бізнесу, маркетингові компанії тощо. Однак середовище Церкви не застосовує ці дані. Якщо Церква не використовує ці технології, то опоненти Церкви точно їх використовують. І як мінімум для того щоб допомогти людям ми (Церква) маємо самі розумітися на них. Тому медіаграмотність є надзвичайно важлива частина для священнослужителів, для мирян які працюють в різних Церковних структурах, які генерують контент, створюють якусь інформацію тощо. Дуже часто навіть в християнських пабліках чи на сторінках священників можна побачити певну пропаганду як відповідь на антиклрикальну чи атеїстичну пропаганду. Тобто ми намагаємось користуватись тими самими методами, але проблема є інша: у нас нема такої глибини знань технологій, які використовують проти нас. І відповідно на цьому технологічному рівні ми часто програємо. Тому що проти нас християн часто використовуються професійні інструменти пропаганда, лобювання, адвокації чи інші комунікаційні ділянки. Натомість Церква намагається реагувати на різноманітні закиди доволі простими технічними засобами (заклики, заборони тощо). І не завжди воно є добре навіть з точки зору риторики, оскільки в більшості випадків це є лише намагання на емоційному, а не конструктивному підґрунті захистити свої переконання з боку окремих осіб. І такий спосіб комунікації, на жаль, не працює або працює для дуже вузького сегменту аудиторії. Для прикладу це можна простежити на таких кейсах як: гендерна ідеологія, тема абортів тощо – коли воно масово нав'язується з боку світських медіа чи лідерів суспільної

думки, то це йде на широку аудиторію. Коли ми відповідаємо – ми відповідаємо нашими вузькими, християнськими каналами, бо ми не доходимо до рівня медіа наших опонентів в яких цей дискурс обговорюється. І якщо навести простий приклад як воно виглядає, то це як «навертати наверненого». Тобто ми поширюємо інформацію про гендер чи аборти серед практикуючих християн для яких ця тема не аплікується в їхньому особистому житті. Ми інформацію скеровуємо не на ту цільову аудиторію. Відповідно для того щоб бути ефективними в протидії негативним тенденціям, фейкам, маніпуляціям тощо – найперше самим треба знати всі ці теорії, методології для того щоб себе, як священників, як представників Церкви, як працівників структур захистити від цього. Відповідно якщо ми можемо захистити себе – тоді ми можемо навчити інших чинити так само як ми. Тоді ми можемо бути обізнаними з правильними, етичними інструментами комунікації щоб завдяки цьому захистити інших.

Р.П.

Як, на Вашу думку, тоді мало б відбуватись медіавиховання в середовищі Церкви?

п. О.К.

Мені здається, що це насправді дуже важливе питання, бо якщо говорити про стратегію в такому правильному ключі, то стратегія – це є спосіб передбачити тенденції і загрози які нас чекають через рік, через два, через три, через п'ять тощо. Для прикладу кризові комунікації. Готуватись до кризових ситуацій та вивчати кризові комунікації сьогодні для священників, для журналістів, для мирян, які є працівниками прес-служб – це є стратегічно важливе питання. Тому, що те, що зараз переживає Польща і те, що за декілька років прийде до нас – це можна передбачити, все до того йде, всі сигнали говорять про те, що це до нас йде. Але нажаль поки це не станеться – ми, здебільшого, не готуємось до цього. Ми усвідомлюємо те, що авторитет Церкви падає і буде продовжувати падати в зв'язку із секуляризацією і з іншими чинниками. Однак ми це можемо попередити якщо будемо активно присутні у житті людини, зокрема молоді

людини і робитимемо ефективною її формацію та євангелізацію шляхом використання новітніх технологій, інструментів, нових каналів, нової мови комунікації, інакших способів взаємодії тощо. Якщо ми хочемо щоб через 5-10 років в нас на парафіях були люди які можуть фінансово утримувати свою парафію, то зараз слід працювати дуже багато і стратегічно з дітьми. А переважно ми працюємо лише з перспективи 2-3 місяців, а не років. Відповідно першою такою моєю порадою як ми можемо стати успішними в цьому: дивитись на виклики які перед нами постають, читаючи статистику, аналітику тощо. Тобто коли ми бачимо дослідження цінностей українців, як змінюються ці цінності впродовж останніх 5-ти років – ми можемо спрогнозувати як вони будуть змінюватись ще через 5 років. Який вплив в цьому має телебачення, Інтернет або інші канали комунікації. Відповідно як ми маємо ці дані, то згодом ми можемо використати їх для побудови успішної стратегії комунікації щоб протидіяти цьому і контролювати щоб цю стратегію втілити в життя.

Р.П.

Питання таргетингу. Сьогодні його активно використовують у соцмережах різноманітні рекламодавці. Однак все більше в епоху віртуального спілкування він стає інструментом для суспільного поділу про який ми щойно з Вами говорили. На скільки, на Вашу думку, можливо/неможливо, етично/неетично Церкві використовувати цей інструмент у побудові своєї комунікації? У яких моментах це є допустимо, а у яких ні?

п. О.К.

Я тут не бачу жодного конфлікту з етикою. Якщо ми тут говоримо про доступну публічну інформацію, то я в цьому не вбачаю жодних проблем. Для прикладу Facebook чи Instagram дає нам інформацію яка дозволяє таргетувати рекламу по віку, по географії, по інших якихось показниках. Тому нема нічого неетичного якщо зробити рекламу для прикладу про подію у Тернополі і таргетувати її для жителів цього міста з метою щоб заощаджувати бюджетні кошти. Тобто коли ми говоримо про рекламу і таргетинг – це є платні послуги які Facebook надає своїм

користувачам і все це є публічно та легально. По відношенні до споживачів інформації це є також коректно. Для прикладу я люблю рекламу, яка є на мене таргетована, оскільки вона є для мене релевантна. Якщо мені пропонують те, що не відповідає моїм інтересам, то це не питання таргетингу, а питання некоректного таргетингу. Ми говоримо, для прикладу, що наша аудиторія це молодь. І всі наші проекти, заходи, різноманітні служіння є для молоді до 23-ох років, то нема нічого поганого в тому, що ми таргетуємо цю інформацію по віковому сегменту. Єдине якщо ми будемо враховувати тільки цей сегмент, а не будемо враховувати інтереси чи релігійні погляди цих молодих осіб, то ми можемо надіслати цю рекламу людям приналежним до інших деномінацій чи конфесій яким ця інформація не буде актуальна. Тобто ці алгоритми якщо ними мудро, правильно і етично користуватись, то вони не шкодять, а навпаки допомагають економити кошти і правильно доносити потрібну інформацію тим людям які цієї інформації чекають.

Р.П.

Дякую. У недавньому своєму інтерв'ю Блаженніший Святослав зауважив, що “Ми можемо спілкуватися онлайн, але ми не можемо виховувати онлайн або любити онлайн. Віртуальне спілкування завжди є обмеженим, оскільки воно не здатне охопити всю палітру людських стосунків”. Яким чином, на вашу думку людина може усвідомити де є та межа стосунків онлайн? Тут радше відіграє велику роль особистий приклад, чи все ж це завдання покладається на інформаційні інституції Церкви?

п. О.К.

Я думаю, що цю тезу я б розглядала не так однозначно. Мабуть її в ширшому контексті варто усвідомлювати, бо проявляти свою любов в онлайн можна багатьма способами. Ясно, що ми любимо когось де б ми не були і онлайн треба трактувати, як один з багатьох різних інструментів, як я можу свою любов або якісь інші турботи проявляти. Для прикладу я можу своїм родичам записати відео тому, що вони живуть за тисячу кілометрів – це для них буде вияв моєї

любові. Це не є сама любов, це є знак і можливість її показати найбільш доступним способом. Тобто потрібно розуміти, що інструменти – це просто інструменти і інструменти онлайн – це також лише інструменти які десь мають можливість підкреслити ті наші внутрішні стани, які в нас є. Друга річ, що дбати про своє ставлення до себе, про своє ставлення до людей, до світу – це особиста відповідальність та духовна робота кожної людини. Тут знову ж таки онлайн може допомогти якщо там є якісь тексти, проповіді, інші надихаючі речі, які допомагають нам це в собі розвивати і виховувати. Тому, що не завжди навіть в умовах пандемії в мене є можливість розмовляти із своїм духівником офлайн чи ходити на каву із своїми друзями тоді ми робимо це в онлайн просторі. Тому я не бачу тут суперечностей. Важливо просто правильно трактувати ці інструменти.

Р.П.

Однак якщо власне говорити про межу, то, на Вашу думку, як ми можемо визначити, що можна робити онлайн, а коли варто певні речі реалізовувати у реальному спілкуванні?

п. О.К.

На мою думку, тут ще багато залежить від поколінь людей тому, що різні покоління по-різному зчитують інформацію, використовують різні канали комунікації, по-різному до них ставляться. Коли дворічна дитина вміє краще користуватись сервісом *Youtube* ніж її бабця, то тут просто є розуміння того, що вони інакше зчитують рекламу, інші наративи, інакше ставляться до текстів тощо. Тому немає єдиної відповіді і єдиного підходу до всіх тому, що все-таки тут потрібно сегментувати їх за їхніми потребами, за їхніми способами використання інформації тощо. Це є також важливо, бо якщо наприклад людина живе сама в тих умовах пандемії, то що краще: 1) ходити до неї в гості і приносити їй безпеку чи 2) спілкуватися для прикладу з нею через *Zoom*? Це одна реальність. Інша річ коли для того щоб не працювати з дітьми, не приділяти їм достатньо часу дають їм планшет і дають ігри або *Youtube*, що не завжди

корисно. Тобто це є також своєрідна медіаграмотність і це є завдання, яке не завжди під силу Церкві виконати через свій глобальний вплив. На парафіяльну спільноту так, можна впливати, коли це йде в менших масштабах. Але тут є радше вплив через особистий приклад священника чи тої людини яка є відповідальна за певну спільноту. Також можна впливати через організацію різноманітних офлайн заходів тощо. Однак варто пам'ятати, що немає якогось певного рецепту як витягнути людину з комп'ютера та Інтернету на зустріч. Це постійна робота та постійний виклик. Насправді не так є важливо за допомогою яких інструментів ми спілкуємося з людьми: чи то онлайн чи офлайн форма. Важливо щоб наше спілкування не було монологом, а йшло від серця.

Р.П.

Дякую за розмову.