

ДУХОВНЕ НАВЕРНЕННЯ ЧЕРЕЗ АМЕРИКАНСЬКУ ТЕЛЕВІЗІЙНУ ПРОГРАМУ «НАШ ВИБІР»

Досліджено вплив євангелистських християнських медіа на глядачів, представлено результати дворічного вивчення американського католицького телевізійного каналу EWTN. Мета дослідження – виявити вплив на глядачів основного християнського євангельського послання (керигми), як його передає програма «Наш вибір» (Choices We Face). Автор намагається відповісти на запитання: «Наскільки передане таким чином послання може змінювати думки та дії глядача? Чи має воно силу спричинити навернення?»

Ключові слова: керигма, навернення, медіавплив.

Керигма

Насамперед ми пояснимо значення термінів «керигма», «євангелізація» та «навернення». Про те, що таке «релігійне навернення», існують різні думки. Християнське розуміння духовного навернення відрізняється від нехристиянських концепцій. Деякі з них ми наведемо далі, щоб проілюструвати ідеї, які відстоюють нехристиянські теоретики і дослідники.

Сила основного християнського послання – керигми

Керигма, основа християнського послання, полягає у такому: «Спасительна любов Бога об’явлена у розп’ятому й воскреслому Ісусі Христі»¹. Тому головний пріоритет Церкви – це «сповнена радості, терпелива та поступова проповідь про жертовну смерть і воскресіння Ісуса

¹ Папа Франциск. «Радість Євангелія», 36 (тут і далі цит. за: Апостольська адгортація «Радість Євангелія» Святішого Отця Франциска до єпископів до священників і дяконів до богопосвячених осіб і до мирян про проголошення Євангелія в сучасному світі, режим доступу: <http://www.credo-ua.org/>)

Христа»². Послання має «зосередитися на суттєвому, найкрасивішому, найбільшому, найпривабливішому і водночас на найнеобхіднішому. Воно стане простішим, але не втратить через це своєї глибини й правди, а стане переконливішим і виразнішим»³. Бенедикт XVI казав, що «Євангеліє – це не лише інформативне, а ще й «перформативне» слово. Це не лише інформація, але й дія, ефективна сила, що входить у світ, зцілює та змінює його»⁴. Це основне євангельське послання об'єднує та пояснює усі інші аспекти життя Церкви. Керигма – це відповідь на отримання місійного мандату «Ідіть і проповідуйте» (Мт. 28:19), вона корениться в дотриманні певних кроків, які є відповіддю на заклик «хрестити» (Мт. 28:19) та «робити це на мій спомин» (Лк. 22:19; 1 Кор. 11:24-25). Керигма – це також заклик, який має пробудити живу віру і спонукати людей до навернення. Папа Франциск стверджує, що «Слово має в собі потенціал, який неможливо передбачити. Євангеліє говорить про зерно, яке, якщо вже засіяне в землю, росте само навіть тоді, коли сіяч спить (див. Мк. 4, 26-29). Церква повинна прийняти незбагненну свободу Слова, яка по-своєму ефективна і виражається у різноманітних формах, що перевищують нашу здатність передбачати і ламають наші стереотипи»⁵. Папа Бенедикт XVI зазначає: «Церква зростає не завдяки прозелітизму, а завдяки тому, що є в ній щось захопливе і привабливе»⁶. Це відчувалося в реакції перших навернених, які чудувалися, чуючи, як апостоли у день П'ятдесятниці промовляли «рідною мовою кожного» (Ді 2:6). Папа Франциск твердить, що плодом, або наслідком керигми є радість.⁷

Перша й основна мета передавання правди Божої – це навчання. А воно охоплює інформацію, факти та події. Друга фаза полягає у внутрішньому засвоєнні почутої правди. Після цього настає внутрішня переконаність і зворушення серця. Пізнавши і прийнявши таким чином правду, людина всім серцем з нею зростається, і це має величезне значення, тому що стає мотивом до дій та втілення цього навчання в житті. Такі етапи індивідуального розвитку, що ведуть до повного прийняття, засвоєння та запровадження цієї правди у дію, були добре відомі вже в давнину. Усне

² Іван Павло II. Постсинодальне апостольське послання «Церква в Азії» (цит. за: John Paul II: *Ecclesia in Asia, Vatican* (www.vatican.va)).

³ Папа Франциск. «Радість Євангелія», 35.

⁴ Joseph Ratzinger. *Ježiš Nazaretský*. Trnava 2007, с. 64.

⁵ Папа Франциск. «Радість Євангелія», 22.

⁶ Венедикт XVI. Проповідь під час меси з нагоди відкриття 5-ї загальної конференції єпископів Латинської Америки та Карибського басейну (13 травня 2007), Апаресіда, Бразилія: // AAS 99 (2007), с. 437.

⁷ Папа Франциск. «Радість Євангелія», 21.

послання має бути розумно сформульоване, щоб правда, яку воно передає, могла просвічувати, а отже, торкати серце і спонукувати слухачів до конкретних дій: *ut veritas doceat, placeat et moveat*. Аврелій Августин (Гіппонський) чітко орієнтувався на ці норми, коли звертався до проповідників керигми: «Хто хоче переконати когось у чомусь доброму, той, безумовно, не буде заперечувати проти жодного із трьох елементів, які для цього необхідні, а саме: завдання навчати (*scilicet doceat*), надихати (*delectet*) та спонукати до дій (*flectat*)»⁸.

Серед християн нема єдиної думки про те, наскільки ефективною є телевізійна проповідь євангелія. Дехто вважає за місіонерів працівників телебачення і саме телебачення. Такі люди вірять, що кожен глядач сприйме християнське послання і що воно має силу проникати у вітальні глядачів. Вони стверджують, що посланню Євангелія неможливо опиратися, і глядачі жадають його почути.

Пій XII, пишучи про телебачення, висловлює сподівання, що воно допоможе пізнавати духовні речі: «Цей спосіб поширення зображень і звуку – в тому, що стосується духу, – щонайкраще відповідає природі людини, як говорить Тома Аквінський: „Для людини природно приходити до розуміння через відчуття; адже усе наше знання має своє коріння у відчуттях”. Справді, зір, що є шляхетнішим і шанованішим за інші відчуття, легше приводить до знання духовних речей»⁹. Карло М. Мартіні (Carlo M. Martini) у книзі «Розмови з телевізором» («Conversations with my TV») згадує про описану в Євангеліях жінку, котра вилікувалася, торкнувшись краю Ісусової одежі. Так Мартіні створює свою теологію телевізійного контакту: «Телебачення також може бути чимось на зразок краю Ісусової одежі. Але цей край – лише маленька частина його одежі. А одіж вказує на особу, яка її носить, і ця особа може зняти одіж, якщо вона їй більше не потрібна»¹⁰. Мартіні визнає за можливе, що благодать може прийти навіть через такого посередника, як телевізор. *Broadcast and Film Commission* (організація традиційних протестантів) заявила, що їхнє завдання – допомогти, аби «цей народ перебував під Богом». Комісія визначила своє «завдання в тому, щоб підготувати ґрунт для навернення. Пізніше, однак, вони відмовилися і від цієї скромної мети, оскільки ефект телебачення та сила його переконання викликали дедалі більше сумнівів»¹¹.

⁸ Папа Франциск. «Радість Євангелія», 35.

⁹ Pius XII: *Miranda prorsus* [cit. 2012-03-13] // *Vatican* (www.vatican.va).

¹⁰ Wiesław Przychyna. *Msza Święta w telewizji*. Kraków 2006, с. 90.

¹¹ Michele Rosenthal. *American Protestants and TV in the 1950s*. New York 2007, с. 38.

Навернення. Різні концепції та християнське розуміння навернення

Багато науковців обговорюють проблему терміна «навернення». Вони хочуть якось визначити, чи навернення і духовне пробудження є результатом людських, природних законів, чи воно походить від Бога. Сьогодні немає достовірних наукових методів, придатних для того, щоб одна людина могла визначити обґрунтованість метафізичного досвіду іншої. Тому за відсутності наукових доказів пробудження, основна увага зосереджена на тому, як визначити вплив на людину того, що ми називаємо «релігійним наверненням».

Теоретики часто описують процес навернення у сфері релігії в неточних і розпливчастих термінах, головним чином тому, що не розрізняють належно поміж різним досвідом «навернення» – психологічним, соціологічним, релігійним. Такі науковці, як-от Рамадж (Ramage), твердять, що ми мусимо «розрізнати між релігійним та психологічним наверненням і що деякі форми досвіду навернення та проповідування коректніше було б окреслити як «псевдонавернення» та псевдоевангелізм»¹². До схожих висновків приходять Шін (Sheen): «Справжнє навернення немає нічого спільного з емоційним піднесенням або моральним пафосом соціальної дії...»¹³ Недостатньо наявності конфлікту між свідомістю та підсвідомістю або між власним «я» та оточенням – такі напруження можуть бути звичайними психологічними явищами...¹⁴ Суттєве значення має боротьба душі з Богом, в якій всемогутній Господь ніколи не руйнує людської свободи»¹⁵.

Соціологи, серед яких Ціннбауер (Zinnbauer) та Паргамент (Pargament), Бергін (Bergin) та Пейн (Payne), Гуд (Hood), Гунсбербер (Hunsberger) та Горзух (Gorsuch)¹⁶ описали процеси, якими супроводжується навернення, в релігійних термінах. Вони припускають принаймні можливість певного зв'язку між релігією та духовним пробудженням.

Різні люди розуміють це по-різному. Дірдра Мейнтель (Deirdre Meintel) виявила цю проблему у своїх дослідженнях. Вона завважила, що три типи навернення, які запропонувала французький соціолог релігії Даніель Ерв'є-Леже (Daniele Hervieu-Léger), неможливо прикласти

¹² Tim Bakken. The Absence of Spiritual Awakening and Understanding in Religious Conversion // *The Journal of Religious Thought*, т. 59/60 (2006/2007), вип.1/2, с. 105.

¹³ Fulton John Sheen. *Peace of Soul*. New York 1949, с. 232.

¹⁴ Там само, с. 233.

¹⁵ Там само, с. 234.

¹⁶ Там само, с. 103.

до монреальських спіритуалістів (Montreal Spiritualists), яких вона досліджувала, – їм не відповідав жоден із них. Ерв'є-Леже пропонує три типи навернення: «від невірства до релігійності та віри, перехід з однієї конфесії до іншої та «нове навернення», або перехід від номінальної належності до живого практикування віри в рамках того самого віросповідання»¹⁷. Варто зазначити, що деякі теоретики та дослідники, як-от Лапланін (Laplanine) пропонують «взагалі відмовитися від поняття навернення»¹⁸.

Каррієр запропонував класичне розрізнення між зовнішнім та внутрішнім наверненням.¹⁹ Ньюман (Newman) писав про таке навернення у своїй «Апології» («Apoloigia»). Він писав про внутрішній процес, що приводить до трансформації свідомості, з майже одночасним паралельним зруйнуванням колишнього «я» і осяянням та появою нового розуміння.²⁰ Внутрішнє навернення може відбуватися майже непомітно, але воно ні на мить не припиняється, заторкує всі аспекти людської особи і спричинює радикальні зміни в поглядах людини на себе, на інших, на власне місце у світі. У такому розумінні навернення є кульмінацією довготривалого процесу. Для Лонергана (Lonergan), який дотримується схожих поглядів, навернення лежить в основі вивчення релігії. Він розуміє навернення принаймні у трьох смислах, кожен із яких є певним способом виходу поза межі самого себе, модусом самотрансценденції. Спочатку він говорить про інтелектуальне навернення, яке є радикальним просвітленням, що дає змогу особі розуміти знання як щось набагато більше від безпосереднього розуміння та сприйняття світу. Друге – це моральне навернення, коли самоуправління особи спрямовується на цінності, а не на задоволення: «Моральне навернення полягає у тому, що людина обирає правдиве добро, вибирає цінність на противагу задоволенню, коли вони конфліктують»²¹. Однак найглибшим аспектом навернення є релігійне навернення, бо воно спрямоване до граничної турботи. Це повна та постійна відмова від себе.²²

¹⁷ Deirdre Meintel. When There Is No Conversion: Spiritualists and Personal Religious Change // *Anthropologica*, т. 49 (2007), вип. 1, с. 149.

¹⁸ Там само, с. 159.

¹⁹ Carrier. *The Sociology of Religious Belonging*. New York 1965, с. 70-74.

²⁰ Fergus Kerr. *Twentieth-Century Catholic Theologians*. From Neoscholasticism to Nuptial Mysticism. Malden 2007, с. 106.

²¹ Bernard Lonergan. *Method in Theology*. New York 1972, с. 240.

²² Richard Rymarz. Conversion and the new evangelization: A perspective from Lonergan // *The Heythrop Journal*, т. 51 (2010), вип. 5, с. 756.

Християнське розуміння навернення

Для католиків евангелізувати – означає «нести добру новину про Ісуса в кожну людську ситуацію та намагатися навернути окремих осіб та суспільство божественною силою самого Євангелія»²³. Папа Павло VI казав, що ми завжди маємо бути віддані кінцевим релігійним цілям евангелізації та внутрішньому наверненню, що є необхідне для спасіння.²⁴ Євангельська керигма – це «перше проголошення, повне запалу, що одного дня потрясло людину й привело її до рішення віддатись Ісусові Христові через віру»²⁵. Керигма проголошується насамперед тим, хто не знав Ісуса Христа або завжди відкидав його. Навернення, однак, також є постійним станом буття кожного справжнього християнина. Церква потребує «постійної реформації»²⁶. Отже, не лише невіруючі, але й віруючі мусять щоразу наново навертатися: «Церква евангелізує і евангелізується красою літургії, яка є святкуванням евангелізаційної діяльності та джерелом відновленого стимулу до жертвовності»²⁷. Серед віруючих, які виграють від нового проповідування керигми, часто є багато літєплих і тих, що не практикують віри²⁸, а також тих, які зберегли глибоку й щирю віру, виражають її різними способами, але рідко беруть участь у богослужіннях»²⁹. Церква бажає проповідувати керигму «охрещеним, чие життя не відображає християнських вимог. Такі вірні втратили виразний зв'язок з Церквою. Вони перестали переживати радість віри. Церква намагається допомогти їм пережити навернення, що поверне радість віри до їхніх сердець та надихне на вірність Євангелію. Багато християн часто проживають власну релігію «а la carte», на власний вибір. Франциск Сальський, католицький святий та Доктор Церкви, визначає «благочестиве життя», тобто життя людини, наверненої до Христа, як таке, коли особа має за звичай уважно та без зволікань відповідати на волю Бога та Його натхнення»³⁰.

²³ American Bishops' Conference. Go and Make Disciples: A National Plan and Strategy for Catholic Evangelization // *Archsa* (www.archsa.org);

²⁴ Павло VI. *Evangelii nuntiandi* («Проголошення Євангелія»), 32-35 .

²⁵ Іван Павло II. *Catechesi tradendae* («Передавання катехизи»), 25.

²⁶ Другий Ватиканський собор. Декрет про екуменізм («*Unitatis Redintegratio*») 6 (тут і далі документи Другого Ватиканського собору цит. за: *Документи Другого Ватиканського Собору (1962-1965): Конституції, декрети, декларації. Коментарі / перекл. з лат. Р. Паранько, Ф. Ковальський, О. Левко, о. В. Кусьнеж, О. Косіцька. Львів 2014).*

²⁷ Папа Франциск. «Радість Євангелія», 24.

²⁸ Там само, 11.

²⁹ Там само, 15.

³⁰ Martin Ralph. *The Fulfillment of all Desire: Stubenville*. Ohio 2006, с. 25.

Деякі результати дослідження

Другий Ватиканський собор говорив про те, що необхідно користуватися новими знаряддями соціальної комунікації в проповідуванні Доброї новини про спасіння.³¹

Пояснивши значення термінів «керигма» і «навернення», перейдемо до самого дослідження. Ми обговоримо деякі попередні результати, які, сподіваємося, проллють трохи світла на питання про ефект від релігійних теле- і радіопрограм. Об'єктом нашого дослідження була аудиторія. Ми покажемо деякі дані нашого дослідження аудиторії американського католицького телевізійного каналу *EWTN (Eternal Word Television Network)*. Ми дослідили вплив, який має євангельське (або керигматичне) послання на аудиторію програми «Наш вибір». Це найдовготриваліша католицька програма у світі – вона виходить на EWTN щотижня з 1985 року. За допомогою супутникового зв'язку її можна дивитися на п'яти континентах. У США її транслює переважно кабельне телебачення різних провайдерів. Усі випуски програми доступні в архіві за адресою www.renewalministries.net.

Обговоримо деякі результати першого етапу дослідження, на якому ми використовували метод кількісно-якісного анкетування³² з відкритими та закритими запитаннями. Відкриті запитання були потрібні, щоб респонденти мали можливість висловлюватися вільніше. Для оцінювання відкритих запитань анкети нам потрібно було створити категорії для класифікації відповідей. Ми використовували різні типи запитань. Перший блок складався із запитань, що стосувалися основної інформації про респондентів, тобто демографічних запитань – про вік, стать та освіту. Другий блок запитань стосувався релігійного життя респондентів, наприклад, особистих благочестивих практик й активності в місцевій громаді. Запитання третьої групи стосувалися контактів опитуваних з релігійними та секулярними медіа. І остання група запитань стосувалася безпосередньо реакції глядачів на програму «Наш вибір».

Анкети було розіслано електронною поштою 12 000 членів католицької євангельської організації «Нове служіння» (Renewal Ministries). Прочання заповнити анкету було також надруковано у журналі «Мірило» (Criterion), офіційному друкованому органі архидієцезії Індіани, а також на її веб-сайті. Анкету було надруковано на початку лютого 2012 року. Вона містила 34 запитання, 8 з яких – відкриті. Анкету заповнили 454 респонденти, з яких 308 (67,8 %) жінок, 141 (31,1 %) чоловік та 5 (1,1 %)

³¹ Другий Ватиканський собор. *Декрет про засоби соціальної комунікації («Inter mirifica»)*, 3.

³² Анкету можна побачити тут: <https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?fromEmail=true&formkey=dDBnZTZKM1g0bHFrM0tLZmhKc2s3ZFE6MA>

не вказали статі. Середній вік серед тих, хто вказав вік (449 респондентів, або 98,9 %) – 58,38 років. Наймолодшому респондентові було 13 років, найстаршому – 86. Двадцять три респонденти молодші за 40 років, 71-му респонденту – між 41 та 50 роками. Вік більшості опитаних – між 55 та 65 роками. Рівень освіти респондентів розподілився так: середня школа – 25,2 %, університет (повна та неповна вища освіта) – 41,7 %, університет (зі ступенем магістра) – 19 % та післядипломна освіта – 14,1 %.

Ми запитали респондентів, як довго вони дивляться «Наш вибір». Результати показано у табл. 1. Більшість респондентів – 147 (32 %) – дивляться програму менше п'яти років. 17 респондентів (4,9 %) не відповіли на це запитання.

Таблиця 1. Розподіл респондентів за тривалістю перегляду програми «Наш вибір»

Тривалість (роки)	Кількість респондентів	%	% від тих, хто відповів
Понад 20 років	32	7,0	7,3
Понад 15 років	19	4,2	4,3
Понад 10 років	56	12,3	12,8
Понад 5 років	75	16,5	17,2
Менше 5 років	147	32,4	33,6
Менше 1 року	108	23,8	24,7
Разом	437	96,3	100,0
Не відповіли	17	3,7	
Загалом	454	100,0	

Ми також запитали наших респондентів, як часто вони дивляться це шоу. 135 респондентів (28,7 %) дивляться його щотижня; 109 (23,2 %) – частіше ніж раз на місяць; 106 (22,6 %) – раз на місяць; 116 (24,7 %) – рідко; та 4 (0,9 %) не відповіли.

Таблиця 2. Розподіл респондентів за частотою перегляду програми «Наш вибір»

Як часто	Кількість респондентів	%	% від тих, хто відповів
Щотижня	134	29,5	29,8
Частіше ніж раз на місяць	109	24,0	24,2
Раз на місяць	106	23,3	23,6
Рідко	101	22,2	22,4
Разом	450	99,1	100,0
Не відповіли	4	0,9	
Загалом	454	100,0	

Продюсери орієнтованих на евангелізацію телевізійних програм іноді очікують, що їхня робота матиме ефект, схожий із живим, особистим проповідництвом. Вважається, що навернення та зміна життя – це найкращий результат звітування Доброї новини. Оскільки «Наш вибір» – евангелізаційна за змістом програма, одне з наших запитань стосувалося основного меседжу передачі. Ми хотіли дізнатися, чи реципієнти сприймають це евангельське послання близько до серця.

Із 454 респондентів 294 відповіли на запитання № 21: «Яке, на Вашу думку, основне послання намагаються передати своїм глядачам ведучі „Нашого вибору“?». Результати видно у табл. 3. Ми розподілили відповіді на чотири групи: 1) утвердження і поширення Доброї новини, 2) заохочення жити вірою, 3) заохочення до покаяння та 4) заохочення до особистого зв'язку з Богом. До першої категорії ми віднесли тих респондентів, котрі відповіли, що основне послання програми *утвердження і поширення Доброї новини*. До цієї категорії ми віднесли такі відповіді: «надія», «Бог добрий», «Ісус є Господь», «Бог живий», «Святий Дух всесильний», «спасіння є у Христі», «навчання Католицької Церкви». До другої категорії, *заохочення жити у вірі*, увійшли такі відповіді: «заохочення робити правильний та відповідальний вибір», «заохочення служити ближньому», «заохочення відповідати на Божу прихильність та любов». Третя категорія стосувалася *заохочення до покаяння та навернення*. Четверта, і остання – *заохочення до особистого зв'язку з Богом*, куди входять відповіді тих, хто писав, що програма бажає «спонукати людей любити Бога» або «зробити його центром свого життя». Ми дізналися, що глядачі зрозуміли основне евангельське послання цього шоу.

Таблиця 3. Розподіл респондентів за розумінням основного меседжу програми «Наш вибір»

Утвердження і поширення Доброї новини	145	49,3 %
Заохочення жити у вірі	78	26,5 %
Заохочення до покаяння та навернення	16	5,4 %
Заохочення до особистого зв'язку з Богом	51	17,3 %
Я не знаю	4	1,4 %
Загалом	294	100 %

Ми дізналися, що загалом глядачі сприймають передачу «Наш вибір» як евангельську. Більшість респондентів (49,3 %) вважають Добру новину основним посланням програми.

У відкритому запитанні № 17 (табл. 4), ми запитали наших адресатів про вплив цього послання на їхнє життя. Відповіді було розподілено на п'ять груп. Крім того, було розрізнено три рівні впливу.

Перший рівень впливу вказує на респондентів, які стверджують, що програма допомогла їм отримати нову інформацію та знання (відсутність інформації → нова інформація). Другий рівень стосується респондентів, які вказали, що ця програма змінила їхнє ставлення або емоційне сприйняття (відсутність ставлення або емоцій або старе ставлення або емоція → нове ставлення або емоція). До третього рівня впливу було приписано респондентів, які заявили, що у їхньому житті щось змінилося і ця зміна призвела до конкретних дій (пасивність → активність).

У табл. 4 можна побачити п'ять категорій, на які розподілено відповіді респондентів: молитва, віра, євангелізація, святість та стосунки з іншими. З даних табл. 4 ми також можемо побачити, на якому із трьох рівнів відбулися зміни: нової інформації, нового сприйняття чи нових дій.

Таблиця 4. Розподіл респондентів за змістом та рівнем впливу на їхнє життя програми «Наш вибір»

		Категорія					Жодного впливу	Загалом
		Молитва	Віра	Євангелізація	Святість	Стосунки з іншими		
Рівень впливу	Інформація		8,8%					8,8%
	Емоція, ставлення	4,2%	31,7%	7,6%	10,7%	4,2%		58,4%
	Дія	7,6%		9,5%	5,3%	6,5%		28,9%
Жодного впливу							3,8%	3,8%
Загалом		11,8%	40,5%	17,1%	16%	10,7%	3,8%	100%

На графіку (рис. 1) ми бачимо результати закритого запитання № 14, у якому йшлося про вплив передачі на життя респондентів. 435 респондентів (95,8 %) відповіли на запитання. Як чітко видно з графіка, найбільше респондентів (26,2 %) вказали, що програма «Наш вибір» допомагає їм працювати над собою та ставати кращими людьми, а 22,3 % кажуть, що програма допомагає їм краще ставитися до інших. 12,4 % стверджують, що передача допомагає їм розкаятися у своїх гріхах. 4,6 % – що ніякого впливу програми на своє життя не відчувають. На графіку видно й інші результати.

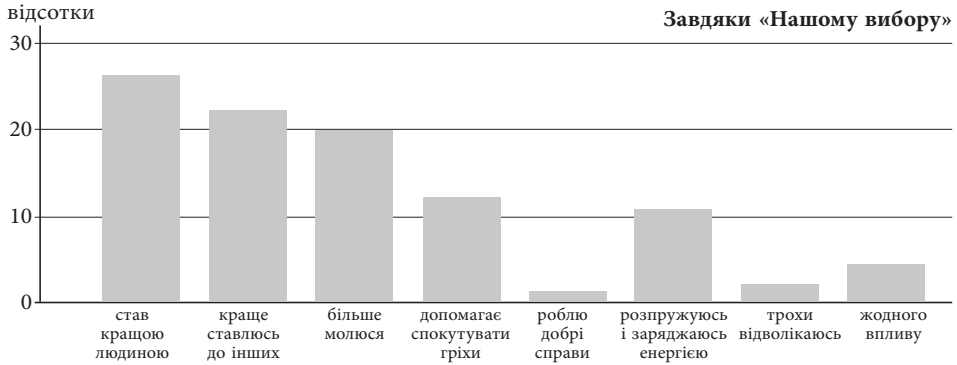


Рисунок 1. Вплив програми «Наш вибір» на життя респондентів

Ми також запитали респондентів про те, як відбулося їхнє навернення, у закритому запитанні № 28 та у відкритому запитанні № 29. 426 респондентів (93,8 %) відповіли на ці запитання. Як видно з графіка на рис. 2, найбільшу групу респондентів (59,9 %) становлять ті, хто отримав віру у родині, а згодом поглибив свою віру. На другому місці (20,7 %) – група респондентів, які стверджують, що навернулися з літеплих, байдужих християн. У графіку представлені також інші групи.

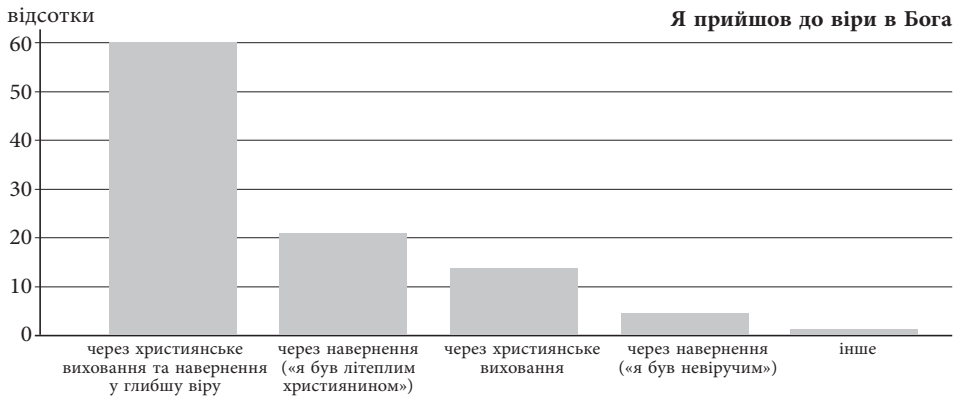


Рисунок 2. Як відбулося навернення респондентів?

У відкритому запитанні № 29 респонденти описали історію свого навернення. Ми дізналися, що багато хто відчув на собі особисту Божу любов на початковому етапі навернення. Деякі стверджують, що були охрещені у Святому Дусі. Інші кажуть, що відчували навернення під час духовного усамітнення (католицького чи протестантського). Дехто

стверджує, що навернення відбулося у складний період їхнього життя (наприклад, хвороба, смерть родича чи близького друга, втрата роботи, аварія). Деякі прийняли рішення сказати Богові «так» внаслідок довгих пошуків. Є респонденти, які вважають, що навертаються протягом всього життя. А деякі описали, що початком навернення в їхньому житті стала якась особливо сильна проповідь або чудо.

Висновки

Лише один респондент явно наголосив, що телевізійна програма була поштовхом до навернення у глибоку віру після років блукань далеко від Бога. Цей респондент відповів на заклик прийти до таїнства сповіді, що його почув у програмі. Але жоден з опитаних не сказав, що програма була початком «першого навернення» від невірства до віри. Отримані результати дають змогу сказати, що програма «Наш вибір» допомагає респондентам глибше пережити своє навернення та підтримує їх у цьому паломництві, що триває ціле життя.

З дослідження ми дізнаємося, що телевізійна програма має вплив на трьох рівнях: на рівні отримання нової інформації; на рівні формування нового сприйняття, ставлення до релігії та емоцій; і на рівні нових конкретних дій (програма спонукала респондентів до таких дій). Таким чином, можна зробити висновок про те, що ця програма сприяє поглибленню та зміцненню навернення респондентів. Однак вона не є первинним «джерелом» досвіду навернення.

З англійської переклала Євгенія Резніченко

Rastislav Dluhý

SPIRITUAL CONVERSION THROUGH THE AMERICAN TV PROGRAMME “CHOICES WE FACE”

This paper examines the effect of evangelistic Christian media on viewers and aims to present the findings of research conducted over the past two years on the American Catholic television channel, EWTN. The purpose of the research was to determine the effects on viewers of the basic Christian evangelistic message (Kerygma) presented in the programme “Choices We Face.” In this paper, the author tries to at least partially answer the question: “To what extent can the message (Kerygma), mediated in this way, change the thinking and actions of a viewer? Does it have the power to trigger conversion?”

Keywords: kerygma, conversion, media effects.