*Роман Бліхарський*

# МЕДІАСТРАТЕГІЇ КАТОЛИЦЬКОЇ ЦЕРКВИ: ЗАВДАННЯ ТА ВИКЛИКИ

*Розглянуто підходи Католицької церкви до різних аспектів соціальної комунікації, понятєвого апарату католицьких медіа, завдань й обов'язків духовенства та мирян щодо використання засобів масової інформації. Окреслено актуальні позиції Ватикану стосовно проявів нової медіакультури, яка формується у межах сучасної інформаційної епохи, а також погляди церковних ієрархів на стратегії, методи та стиль комунікації католицької преси.*

***Ключові слова**: католицька преса, соціальна комунікація, релігійні медіа, ватиканістика, секуляризація, інформація, медіакультура, євангелізація.*

*Рассмотрены подходы Католической церкви к разным аспектам социальной коммуникации, понятийного аппарата католических медиа, задач и обязанностей духовенства и мирян по использованию средств массовой информации. Определены актуальные позиции Ватикана относительно проявлений новой медиакультуры, которая формируется в рамках современной информационной эпохи, а также взгляды церковных иерархов на стратегии, методы и стиль коммуникации католической прессы.*

***Ключевые слова**: католическая пресса, социальная коммуникация, религиозные медиа, ватиканистика, секуляризация, информация, медиакультура, евангелизация.*

*The approaches of the Catholic Church to different aspects of the social communications, the conceptual apparatus of the Catholic media, objectives problems and obligations of clergy and laity regarding the use of mass media have been studied. Current positions of Vatican concerning manifestations of the new media culture which is formed within the limits of a modern information age have been determined and church hierarches opinions abaut strategies, methods and the style of communication of the Catholic press have been outlined.*

***Key words**: the Catholic press, social communication, Vaticanology, secularization, information, media culture, evangelization.*

Засоби масової інформації відіграють значну роль у процесі розвитку світових релігій та їхніх окремих течій. Відповідно до соціокультурних умов, в яких існує релігійна спільнота, варіюються і комунікативні стратегії конфесійних релігійних ЗМІ.

Як прецедент католицьких медіа розглянемо епізод із життя єпископа Франциска Салезького — покровителя письменників, редакторів, журналістів та католицької преси, місіонерську роботу якого, незважаючи на анахронізм, цілком виправдано можна вважати предтечею католицьких ЗМК.

Франциск Салезький народився 1567 р. у сім'ї, що належала до давньої Савойської династії. У тринадцятирічному віці здобув освіту в єзуїтському коледжі та Паризькому університеті. Згодом вивчав право і теологію в Падуанському університеті. 1593 р. наперекір волі батька став священиком та відразу, незважаючи на вік, зайняв посаду декана Женевського капітулу.

Унаслідок Реформації Женева стала осередком кальвінізму, а Католицька церква у ній була заборонена. До 1594 р. у провінції Шабле повністю домінував кальвінізм. Оскільки в самому кафедральному місті католицизм був поза законом, резиденція єпископа Женеви розташовувалась у м. Ансі (Савойя). Згодом єпископ Клод де Граньє на прохання герцога Савойського оголосив про намір надіслати місіонерів до населення, яке проживало на південному березі Женевського озера. Отець Франциск зголосився на цю місію, яка розпочалася 14 вересня 1594 р.

Незважаючи на неодноразові замахи на життя, місіонери щодня проповідували в м. Тонон. Окрім традиційних проповідей, Франциск як місіонер використовував альтернативний спосіб звернення до громад міст та сіл провінції. Він почав писати, копіювати і розповсюджувати полемічні та «агітаційні» листи. Вдало підібрані риторичні стратегії і зміст повідомлень сприяли успіху його місії. За два роки Франциску вдалося навернути до католицизму близько 40 тисяч колишніх прихильників учення Кальвіна.

1599 р. він був призначений єпископом-коад'ютором Женеви, 1602 р. став ординарієм Женеви. У 1610 р. заснував жіночий чернечий орден візитанток. Франциск Салезький помер 28 грудня 1622 р. в Ліоні. 1661 р. беатифікований та 1665 р. канонізований Папою Олександром VII. У 1877 р. св. Франциску присвоєно почесне звання «Учитель Церкви», а 1923 р. Папа Пій XI оголосив святого покровителем письменників, редакторів, журналістів та усієї католицької преси [5; 9].

Про актуальність місії Франциска для сьогодення свідчать часті спомини імені святого під час відзначень днів католицької жур-

налістики, соціальної комунікації та інших тематично суміжних подій. Зокрема, 28 січня 2012 р. кардинал Анджело Скола під час своєї промови, яку він виголосив на зустрічі із журналістами в рамках святкування Дня св. Франциска Салезького, процитував рядки із праці святого «La Filotea» («Введення у благочестиве життя»). Витяги із цього виступу опублікував у своєму блозі журналіст та ватиканіст Андреа Торнеллі. Процитовані кардиналом слова святого, на думку журналіста, — актуальні рекомендації для тих, хто працює у галузі інформації.

Отже, св. Франциск писав: «Кожного разу, коли я говорю про мого ближнього, язик у моєму роті — це немов скальпель у руках хірурга, який хоче зробити надріз між нервами і сухожиллями. Мій порух повинен бути точним, ні більшим, ні меншим, ніж правда... Говори спокійно, чесно, щиро, просто і правдиво, без особливих прикрас... тримайся подалі від двозначності, хитрості та вдавання. Це правда, що не всі правдиві речі можуть бути завжди озвучені, але ні за жодних обставин це правило не повинно шкодити правді... У процесі тлумачення фактів необхідно завжди робити це з милосердям. Ти завжди мусиш діяти таким чином… і завжди інтерпретувати факти, підтримуючи ближнього… Коли є сотня різних аспектів дії, ти завжди повинен зосередити увагу на найбільш позитивному... Праведна людина, коли не може знайти виправдання вчинку або наміру людини, яку вона знає як людину гідну, то відмовляється від прийняття будь-якого рішення, вона забуває про це і залишає суд Богу... Коли ми не можемо пробачити гріх, давайте принаймні зробимо його гідним жалю, пояснюючи його незнанням або слабкістю» [3].

Мабуть, наївно-риторично звучатиме запитання: «А що суттєвого змінилося від часів місіонерської праці Франциска Салезького?» — оскільки спонукатиме вказати на речі цілком очевидні. Відзначимо, однак, що насамперед у поле нашого зору потрапляє факт розмежування світського та релігійного.

Згідно з екуменічними тенденціями сьогодення, різноманіття конфесій є радше приводом розпочати міжконфесійний діалог, аніж організувати проповідницьку місію до спільноти-опонента чи військовий похід. Такий стан речей значною мірою нівелює контроверсійну абразивність, притаманну минулим століттям.

У секуляризованому соціумі конфесійна належність не є потужним визначальним фактором самоідентифікації, оскільки в межах цього соціуму політика не становить єдине ціле із релігією. У випадку, коли *релігійне* не конфронтує та не підпорядковує собі *світське,* відбувається протилежне — життя релігійних спільнот строго регламентується законодавством. Хоча ми можемо стверджувати, що значною мірою релігія і слугувала чи не основним джерелом та засадою консолідації соціуму і на певному історичному етапі була орієнтиром та опорою для державотворчих ініціатив. У рамках сучасного цивілізованого суспільства релігії відведено грати одну з ролей в ансамблі атрибутів культури, що репрезентує певну соціальну групу, автентичність якої обернено пропорційна до вкорінення у суспільстві тієї чи іншої країни секуляризаційних процесів.

Проблемність такого розподілу виникає тоді, коли відокремлення світського від релігійного трактувати в термінах їхнього протиставлення. У такому випадку категорії світськості та релігійності для нас постають не інакше як опозиції: *релігійне — не релігійне* або ж *світське — не світське*.

Раціоналізація, розмежування сфер знання та віри, заміна релігійного міфу науковим, швидкі темпи і нищівні наслідки соціальних та технічних революцій — усе це радикально вплинуло на модель і структуру укладу сучасного суспільства. Модернізація з її політичними ідеологіями, науковою картиною світу виводить поняття прогресу у ранг фетиша.

Визначити причини та встановити чіткі хронологічні межі секуляризації є завданням складним. Такого роду макропроцеси з труднощами піддаються аналізу та об'єктивізації. Тому важко стверджувати однозначно, за якою саме схемою відбувається цей процес. Чи це закономірність і ще одна віха природного становлення соціуму, чи спровокований і штучно створений сценарій із власними авторами та виконавцями?

Погляд на процес секуляризації як закономірність спонукає налаштуватися на примирення із його наслідками або принаймні на споглядацьку нейтральність. З іншого боку, трактування цього явища як зумисність передбачає наявність чіткої позиції, що може формалізуватися до ригоричних оціночних категорій. Однак, незважаючи на наше ставлення, в обох сценаріях ми стикаємось із про-

віденціалізмом. Постулат «має бути так, як є, і не інакше» мотивує Церкву щоразу адаптовуватись до нових умов, спонукаючи проявляти гнучкість та розуміння, а подекуди йти і на компроміси.

Суттєвих змін зазнає і стиль комунікації Церкви. Мета конкретних комунікативних стратегій на певному етапі життя Церкви залежить від офіційної позиції її очільників, а також від досвіду людей, які працюють у галузі релігійних медіа. Взаємодію цих аспектів можна описати як безперервний процес осмислення результатів практичної діяльності та подальшого формування бази теоретичних знань, що, знову ж таки, стають основою для чергових завдань та програм, які втілюють у своїй діяльності релігійні ЗМК.

Уперше проблему засобів соціальної комунікації було порушено у декреті Другого Ватиканського собору «Inter Mirifica» («З-поміж дивовиж»), виданому 4 грудня 1963 р. Одне із завдань, визначених цим документом, — це введення у богословський дискурс низки термінів та понять, зокрема *соціальна комунікація*. Замість термінів, які не виражають намірів та прагнень Церкви, як-от: «технології поширення інформації», «аудіовізуальні засоби інформування» чи «засоби масової інформації» («мас-медіа», «медіа») та «масова комунікація», погоджено поняття «знаряддя, або засоби соціальної комунікації» («the instruments of social communication / the means of social communication»), оскільки, як зазначено в документі, «не можна зводити до самих тільки технічних засобів передавання інформації, натомість необхідно розглядати їх як процес, що відбувається серед людей і між людьми». Ухвалена термінологія, крім означень суто технічних засобів, вказує на інші форми спілкування, які застосовуються в різних соціумах та культурах.

У цьому документі Другий Ватиканський собор дає розпорядження засновувати повсюдно національні бюро у справах преси, кіно, радіо та телебачення, які зобов'язані «координувати спільні заходи, виховувати сумління вірних і спонукати католиків до роботи в цій царині». У декреті «Inter Mirifica» підкреслено важливість фахової освіти служителів Церкви, яка повинна відповідати «потребам часу». Кілька пунктів документа присвячені вимогам щодо медіаосвіти мирян [6, с. 75].

У декреті Собору також ініційовано створення головного бюро у справах засобів соціальної комунікації, яке було засноване 1964 р.

буллою Папи Павла VI «In Fructibus Multis». Структура, що отримала назву «Комісія (від 28 червня 1988 р. — Рада) у справах засобів соціальної комунікації», 23 травня 1971 р. видала Душпастирську інструкцію на виконання декрету Другого Ватиканського собору про засоби соціальної комунікації «Communio et Progressio» («Єдність і поступ»).

Головною відмінністю цієї Інструкції від попереднього документа є те, що у ній акцентуються не зобов'язання Церкви, а роль засобів масової комунікації, яку вони відіграють у соціумі, та відповідальність мирян щодо користування цими засобами у повсякденному житті.

В Інструкції розглянуто питання: «Христос як Досконалий Комунікатор, погляд на Євхаристію як приклад співпричастя через комунікацію», прояв тринітарного аспекту в моделі християнського спілкування тощо. Варто зазначити: укладачі збірки послань Ватикану щодо питань соціальної комунікації вказують, що «"Communio et Progressio" — це "велика хартія" християнської комунікації, документ, який виявляє найпозитивніший, найфаховіший і найконкретніший підхід до засобів комунікації та їхнє значення в очах Церкви» [6, с. 89].

У самому ж документі стосовно мети та вагомості засобів масової комунікації зазначено, що «єдність і поступ людей, які живуть у суспільстві, — ось головна мета соціальної комунікації та усіх її засобів», до яких, зокрема, належать преса, кіно, радіо й телебачення. «Постійне вдосконалення удоступнює їх щораз більшій кількості людей, та й люди дедалі частіше послуговуються ними в повсякденному житті. Сьогодні, як ніколи, спосіб життя й мислення людини зазнає глибокого впливу засобів комунікації… важливо, щоб люди склали собі правильний погляд на використання медіа, а особливо на певні гострі й контроверсійні питання нашого часу. Перше з цих питань — це інформація, тобто пошук і поширення новин. Людське суспільство невпинно розвивається, його члени дедалі більше залежать одне від одного; тож очевидно, що сьогодні інформація стає вельми корисною і здебільшого істотно важливою» [6, с. 86].

В аналізованому документі інформацію означено як засіб пізнати людиною «той вічно мінливий світ, у якому живе». Обґрунтовано право на отримання інформації та зобов'язання щодо її пошуків. Із

цього постулюється необхідність доступу до засобів соціальної комунікації, із можливістю обрати той засіб, «що найкраще підходить для її особистих та суспільних потреб». Оскільки для правильного напряму розвитку суспільства воно «на всіх рівнях потребує інформації. Громаді потрібні добре поінформовані громадяни. Право на інформацію — це не просто привілей індивіда, воно вкрай важливе для загальних інтересів» [6, с. 93].

Така позиція щодо інформації змушує зробити кілька зауваг. Передусім, починаючи розмову про це поняття, ми потрапляємо на територію невизначеності, тож при всьому різноманітті формулювань провідних фахівців у галузі інформаційних теорій, кібернетики, синергетики тощо чіткої та одностайної відповіді на запитання, що ж таке інформація, ми не знаходимо.

При спробах віднайти універсальне та вичерпне визначення необхідно вказати, що саме поняття інформації — явище надзвичайно складне та багатоаспектне і погляд на нього варіюється залежно від дискурсивних практик та спеціалізації того чи іншого науковця.

З цього приводу засновник теорії інформації, американський інженер та математик Клод Шеннон зазначав: «Споруда нашого дещо штучно створеного благополуччя надто легко може зруйнуватися, як тільки одного прекрасного дня виявиться, що з допомогою кількох магічних слів, таких як інформація, ентропія, надмірність… неможливо вирішити усі невирішені проблеми» [7, с. 668].

Оскільки це питання не є темою нашого дослідження, ми не будемо намагатися детально його розглянути, проте й оминути його увагою не маємо права, адже інформація є основою будь-якого комунікативного акту. При цьому варто тільки зазначити, що релігійна преса через власну заангажованість принципово не потрапляє під вплив тренду постмодерних спекуляцій.

У другій Душпастирській інструкції Папської ради у справах соціальної комунікації «Aetatis Novae» («За нової доби»), опублікованій 22 лютого 1992 р., подано настанови щодо «нових і актуальних реалій… в яких релігійні та моральні погляди людей, освіта, політичні та соціальні системи» позначені впливом медіа. Характерно, що до інструкції додано перелік обов'язкових пунктів пастирського плану стосовно роботи у сфері соціальної комунікації [6, с. 124]. Оскільки, як зазначено у документі, «католицька медіапраця —

це не просто ще одна ділянка серед інших ділянок апостольської праці: соціальна комунікація багато важить для всіх аспектів місії Церкви» [6, с. 134].

Згідно з Інструкцією, завдання Церкви — повідомляти своє послання способом, адекватним добі й культурі певних країн і народів, особливо в умовах формування нової медіакультури. Відповідно до цього у документі подано перелік передумов, які є необхідними для налагодження діалогу Церкви із сучасним світом. Зокрема, зі свого боку, Церква намагатиметься зрозуміти не тільки релігійні, а й світські ЗМК — «їхню мету, методи, форми роботи, жанри, внутрішню структуру, чинники, що зумовлюють їхню діяльність», специфіку формування їхньої медіаполітики. У документі також вказано, що, крім християн-журналістів, «до діалогу треба залучати й митців, які працюють у мас-медіа… треба глибше розробляти антропологію й богослов'я комунікації — не останньою чергою для того, щоб богослов'я стало відкритішим і діалогічнішим, щоб воно успішніше розкривало цінності Євангелія й прикладало їх до теперішніх реалій людського становища» [6, с. 131].

Щодо пастирського плану, то у документі підкреслено важливість розроблення пастирями Церкви власного підходу до мас-медіа та культури, яка сформувалася під їхнім впливом, оскільки «не досить використовувати медіа тільки для того, щоб поширювати християнське послання й автентичне вчення Церкви. Треба також інтегрувати це послання до «нової культури», яку створила сучасна комунікація, з її новими способами вираження, новими методами й новою психологією». Діяльна та доброзичлива присутність Церкви у світі комунікацій — джерело сучасної євангелізації. Однак поряд із тим необхідна постійна критична оцінка ЗМК та їхнього впливу, оскільки медіазасоби створюють перешкоди людській солідарності й цілісному розвиткові людини, серед яких — «секуляризм, споживацтво, дегуманізація, матеріалізм, байдужість до становища бідних та упосліджених» [6, с. 132].

Розглянемо, якою є актуальна позиція Церкви щодо цих викликів нової доби. 20—24 травня 2013 р. в рамках візиту в Україну президента Папської ради у справах соціальної комунікації Клаудіо Марії Челлі у Львівській духовній семінарії Святого Духа відбулася лекція «Можливості церкви та виклики в цифрову еру», на якій архі-

єпископ Челлі окреслив позицію Католицької церкви щодо завдань сучасних католицьких медіа.

Під час свого виступу архієпископ зазначив, що основа комунікації Церкви — це євангелізація. «Церква зобов'язана євангелізувати, і для цього їй потрібні завзяття, мудрість та повнота довіри до Євангелія… католицькі медії, особливо єпархіальні, мають охоплювати більше медійного простору. Кожна єпархія мусить мати свій сайт, радіо, телебачення… і з огляду на те, що одна третя світу вже присутня в Інтернеті, Архиєпископ Челлі ставить запитання: "Чи ми, Церква, готуємося до того, що нас чекає з розвитком технологічного прогресу, наприклад, через п'ять років, якщо ми і так вже відстаємо?.. Одна річ проголошувати щось 50 років тому і зараз. Людина змінюється, змінюється культура. Так само по-різному треба євангелізувати осіб різного віку, а для цього слід використовувати усі можливі засоби комунікації"» [2].

Комунікація Церкви проходить через усе її життя. Комунікувати — це не технологія, це — досвід автентичного, християнського життя, оскільки в центрі церковної комунікації є свідчення про Христа. Сучасна людина швидше довірятиме свідкам, аніж вчителям, а якщо і прислухатиметься до вчителів, то тільки через свідків. «Тому журналіст нових медій в сучасних умовах не мусить бути людиною екстраординарного розуму, але насамперед має бути свідком, — вважає Архиєпископ Челлі та пригадує слова Папи Павла VI, що свідчення є одним з перших інструментів євангелізації» [2].

У 2005 р. Папа Іван Павло II говорив не про інструменти, а про культуру комунікації, а оскільки ЗМК мають величезний вплив на поступ суспільства, то великий виклик для Церкви — це знати, як комунікувати в епоху цифрової культури, як інкультурувати послання спасіння у світі сьогодні. Церква не повинна використовувати медіа для того, щоб інтегрувати Євангеліє в нову цифрову культуру. Вона має використовувати нові засоби і використовувати їх у власній місії у третьому тисячолітті. Інтернет — це нове середовище життя, і у ньому необхідно проголошувати Євангеліє. В умовах мультикультурності необхідно вести діалог із пошаною, без релятивізму та двозначності.

Архієпископ Челлі також вказав на проблеми комунікування з людьми, які втратили віру, і на те, які є виміри, щоб наблизитися

до таких людей, а саме: «Слід вчитися розмовляти мовою сучасної людини, мовою тих, хто поза Церквою. Життя Церкви і все, що Вона робить, — це комунікація, тому, як підкреслив ватиканський ієрарх, завданням католицьких ЗМІ є служіння людині у дусі любові. Адже завдання комунікації (особливо католицьких ЗМІ) полягає в тому, щоб наблизитись до особи, намагатися зрозуміти, чим вона живе і що тривожить її серце, а лише тоді звістити їй Євангеліє Ісуса. Архиєпископ Челлі вже й раніше неодноразово наголошував, що у світі близько 440 млн католиків є активними користувачами Інтернету, а отже — там мусить бути і Церква» [2].

Як Ватикан реалізує власні медійні плани у наш час? Згідно з інформацією, яку розмістило на своєму сайті незалежне телевізійне агентство Rome Reports, на сьогодні Ватикан володіє п'ятьма видами медіазасобів, серед яких — газета «L'Osservatore Romano», що друкується від 1861 р. і виходить щодня італійською та щотижня — сімома іншими мовами світу; Радіо Ватикану, у штаті якого працює понад 400 співробітників і передачі якого виходять 41 мовою; Ватиканський телецентр, що транслює як програми для широкої аудиторії, так і літургійні церемонії. У розпорядженні Ватикану також є інтернет-ресурси News.va, що є його основним інформаційним центром, контент якого відображений п'ятьма мовами, та Fides News Agency, яким керує Конгрегація з євангелізації. Про новини повідомляють також Ватиканський інформаційний сервіс та щоденний бюлетень.

Окрім того, 23 січня 2013 р. запущено додаток до засобів мобільного зв'язку Pope App, який доступний для завантаження п'ятьма мовами: англійською, французькою, італійською, португальською та іспанською і дає можливість користувачам стежити за подіями, пов'язаними із Папою, а також пропонує переглядати вебтрансляції з Ватикану [1; 8].

Цей факт є одним із проявів стрімкого освоєння Католицькою церквою інтернет-простору. Зокрема, у Посланні Папи Франциска на 48-й Всесвітній день суспільних комунікацій читаємо: «Сміливо ставаймо мешканцями цифрового світу. Церква потребує дбати про і бути присутньою в світі комунікації для того, щоб вести діалог з сучасними людьми і допомагати їм зустрічати Христа… Революція,

що відбувається в комунікативних медія та в інформаційних технологіях, є величезним і захоплюючим викликом; нам потрібно відповісти на цей виклик зі свіжою енергією та уявою, щоб передавати іншим красу Бога» [4].

У середовищі нової медіакультури Церква прагне, щоби технологія була на службі людини, а не навпаки, і для цього Вона готова йти на жертви. З приводу цього Папа Франциск пише: «Якщо постане вибір між Церквою, яка в синцях виходить на вулиці, і Церквою, що страждає від егоцентризму, я, без сумніву, обираю першу. Цими «вулицями» є світ, де живуть люди і де їх можна досягнути і ефективно, і афективно» [4]. Під час розбудови своїх медіастратегій Церква трактує ЗМК як засіб єднання, інструмент творення комунікативного простору як місця зустрічі, в якому комуніканти є один одному «ближніми».

1. Ватиканські медіа: від традиційних до найновіших технологій [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.credo-ua.org/2014/07/119374.
2. *Гадьо Н.* Уроки Архиєпископа Челлі для нових медій [Електронний ресурс] / Наталя Гадьо. — Режим доступу: http://www.mediakrytyka.info/media-filosofiya/uroky-arkhyyepyskopa-chelli-dlya-novykh-mediy.html.
3. Поради журналістам [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://risu.org.ua/ua/index/blog/~anatolius/46842/.
4. Послання Папи Франциска на 48-й Всесвітній день суспільних комунікацій [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://catholicnews.org.ua/poslannya-papi-franciska-na-48-iy-vsesvitniy-den-suspilnih-komunikaciy.
5. Франциск Салезький [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.christusimperat.org/uk/node/37102.
6. Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа / упоряд. і наук. ред. М. Перун. — Львів : Видавництво Українського Католицького Університету, 2004. — 440 с.
7. *Шеннон К.* Работы по теории информации и кибернетике / Клод Шеннон. — М. : Издательство иностранной литературы, 1963. — 829 с.
8. A look at the Vatican's mass media outlets [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.romereports.com/pg157615-a-look-at-the-vatican-s-mass-media-outlets-en.
9. St. Francis de Sales [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://catholic.org/saints/saint.php?saint_id=51.