

10. Новітні релігійні утворення як форма сучасної масової культури

Питання про взаємопов'язаність культури і релігії в різних їх аспектах завжди цікавило мислителів різних епох і філософських напрямків. Але як в сучасній культурології, так і в академічному релігієзнавстві, в рамках вітчизняної школи і в світовому науковому співтоваристві єдиного погляду чи відповіді на це питання не існує.

Метою даної праці буде аналіз новітніх релігійних утворень (на прикладі неохристиянських харизматичних громад) в парадигмальному контексті масової культури, з'ясування місця і ролі новітньої релігійності серед культурних феноменів сьогодення. Щоб відповісти на питання: Чи можна вважати нові релігійні утворення формою масової культури? – слід навсамперед проаналізувати саме явище масової культури, його природу, генезис, завдання, які воно вирішує, методи, якими послуговується та його практичні вияви. Оскільки «масова культура» - це термін, який використовується в сучасній культурології, постановка питання в такому ракурсі ще не поставала об'єктом релігієзнавчих рефлексій.

Термін «масова культура» позначає специфічний різновид духовного виробництва, орієнтованого на «середнього» споживача. Тут йдеться про можливість широкого тиражування оригінального продукту [Философия. Энциклопедический словарь. Под ред. А.Ивина. – М., 2001). Цей своєрідний феномен ХХ століття став можливим завдяки засобам масової комунікації. Вважається, що до ХХ ст. масової культури не існувало. Але на початку Третього тисячоліття культура перестає бути об'єктом і стає «способом прожиття» (the way of life), сукупністю екзистенційних практик, що формує ідентичність суб'єкта, класу, раси, гендера, віри тощо.

Так, Д.Келлнер вважає, що сьогодні «смісл цього терміну визначає водночас природу і форми артефактів культурної індустрії, характеризує спосіб виробництва сучасної культури і її розповсюдження, виокремлюючи в особливу сферу цикл виробництва та споживання продуктів, вироблених засобами масової комунікації» [Цит. по: Усманова А.Р. Культурные исследования // Постмодерн. Энциклопедия. – Минск, 2001. – С.397].

Що стосується заявленої теми, то під новими релігіями в широкому змісті ми розуміємо новотвори другої половини ХХ ст. (тобто того ж проміжку часу), що з'явилися в результаті діяльності релігійних реформаторів, які, базуючись на певній або декількох віросповідних традиціях, творять нові віровчення, релігію, культ. Нас цікавить, чим визначальний цей проміжок існування людства, в межах якого утворюються такі феномени?

В першу чергу цю добу людської історії визначає множинність культури, так званий мультикультуралізм (multiculturalism), «масовість» в її проявах - масова культура, масова інформація, масові новітні релігійні течії і напрямки тощо. Зміна стилю життя та соціальних реалій Західного суспільства загалом та посткомуністичного простору зокрема, розвиток масових комунікацій, глобалізація економіки та стандартизація культури (нав'язування певної моделі культури як домінуючої) шляхом її «масовізації», дезінтеграція локальних людських «общин» і як наслідок - сплеск національного, расового та релігійного фундаменталізму є типовими для людського існування початку ХХІ ст. Розглянемо докладніше, в чому ж полягає специфіка масовості культурних явищ.

Хосе Ортега-і-Гасет відзначав, що важливим фактом минулої епохи є «повстання мас», нашестя натовпу. Цей іспанський філософ пише про раптову появу «скопичення, скупчення», внаслідок якого, за його словами «все, що було створено цивілізацією (будівлі, засоби виробництва), знаходяться зараз в розпорядженні натовпу». Він говорив також, що «люди, які складають натовп, існували й раніше, але не були натовпом. Розсіяні по світу маленькими групами чи поодиночці, вони жили, здавалось, розкидано... Кожен з них був на місці, і часом дійсно на своєму: в полі, в сільській глибинці, на хуторі, на міських окраїнах. Тепер же виникає скупчення і ми повсюди бачимо натовп» [Ортега-І-Гассет Х. Восстание масс [http:// www. skmrf. ru /libraru /libraru _ files /ortega. htm](http://www.skmrf.ru/libraru/libraru_files/ortega.htm)].

Густав Лебон дуже влучно характеризує поведінку натовпу, зазначаючи, що найразючішим фактом, який спостерігається в психології натовпу є те, що якими б не були ті індивіди, з яких складається натовп, незалежно від їхнього способу життя, занять, їхнього характеру чи розуму, одного їх перетворення достатньо для того, щоб у них склалося щось на зразок колективної душі, яка примушує їх відчувати, думати і діяти зовсім інакше, ніж думав, діяв і відчував би кожен з цих людей в окремоті». Постає цілком логічне запитання: скільки людей повинно об'єднатися, щоб скласти психологічний натовп будь-якого вектору спрямування?

В праці Соммера Даріо Саласа «Мораль ХХІ века» говориться про те, що натовп – це будь-яка кількість людей, характерним явищем для якої є психологічне злиття. Йдеться про те, що «психологічний натовп» може складатися навіть з двох осіб, як це відбувається у випадку закоханості [Соммэр Д.Салас. Мораль ХХІ века. - М., 2004. – С.37].

Для сучасного життя характерним і домінуючим є включення, інтеграція людини у різноманітні масові організації: політичні, спортивні клуби, професійні асоціації, релігійні організації. Кожна з таких організацій потребує від своїх членів дотримання певних стереотипів поведінки. Саме слідування певному стереотипу, «кодексу» мислення, дії, грає об'єднуючу роль в масових організаціях. Цей стереотип дозволяє людині ідентифікувати іншу людину як «свого», або ж як «чужинця». Специфіка цих стереотипів в релігійних

організаціях є для нас особливо цікавою, бо вони складають специфіку об'єкта нашого дослідження.

Цікаво, що велика кількість людей взагалі (будь-які масові заходи громадського характеру) та масові релігійні зібрання зокрема, мають свої специфічні характеристики. Психолог і психіатр В.Леві, ґрунтуючись на власній практиці, вважає, що переконати в чомусь велику кількість осіб легше, ніж окремого індивіда. Згідно з його теорією «розкиду вірогідностей», специфіка цього явища в тому, що серед маси присутніх осіб завжди знайдеться хтось такий, хто «відчує», «повірить»; хтось, на кого здійснюваний вплив подіє [Леві В. Искусство быть собой. – М., 1990. – С.227]. Далі спрацьовує механізм вземонаслідування, взаємопереконання, потім вступає в дію ланцюгова реакція, яка по суті перетворює малу вірогідність в більшу, більшу ще в більшу і т.д.

Говорити про «масовість» в масовій культурі не доводиться, але цікавим і доцільним видається аналіз спрацьовування таких механізмів в релігії. Звернемося за прикладом до «наймасовішого» напрямку НРТ – харизматичного. Заслуговує на увагу той факт, що на кожному харизматичному зібранні розміщення присутніх проводиться так, щоб між ними не було вільних місць. З одного боку – компактність розміщення присутніх має свої переваги, однак, з іншого боку, включення механізмів поведінки, характерних для великої кількості людей, відбувається позасвідомо і з необхідністю [Див.: Бехтерев В. Избран. работы по социальной психологии. – М., 1994].

Форма проведення харизматичних зібрань побудована так, щоб усі присутні стали безпосередніми учасниками богослужіння. В основному дія відбувається у великих залах з використанням аудіо- і відеоапаратури. Розглядаючи психологічні особливості харизматичних зібрань, слід відзначити значимість місцезнаходження діючих осіб – розташування на сцені ведучого, хору, музикантів. Цей етап цілком можна назвати «розігрів». На цьому етапі важливими є не слова і тексти пісень, а розосередження уваги присутніх з їх особистих проблем, а зосередження на тому, що відбувається навколо. І ведучий і хор діють разом, поперемінно акцентуючи на собі увагу присутніх. Важливу роль в цьому грає голосна і ритмічна музика. Принагідно згадаємо, що будь-які масові музичні заходи теж починаються з так званого «розігріву». Найпопулярніші виконавці, як правило, з'являються на сцені пізніше.

Сценарій богослужіння розгортається далі наступним чином. Ведучий проголошує: «Ми тут, щоб разом з вами прославити Бога. Ми будемо служити йому: у танці, в пісні... Ви нас підтримаєте? Але для того, щоб танцювати потрібно встати. Устаньте всі!». В такий спосіб присутніх спонукають до співпричетності до того, що відбувається. З метою викликання у присутніх «Так-реакції» проголошуються очевидні ствердження (трюїзми). Ведучий пропонує їх декілька, одне з яких – бездоказове, інші - істинні, але завдяки тому, що вони впливають одне з одного, людина по інерції погоджується з усіма: «Ісус - це

живий Бог!.. Він - живий!.. І я живу, тому, що Він - живий!.. Він - живе в мені!.. Він буде жити у вас!..» Таким чином відбувається взаємоіндукція того, хто промовляє і слухачів.

Звернемо увагу на два останніх твердження. «Він - живе в мені», - ведучий ототожнює себе і Бога, харизматичну церкву і Бога, харизматичну церкву і присутніх. З цього моменту фрази на зразок: «Ми хочемо, ми прийшли...». означають: «І ти теж, разом з нами». Таким чином, протягом всього зібрання на присутніх поширюються думки і дії, характерні для членів харизматичної церкви, їхня свідомість стереотипізується. В.Бехтерев, описуючи подібні масові зібрання, підкреслює «... взаємовплив, який на таких зібраннях здійснюється ... окремими членами один на одного. Він піднімає почуття захоплення до надзвичайного напруження, котре неможливо досягти за інших умов окремим членам. Цей же взаємовплив згуртовує окремих членів сект на зібраннях в одне ціле, в одну особистість, яка живе однією думкою, вимовляє одні і ті ж слова, виконує однакові за суттю жести і рухи тіла» [Бехтерев В.М. Гипноз, внушение, телепатия. – М., 1994. – С.156-171].

Виникає необхідність закріпити відчуття стереотипної спільності думок і почуттів всіх присутніх на богослужінні. Саме це і відбувається далі. Ведучий пропонує: «Давайте проспіваетмо наступну пісню разом! Там буде такий приспів: «Ісус мій Бог! Ісус живий!» Але спочатку, давайте спробуємо так: я буду говорити одну половинку фрази, а ви - другу, гаразд? Ісус мій... Ісус...» і так кілька разів. А далі пісня. Тепер, коли присутні задекларували свій намір, потрібно, щоб вони підтвердили його справою. Часто це відбувається за допомогою хороводу.

Природно, що весь зал не може взяти участь у такому танці, однак, дивлячись на інших, усі можуть поплескуванням чи підскакуванням на місці засвідчити про свій намір. Ведучий проголошує: «Скажи своєму сусіду: я запрошую тебе танцювати для Ісуса! Ти правильно зробив, що прийшов сюди!». Танцюючі на сцені, одягнені, наприклад, у національні костюми. В такий спосіб відбувається ототожнення народної традиції з невластивим для ментальності українця образом благочестя. Музика змінюється, вона вже мелодійніша, більше значення надається словам, які ведучий попередньо оголосив: «Уся слава Тобі, уся велич Тобі... Тебе я буду все життя прославляти». Раніше уже відбулося ототожнення: Бог – церква, Бог - життя, Бог буде жити в тобі, Він (церква) - принесе свідомість у твоє життя. Тепер робиться висновок: Бог (церква) - гідний величі, слави, служіння.

Далі заключна молитва, коли лунає заклик приєднання: «Приєднайся до нас біля сцени... Вибери сьогодні Ісуса (церкву)... Зроби вірний крок... Спасибі Тобі, Ісус (церква) за прекрасне зібрання... Ми хочемо, щоб ця церква була вашим домом».

Ніхто з присутніх на харизматичному зібранні не може стверджувати, що його, скажімо, загіпнотизували. Оскільки, гіпноз асоціюється з цілком визначеними діями – суггестологія, сон, безпам'ятство. Але всі вони тією чи іншою мірою відчули себе в «зміненому стані свідомості». І ця зміна відбулася повільно, непомітно для них. Однак це не є прерогативою тільки харизматичних богослужінь. Якщо зняти релігійне забарвлення, то за такою ж самою схемою, з використанням тих же самих методів і включенням тих же механізмів проводяться й інші масові заходи – концерти поп- і рок-виконавців, передвиборчі агітаційні заходи, прямий продаж в сітьовому маркетингу тощо. Отже, можна стверджувати, що основним завданням таких заходів є формування стереотипної масової свідомості певного (в нашому випадку релігійного) спрямування.

Що ж собою становить масова свідомість? Це – шаблонне, персоналізоване усвідомлення актів розвинутого індустріального суспільства, яке формується під масованим впливом засобів масової інформації і стереотипів масової культури. Для нас привабливим постає й інше розуміння масової свідомості, а саме – позначення однієї з форм дотеоретичного світорозуміння, заснованої на подібному життєвому і пережитому релігійному досвіді людей, включених в однотипні релігійні структури. Основні установки масової свідомості становлять собою набір емоційно-образних суджень про реальність і конкретно-практичні моделі поведінки, що ми й спостерігаємо повною мірою на харизматичних богослужіннях. Як основні складові масової свідомості, можна виокремити такі – за формою і за суттю. Назвемо деякі характеристики кожної з них. **За формою:** 1) великі зали та масовість богослужінь (чи інших заходів нерелігійного характеру); 2) використання відео- й аудіоапаратури з метою введення людей в змінені стани свідомості (низькі частоти музичних звуків, використання ударних установок); 3) присутність стихійно-екстатичного начала, 4) викликання «Так»-реакції. **За суттю:** 1) конкретно-ситуативні програми діяльності, неявне незнання; 2) повсякденні побутові установки і рецепти у вигляді простих тверджень і рекомендацій; 3) картина світу в цілому, ґрунтована на даних, які виходять за рамки безпосереднього досвіду і надані домінуючою релігійною або нерелігійною системою.

Отже, складові масової свідомості є одними й тими ж самими незалежно від ідеологічної спрямованості формуючих її стереотипів. В цілому такий підхід до окремо взятого індивіда спрощує складну систему ціннісних орієнтацій людини і багатоманіття відтінків світовідчуттів до елементарних опозицій (прихильники цієї релігійної/нерелігійної системи – «наші», неприхильники, навіть якщо вони не проявляють відкритої ворожості – «не наші»), а також замінює детермінованість явищ і подій простими і, зазвичай, фантастичними поясненнями («світова змова», «гнані, бо праві», «діяльність чорних сил», «підступи ворогів істини» тощо). Зрештою, це звільняє індивідів, не схильних до складних інтелектуальних рефлексій від зусиль по раціональному вирішенню проблем і дає вихід емоціям.

В сучасному постмодерному світі можна виокремити загальну тенденцію трансформації масової релігійної свідомості – її загальну психологізацію (вона є «візитною карткою» новітніх релігійних рухів, зокрема неохристиянського спрямування). І знову ж таки - стереотипну психологізацію, виклик стереотипних психічних реакцій спрощеного типу. Об'єктивні явища в соціально-економічному, політичному, культурному та ідеологічному житті сучасного суспільства обумовлюють «масову індивідуалізацію» релігійної свідомості. Досягнення принципової догматичної мети певної конфесії, наприклад спасіння душі тощо, заміщується на досягнення певного психотерапевтичного результату – катарсису, втішення тощо. В свідомості основної маси віруючих, акцентуються питання не стільки пояснення релігією картини світу, скільки задоволення духовно-моральних потреб індивіда, спілкування людей на особистісному рівні, відволікання від буденних турбот і життєвих негараздів, зняття стресового стану людини, пояснення їхнього призначення і сенсу життя, для декого - стимулювання дотримання національних, сімейно-побутових традицій, можливість емоціонального виходу почуттів. Отже, відбувається зміщення з питань, що стосуються класичної (біблійної) релігійної картини світу (хоча й він цілком не ігнорується) на питання сенсожиттєві.

Відтак, і нові релігійні рухи, що характеризуються масовістю, і власне масова культура виникають як засіб маніпулювання масовою свідомістю в інтересах пануючих структур чи окремих осіб. Це своєрідна спроба задовольнити природне людське прагнення до ідеалу посередництвом стійких світоглядних кліше, яка формує неявний кодекс світорозуміння і моделі поведінки. Як правило, оперують вищезазначені явища базисними архетипічними уявленнями і почуттями (це і бажання любити, і страх перед чимось невідомим, прагнення до успіху, надія на чудо тощо), створюючи на їх основі продукцію, розраховану на миттєву емоційну реакцію споживача. Це проявляється в тому, що неофітами НРР скоріше стають ті, хто в даний момент знаходиться в незвичному, нестійкому або неприємному соціальному чи психологічному стані. Це можуть бути літні особи, які нещодавно стали пенсіонерами або довгий час були самотніми, підлітки з їх кризою самовизначення, люди, які пережили стрес, а також мігранти, біженці, загалом ті, хто відчуває необхідність в спілкуванні, сердечності, встановленні емоційних зв'язків. На тлі цього «продукцією, розрахованою на миттєву емоційну реакцію споживача», може виступати один з методів залучення до релігійної системи – так зване «бомбування любов'ю», яке «тиражується» на кожного потенційного адепта.

На початковій стадії залучення новонаверненого до церкви він відчуває вплив групової уваги до себе і «бомбування любов'ю». Суть цього «бомбування» полягає в тому, що у неофіта викликається відчуття того, що нібито тут чекали саме його. Тобто використаними, сакралізованими і «розтиражованими» стають такі людські потреби, як необхідність спілкування, взаєморозуміння, співчуття, розради, створюється ціла система психологічних віддушин, які дають людям відчуття полегшення і суб'єктивного задоволення.

Квazирелігійні і паранаукові вчення, куміроманія як складові масової соціальної міфології покликані спрощувати складну систему ціннісних орієнтацій людини і багатоманіття відтінків світовідчуттів до елементарних опозицій. Величезним авторитетом і впливом користуються у своїх послідовників пастори харизматичних церков. Всі ідеї, які подаються ними як богоодкровення, сприймаються безапеляційно як рекомендації до дії. Достатньо короткого огляду переліку пропонованої богословської літератури. Так, видавничий центр церкви «Посольство Боже» «Фарес» пропонує біля 30 книжок тільки лідера церкви С.Аделаджі. Широта спектру видаваної харизматами літератури відображає розмах входження в найрізноманітніші соціальні сфери – «Как читать и понимать Библию» (Аделаджа С.), «Как преуспеть в бизнесе не потеряв душу» (Беннет Дж), «Проповеди о победе над смертью, дияволом и болезнями» (Лейк Дж.), «Сеется семья» (Левен Я.), а також поради, як не потрапити в наркотичну залежність, будувати сім'ю та інше. Доктринальні засади церков харизматичного спрямування дають «вичерпні» пояснення явищам дійсності, причому, засвоєння релігійних істин не вимагає від новонаверненого якоїсь спеціальної підготовки. Водночас основні її положення не позбавлені абстрактності і невизначеності, що дозволяє задовольнити потреби людей різних рівнів духовного й інтелектуального розвитку.

Стандарти «дозволених» та «необхідних» інтересів і потреб, способу й стилю життя формуються в свідомості adeptів харизматичних церков посередництвом власної специфічної продукції: крім друкованих видань, це і наклейки, аудіо- та відеокасети, різні значки тощо. Постійно створюється образ людини успішної, процвітаючої (так звана «теологія процвітання»). Відтак будувати своє життя слід так, щоб відповідати цьому створеному іміджу.

Ініційовані церковною верхівкою масові рухи та демонстрації, молодіжні організації, пропагандистські кампанії – марші проти СНІДу та легалізації легких наркотиків, проводяться з метою залучити до своїх акцій широкі верстви населення, які можуть бути й далекими від релігійних уподобань харизматів, не до кінця розуміють зміст запропонованих ними програм, наприклад, звільнення від тютюнопаління чи алкогольної залежності, але піддаються мобілізації шляхом нагнітання психологічної обстановки.

Що стосується індустрії відпочинку, як складової маскультури, що включає в себе естраду, рок- і поп-музику, хореографію і сценографію, конференс та інші «розмовні» жанри естради, масові постановочно-видовищні вистави тощо, то вони давно і активно використовуються в харизматичних церквах. В першу чергу ними є найрізноманітніші «групи прославлення», які здійснюють музичний супровід на кожному богослужінні. Різні дати чи конференції проводяться в харизматичних церквах у вигляді масових постановочно-видовищних вистав. Вище ми подали приклад і розглядали особливості одного з таких заходів. Специфіка використовуваних тут прийомів полягає в тому, що вони в багатьох моментах виступають еквівалентом

«субкультури дитинства», але оптимізованими під смаки й інтереси дорослого чи підліткового споживача, де використовуються технічні прийоми і виконавча майстерність «високого» мистецтва для передавання спрощеного, інфантилізованого смислового наповнення, адаптованого до невибагливих інтелектуальних та естетичних запитів масового споживача.

Однак варто зупинитися на тому, що аналіз нових релігій як форми маскультури не означає ототожнення масової культури з осередком пошлості та виявом дурного смаку, який не має нічого спільного з справжнім мистецтвом. По суті вона є феноменом людської історії, який виник із-за того, що в ХХ ст. культура постала сукупністю знань, прийомів і методів, технік і технологій дій, тобто як щось зовнішнє по відношенню до людини, щось таке, чим можна оволодіти, що можна вивчити, засвоїти, при цьому прийнявши до відому, що за необхідності чи, вірніше було б сказати, коли така необхідність відпала, можна це й відкинути.

Отже, нові релігійні утворення, особливо ті, що характеризуються масовістю, при глибшому аналізі постають формами сучасної масової культури в її маргінальних формах. Однак, на нашу думку, вони скоріше є проявом маргінальної культури. Маргінальна культура оперує технікою гранично простою, відпрацьованою попередньою культурою. Вона орієнтована на середню мовну семіотичну норму, на просту прагматику, оскільки вона звернена до величезної аудиторії. Користуючись термінами семіотики, можна сказати, що жанри маргінальної культури повинні мати твердий синтаксис, тобто внутрішню структуру, водночас вони можуть бути збіднені семантично, в них просто буде відсутній глибокий зміст. Це той фактор, який є присутнім у проповідях на харизматичних богослужіннях, в друкованій продукції харизматів, в євангелізаційних програмах на телебаченні. Але найхарактернішим, на нашу думку, для нових релігій є формування зацікавленості їх продуктом, щоб вони мали й комерційний успіх, щоб їх «купували». Так, пропонування харизматами своїх релігійних поглядів подібне, скористаємося термінологією А.Баркер, на «релігійний супермаркет», де необхідно практику своєї конфесії правильно «подати» і «продати», що й здійснюється за допомогою вільного витлумачення біблійних текстів. Зацікавленість, в свою чергу, задається твердими структурними умовами тексту. Сюжетна і стилістична фактура продукції маргінальної культури може бути примітивною з точки зору елітарної фундаментальної культури, але вона не повинна бути погано зробленою, а навпаки - в своїй примітивності вона повинна бути досконалою – тільки так їй може бути забезпечений успіх, відповідно й комерційний [Руднев В.П.Энциклопедический словарь культуры XX века. – С.221].

Отже, відповідаючи на поставлене на початку статті питання: «Чи можна вважати нові релігійні утворення формою маскультури?», ми можемо відповісти ствердно, але з тим уточненням, що вони постають формою маргінальної культури. В своїх завданнях, використовуваних методах та практичних виявах

вони є тотожними. Специфіка ж новітніх релігійних утворень як форми маскультури в контексті розглядуваної проблематики полягає власне в об'єкті віри – віри в **надприродне** (Бога), що виражає наддосвідну реальність, яка відкривається в містичних переживаннях та своєрідно проявляється через індивідуальний релігійний досвід, бо «саме тут, - як це слушно зазначає П.Яроцький, - проходить вододіл між народною казкою і релігійними уявленнями, між мистецтвом і релігією».