

УДК 004.78:282:316.776

Інформаційна діяльність Святого Престолу

Іван ОЩИПОК

аспірант

Інститут міжнародних
відносин Київського
національного університету
імені Тараса ШевченкаНауковий керівник проф.
Коппель О. А.

e-mail: osiv@ukr.net

ORCID ID 0000-0001-6645-8856

© Ощипок І., 2020

Стаття присвячена питанням медіа Католицької Церкви та адаптації новітніх засобів комунікації для потреби церковної місії. На основі проведеного аналізу показано принципи ставлення Римо-Католицької Церкви (далі — РКЦ) до глобального інформаційного простору як ефективного інструменту евангелізації та стратегічного майданчику для реалізації місіонерських завдань.

Автор статті зауважує, що процес інформатизації торкається кожної сфери соціальної активності. РКЦ в сучасну інформаційну епоху активно використовує можливості традиційних і нових медіа.

Аналізується освоєння медійного простору від часів понтифікату папи Павла VI і дотепер. У дослідженні особлива увага приділяється різним медіа, через які відбувається комунікація Католицької Церкви з вірянами, а саме: «Радіо Ватикану», спеціалізовані відеоканали такі як «Trinity Broadcasting Network» і «GOD TV» та створений у 1983 році Ватиканський Телевізійний Центр, який в 1996 році отримав статус офіційної організації, афілійованої зі Святим Престолом. Зазначається, що образ папи в медійному просторі офіційно представляють «Радіо Ватикан», «Vatican Television Center» і «Telepace». Окрема увага приділяється розробці власного сайту Ватикана — www.vatican.va та процесу комунікації, що ним забезпечується. Зазначається, що результатом політики реорганізації діяльності ЗМІ стало створення єдиної всесвітньої католицької інформаційної мережі Aleteia.

У контексті заявленої проблематики зроблено висновок про роль засобів масової комунікації, включно з радіо, телебаченням, інтернетом і соціальними мережами, як невід'ємною частиною повсякденної побутової культури і щоденних звичок сотень мільйонів людей, з огляду на що з боку церковної ієрархії стала очевидною неможливість їх ігнорування як актуального явища інформаційного порядку.

Ключові слова: Ватикан, Святий Престол, церква, евангелізація в медійному просторі, релігія в ЗМІ, Іван Павло II, Бенедикт XVI, папа Франциск.

THE HOLY SEE INFORMATION ACTIVITY

Ivan Oshchypok

Postgraduate Student

Institute of International Relations

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Scientific Supervisor: prof. O. Koppel

e-mail: osiv@ukr.net

ORCID ID 0000-0001-6645-8856

The article is devoted to the issues of the Catholic Church media and the adaptation of the latest communication means for the needs of the church mission. Based on the conducted analysis, the principles of the Roman Catholic Church attitude (hereinafter — RCC) to the global information space as an effective tool of evangelization and a strategic platform for the implementation of missionary tasks are shown.

The author of the article notes that the process of informatization affects every sphere of social activity. In the modern information age, the RCC actively uses the opportunities of traditional and new media.

The media space development from the time of Pope Paul VI pontificate to the present is analyzed. The study focuses on the various media through which the Catholic Church communicates with the faithful, namely Vatican Radio, specialized video channels such as the Trinity Broadcasting Network and GOD TV, and the Vatican Television Center, established in 1983 and which in 1996 received the status of an official organization affiliated with the Holy See. It is noted that the Pope image in the media space is officially represented by "Vatican Radio", "Vatican Television Center" and "Telepace". The researcher pays special attention to the development of the Vatican's website — www.vatican.va and the communication process carried out with its help. It is noted that within this direction the policy of the Holy See mass media reorganization is developing, which resulted in the creation of a single global Catholic information network Aleteia.

In the context of the stated issues, the conclusion was made about the role of the media, including radio, television, Internet and social networks, as an integral part of everyday culture and daily habits of hundreds of millions people, given that the church hierarchy has made it impossible ignoring them as an actual phenomenon of the information order.

Keywords: *Vatican, Holy See, church, evangelization in the media space, religion in the media, John Paul II, Benedict XVI, Pope Francis.*

Постановка проблеми

Важко заперечити той факт, що друга половина ХХ століття охарактеризувалася потужним обміном інформацією, під впливом якого почали змінюватися держави, культури і сама людина. Процес інформатизації торкається кожної сфери соціальної активності. РКЦ в сучасну інформаційну епоху активно використовує можливості традиційних і нових медіа. Вона завжди намагалася бути динамічним і послідовним суб'єктом в глобальному інформаційному просторі. Водночас, медіа перетворилися не тільки на важливий атрибут інформаційного суспільства, але й стали інструментом релігійної влади.

Аналіз досліджень

Кожен новий етап розвитку засобів масової комунікації суттєво впливає на характер сприйняття реальності. Розвиток комунікаційного середовища, багато в чому визначає етапи розвитку самого суспільства. Розгляду проблематики інформаційної епохи та інформаційного суспільства присвячені роботи багатьох вчених, таких як: Д. Белл, Р. Дарендорф, М. Кастельс, С. Мартін, Т. Стоуньєр, Ю. Хаяші, К. Ясперс та ін. З іншого боку, опубліковано чимало папських документів, що стосуються діяльності РКЦ в інформаційній сфері, а саме: енцикліки «Miranda Prosus» (1957) і «Inter Mirifica» (1963), «Laudato Si'» (2015) душпастирські інструкції «Aetatis Novae» та «Communio et Progressio» та інші.

Актуальність теми зумовлена зростаючим впливом інформації та медіа ресурсів на різні світові процеси, в тому числі і релігійного характеру. РКЦ, як найактивніша в глобальному інформаційному просторі серед всіх релігійних організацій світу, трансформувалася та продовжує змінюватися залежно від засобів передавання інформації.

Метою статті є дослідження медіа як засобу комунікації для потреби Церкви. Об'єктом статті є інформаційна епоха, а предметом — використання медіа та ставлення до них РКЦ.

Вклад основного матеріалу

Робота зі ЗМІ як самостійний напрям інформаційної політики запроваджена Святим Престолом в середині 1960-х роках за понтифікату папи Павла VI. Епохою осмислення РКЦ власної ролі в активно мінливому світі, пошуку форм і способів існування євангельської місії в умовах глобалізації став II Ватиканський собор (1962–1965 рр.). На ньому вперше обговорювалося питання засобів масової комунікації і саме він зробив системним католицьке богослов'я в сфері віртуальних комунікацій. Соборний декрет «Inter Mirifica» (1963) комплексно визначив ставлення РКЦ до ЗМІ та закріпив за церквою «право користуватися і володіти цими засобами в тій мірі, в якій вони необхідні або корисні для християнського виховання і спасіння душ» («Inter

Mirifica», 1963). Викладені в «Inter Mirifica» принципи були детально роз'яснені Папською радою з соціальних комунікацій у пастирській інструкції «Communio et Progressio» (O Connor et al., 1971). В інструкції зазначено: засоби комунікації мають благородне завдання — поглибити суспільну свідомість, зблизити людей, примножити зв'язки всередині суспільства, зруйнувати перепони простору і часу (O Connor et al., 1971). Медіа оголошені стратегічним пунктом католицької доктрини, охарактеризовані як «дар Божий», який, «згідно з Божественним планом, об'єднує людей в братстві і таким чином допомагає їм взаємодіяти відповідно до Його Божественної волі з метою спасіння» (O Connor et al., 1971).

У папських посланнях і документах, присвячених аспектам медійної сфери, Святий Престол регулярно цікавиться проблематикою ЗМІ. «Церква відчула б себе винною перед лицем Господа, якби не поставила собі на службу ці потужні інструменти, які людський розум удосконалює з кожним днем» (Paulus PP VI, 1975). Окреслюючи контури інформаційного простору, Святий Престол відстежує тенденції технологічного і морального порядку, даючи їм богословське осмислення — багатоликий світ комунікацій перетворюється на поле активної катехізації, а пасивне ставлення до нього розцінюється як невиконання морального обов'язку перед Богом. Католицька церква прагне показати, що «суть євангельської звістки не змінюється залежно від того, як вона передається, чи то на скрижалях чи то на планшетах. Відповідно, апостольське служіння повинно вестися на тих технічних майданчиках і сферах, де збирається масова аудиторія» (Жосул, 2016).

Прорив у справі освоєння медійного простору був зроблений за понтифікату папи Павла VI. Радіопередачі в цей час почали транслюватися 32 мовами у 38 країнах світу, штат Радіо Ватикану розрісся до 280 осіб. У 1970 році Радіо Ватикану почало «супроводжувати» папу в усіх закордонних поїздках. У 1990-ті роки Радіо Ватикану перейшло на супутникове та інтернет-мовлення, аналоговий звукозапис був замінений цифровим. Сьогодні Радіо Ватикану щодня виходить в ефір на п'яти каналах сорока п'ятьма мовами. Річний ефірний час складає 23500 годин (з них: випуски новин — 6,8%, літургія, етичні програми — 5,5%, музичні програми — 16,7%), річний бюджет — 28 мільйонів євро («Радио Ватикана», б.г.). Бібліотечний фонд Ватиканського радіо включає в себе багатотомне зібрання журналів, книг, енциклопедій, стрічок, компакт-дисків, електронних носіїв з музичними записами, папськими промовами тощо.

Глобалізація медійного простору дозволила Святому Престолу розширити свою аудиторію і, крім радіо, створити спеціалізовані відеоканали такі як «Trinity Broadcasting Network» і «GOD TV». У 1983 році був створений Ватиканський Телевізійний Центр, який в 1996 році от-

римав статус офіційної організації, афілійованої зі Святим Престолом («Vatican Television Center», 2001). Основним завданням Телецентру стали зйомки і трансляції богослужінь, аудієнцій, публічних заходів, візитів та урочистих церемоній за участю понтифіка, висвітлення роботи курії, пресконференцій, церемоній похорону, інтронізації та беатифікації, архівування телевізійного матеріалу, співпраця з інформаційними агентствами і телеканалами. За останнє десятиліття Ватиканський телецентр провів технічне переоснащення і запустив мовлення у форматі надвисокої чіткості. Високий рівень технічної оснащеності і виробництва медіапродукту був відзначений на Міжнародному конкурсі, присвяченому супутниковому телебаченню. У числі 100 телеканалів з 27 країн світу Телецентр Святого Престолу став лауреатом телевізійної премії «Eutelsat» за досягнення в застосуванні сучасних технологій і «використання зображення надвисокої чіткості в справі комунікації подій католицької церкви» («Ватиканський телецентр», 2015).

Незважаючи на велику кількість телеканалів і радіостанцій, опосередковано пов'язаних з Ватиканом, образ папи в медійному просторі офіційно представляють «Радіо Ватикану», «Vatican Television Center» і «Telepace». Телецентр щорічно проводить близько двохсот прямих трансляцій з Ватикану та інших регіонів, випускає щотижневу інформаційну програму «Octava Dies», щоденний і щотижневий випуск новин з оглядом листів телеглядачів і коментарями священнослужителів, транслює документальні програми, відео поїздок понтифіків, регулярні зображення з вебкамер на площі Святого Петра. З інших засобів комунікації Святий Престол має регулярну пресу (з 1861 року), власну пошту (з 1929 року), геліпорт (з 1976 року).

У 1980-х роках увага Ватикану прикута до проблеми комп'ютеризації та інформаційних технологій. Вже Іван Павло II говорив про прирештя ери комп'ютерних телекомунікацій, щодо якої Церква «не тримає дистанції та від якої аж ніяк не збирається ізолюватися» (Ioannes Paulus PP II, 1990). В енцикліці про актуальність місіонерського послання «Redemptoris missio» Іван Павло II назвав світ ЗМІ «головним ареопагом сучасності», сказавши, що недостатньо використовувати комунікації лише для поширення Євангелія, «слід інтегрувати саму звістку в цю нову культуру, створену сучасними засобами комунікації» (Ioannes Paulus PP. II, 1990).

Здійснюючи комунікацію з використанням максимально нових технологій, у 1989 р, наприклад, у пресслужбі Ватикану було встановлено 40 найсучасніших на той момент комп'ютерів. З 1991 р Ватикан почав активно використовувати програмні сервіси (WORM¹, SEDOC²),

1 Servizio di Documentazione – Служба документації.

2 Distribuzione elettronica dell'informazione – система електронного поширення інформації.

які сприяють більш активному та якісному поширенню інформації у зручному для реципієнтів форматі. У 1992 році була створена спеціальна система DEI, через яку передаються всі послання пап. Отже, протягом 90-х років Ватикан зробив все можливе, щоб не залишитися на «задвірках» нових технологій і «йти в ногу з віруючими».

У середині 1990-х років Ватикан ще не мав власного сайту, проте всі важливі події Католицької церкви (різдвяні меси, урочисті папські благословення «Urbi et Orbi») транслювалися за допомогою сервісів французького оператора супутникового зв'язку Eutelsat і британського WRN Broadcast. Через дані сервери Папа Іван Павло II звертався до віруючих під час геноциду в Руанді 1994 р. і конфлікту в Косово в 1999 р.

У березні 1997 р. Ватикан запустив власний офіційний сайт www.vatican.va. За словами колишнього глави Папської ради з масових комунікацій Клаудіо Марія Челлі, діяльність Ватикану в мережі стала «продовженням пастирського завдання папи» і, відповідно, його публічної дипломатії.

У рамках даного напрямку розвивається політика реорганізації діяльності мас-медіа Святого престолу, результатом якої стало створення єдиної всесвітньої католицької інформаційної мережі «Aleteia» (<https://it.aleteia.org/>). Дана реформа дала свої результати — в соціальній мережі вже понад 67 млн католиків. «Aleteia» стала першим новинним та інформаційним вебсайтом під егідою Папської комісії з масових комунікацій та Папської ради зі сприяння нової євангелізації, де висвітлюються питання життя, віри і суспільства. В його роботі беруть участь понад 1300 католицьких партнерів і близько 800 експертів. Базується у Франції і працює вісьмома мовами по всьому світу.

У 2002 році Святий Престол опублікував дві статті про ставлення церкви до інтернету — «Церква і Інтернет» (Foley & Pastore, 2002b) і «Етика в Інтернеті» (Foley & Pastore, 2002a), що відображають принципи місіонерського служіння в медійній сфері. У посланні з нагоди Всесвітнього дня комунікацій 2002 року Іван Павло II приділив особливу увагу інтернету, зазначивши, що католицька церква ставиться до нового засобу комунікації не з побоюванням, а з упевненістю. Доказом цього стало призначення покровителя мережі святого Ісидора Севільського. На думку понтифіка, інтернет, як і інші засоби спілкування, є знаряддям, а не самоціллю, і якщо використовувати його за призначенням, він може допомогти в справі євангелізації. Насамперед інтернет дає можливість ознайомитися з християнським посланням молоді, для якої єдиним вікном у світ став кіберпростір (Ioannes Paulus PP III, 2002).

В епоху Бенедикта XVI інтернет перетворився на один з найважливіших каналів комунікацій, а соціальні мережі — на невід'ємну частину повсякденної побутової культури і щоденних звичок сотень

мільйонів людей. Соціальні мережі стали стратегічним майданчиком для реалізації місіонерських завдань Святого Престолу. Про важливість цифрових медіа для передачі «нескінченного багатства Євангелія» і ефективності мови зображень і звуків Бенедикт XVI писав: «Ефективні комунікації, як історії Христа, які повинні включати явну і емоційність тих, кого ми бажаємо запрошувати до зустрічі з таємницею Божої любові» (Benedict XVI, 2013). Першим кроком на шляху освоєння Ватиканом простору соціальних мереж став створений в грудні 2012 року акаунт Бенедикта XVI в Твіттері — відтоді блогосфера перетворилась у стійке поле католицької місії і органічний параграф соціальної теології. У посланні з нагоди Всесвітнього дня комунікацій 2010 р. Бенедикт XVI приділяє увагу мас-медіа як атрибуту пастирського служіння, який надає духовенству широкі можливості, «спонукаючи їх втілювати універсальний характер місії Церкви, будувати справжнє спілкування і свідчити сучасному світу про нове життя, яке настає, коли чуєш Євангеліє Ісуса» (Benedict XVI, 2010). Соціальні мережі стають центральною темою папського послання «Соціальні мережі: врата істини і віри, нові простори євангелізації», в якому Ватикан висловив своє ставлення до Твіттера та Фейсбуку. Оскільки «цифрове середовище не являється чисто віртуальним світом», понтифік закликає віруючих використовувати соціальні мережі розумно і врівноважено, «в дусі поваги до конфіденційності, відповідальності та відданості до істини, які можуть зміцнювати узи єдності між людьми і дієво просувати гармонію людської сім'ї» (Benedict XVI, 2013).

РКЦ в інтернеті представлена потужною кількістю великих проєктів. Увагу заслуговує Сайт міста Ватикан, на якому представлена інформація про роботу служб Святого Престолу, офіційні документи, енцикліки і послання понтифіків, програми апостольських візитів. У розділах сайту надані відомості про державний устрій, закони, установи, служби Ватикану, інформація про населення, географію, історію Ватикану, гімн, прапор, герб, монети, марки Ватикану, автомобільні знаки, доступ до фотоархіву і електронних ресурсів («Vatican Internet», n.d.).

Важливим стратегічним «брендингом» і вебідентифікацією Католицької Церкви в електронній мережі є створення більш впізнаваного домену верхнього рівня «catholic». Найближчий часом, Святий Престол планує запустити нову інформаційну платформу з використанням даного домену, яка стане головним електронним майданчиком, що об'єднає всі помісні церкви та єпархії Римсько-Католицької Церкви по всьому світу (Gagliarducci, 2016). Домен верхнього рівня стане головним джерелом ідентифікатора Католицької Церкви в мережі. Це означатиме, що той, хто це має, є саме таким — тобто автори-

тетом з даного конкретного предмету. Це важлива стратегія «брендингу» і вебідентифікації Католицької Церкви в інтернеті (Warner, 2012).

Позитивний погляд на медіа є традиційним для Ватикану — всі папи новітнього часу вважали ЗМІ за сприятливий для себе ресурс. Іван Павло II називав засоби соціальної комунікації надбанням, яке слід захищати і розвивати, бо вони «можуть сприяти утвердженню справжньої культури життя»; Бенедикт XVI бачив в медіа «безпрецедентні можливості для діалогу і корисний інструмент евангелізації та катехизації»; Франциск знаходить в інформаційному полі «величезні можливості для зустрічі і солідарності», а в інтернеті — «справжнє благо і дар від Господа».

За папи Франциска в рамках соціального католицького богослов'я розвинувся унікальний напрям «богослов'я соціальних медіа», а в папських енцикліках стало актуальним говорити про необхідність церкви увійти в медійну сферу. Але водночас нинішній понтифік приділяє велику увагу і тим трансформаціям — передусім як людського спілкування та соціальних взаємозв'язків — які несе з собою зростання впливу сучасної блогосфери. Він висловлює стурбованість, що тяга до постійного «цифрового спілкування може призвести до нашої ізоляції від наших сусідів, від тих, хто біля нас», може відкинути на периферію суспільної активності «тих, хто з якихось причин не має доступу до соціальних медіа» (Francis, 2014).

В енцикліці «Laudato Si» Франциск коротко звертається до окремого аспекту гіперінформаційного суспільства — інформаційного перевантаження, що значною мірою створюється соціальними мережами. Понтифік говорить про «розсіяний інформаційний шум», який сьогодні накладає відбиток на характер відносин між людьми. Інтернет-комунікація, як зазначає папа, «дозволяє відбирати або припиняти спілкування за нашим вибором, що часто породжує новий тип штучних емоцій, що мають більший стосунок до пристроїв і екранів, ніж до людей і природи». Соцмережі, з одного боку, даючи можливість людям спілкуватися в обхід часу і відстані, водночас, «нерідко заважають нам встановити безпосередній контакт з тривогою, з страхом, з радістю іншої людини і зі складністю його особистого переживання», наслідком чого стає «глибока меланхолійна незадоволеність міжособистісними відносинами» (Francis, 2015).

І тим не менше, Франциск не відмовляється від використання соціальних мереж: «Хоча ці недоліки є реальними, вони не виправдовують заперечення соціальних медіа; швидше, вони нагадують нам про те, що спілкування є в кінцевому підсумку досягненням людини, а не технологій» (Francis, 2014).

У червні 2015 році папа Франциск запустив реформу засобів масової інформації Ватикану, в результаті якої було створено нове відом-

ство Римської курії — Секретаріат з питань комунікацій, пізніше перейменований у Дикастерію з питань комунікації — Dicastero per la Comunicazione (<http://www.comunicazione.va/it.html>). Мета проекту — об'єднати всі ватиканські ЗМІ в одну структуру, щоб «краще реагувати на потреби глобальної місії Церкви у мінливому та швидкому середовищі, такому як мультимедіа та *соціальна інформація*». В рамках даного проекту в новий Секретаріат увійшли автономні структури: Телевізійний центр Ватикану; Радіо Ватикану; офіційна газета Ватикану «L'Osservatore Romano»; ватиканське книжкове видавництво; папська комісія з питань соціальних комунікацій; пресслужба Святого престолу; інтернет-сервіс Ватикану; типографія Ватикану; фотослужба Ватикану.

Католицьким мас-медіа були поставлені завдання не гонитва за модою і рафінований епатаж, а «надзвичайно вимоглива» місія — оберігати соціальні комунікації «від усього, що їх спотворює і схиляє до інших цілей». Звертаючись до ЗМІ, Франциск закликав останні «відкритися», «розбудити слово», звернувшись «до всього людства», християнські ЗМІ повинні зосередитися на служінні вічного («Три задачі», 2014). Схожі ідеї про необхідність адаптації новітніх засобів комунікації під потреби церковної місії і правильне ставлення до них звучать з вуст офіційних представників Святого Престолу і відомих католицьких богословів.

Сьогодні над реалізацією медійних завдань трудяться десятки католицьких порталів, відомств і агентств: Радіо Ватикану, Телевізійний центр Ватикану «CTV-RV», газета Ватикану «L'Osservatore Romano», Місіонерське інформаційне агентство Ватикану, підрозділи Конгрегації ілізації народів «Agenzia Fides», Інформаційне агентство Папського інституту закордонних місій «AsiaNews», видання Федерації італійських католицьких тижневиків «L'Agenzia Servizio Informazione Religiosa», католицький новинний та інформаційний вебсайт «Aleteia», редакція італійської газети «La Stampa», католицьке інформаційне агентство «Catholic News Agency», католицька газета «National Catholic Register», портал католицької газети Англії і Уельсу «Catholic Herald» та багато інших.

Попри всю різноманітність і наявність ресурсів у ролі глобальної медійної персони Ватикану виступає Понтифік — у першу чергу завдяки концептуальній політиці, що надає апостольським візитам потужний культурно-ідеологічний імпульс. Активно використовуючи прийоми світської дипломатії, Ватикан поставив папу поза конкуренцією: у західному світі мало публічних персон, що мають справжній стабільно позитивний медійний імідж. У 2013 році за версією журналу «Time» «папа простого народу», який взяв ім'я скромного подвижника, був визнаний «Людиною року». Цю премію Франциск отримав за внесок в розвиток комплексу моральних цінностей і справу зміц-

нення миру на Землі (Chua-Eoan & Dias, 2013). У 2013 році за версією Esquire Папа Римський був визнаний «найстильнішим чоловіком», бо він носить модне взуття, віддає перевагу скромному, але елегантному одягу, не носить хутряних накидок і ювелірних виробів, допомагає міському таксі і сплачує власні рахунки в готелях (Berlinger, 2013). У 2013 році за внесок у систему загальнолюдських цінностей італійський журнал «Vanity Fair» оголосив папу Франциска «Людиною року» (REDAZIONE, 2013). За даними міжнародного рейтингового агентства Gallup International, папа Римський визнаний найпопулярнішим політиком 2016 року. Згідно з дослідженням, в якому взяли участь респонденти з шістдесяти чотирьох країн світу, позитивно оцінювали діяльність Понтифіка 54%, негативно — 12%, не визначилися — 34%. Отже, в 2016 році політичний рейтинг папи Франциска був найвищим (41%), за ним йшли Б. Обама (30%), А. Меркель (13%) і Д. Кемерон (10%) («Папа Римский», 2016).

Глава РКЦ — глобальна персона світової інформаційної політики. Завдяки високому трафіку в соціальних мережах — за ним міцно закріпилося прізвисько «лояльний до соціальних медіа папа». «Інтернет дає безмежні можливості для несподіваних зустрічей і єднання, тому є по-справжньому благим даром Божим», — заявив Франциск, для якого найзручнішою мережею виявився Твіттер.

Станом на кінець березня 2016 року кількість передплатників на Твіттер Бергольо становила понад 26 мільйонів людей. За даними щорічного звіту адміністрації «Twiplomacy», в 2015 році мікроблог папи в Твіттері (дев'ятьма мовами) лідирував за кількістю ретвітів і стояв на другому місці за кількістю передплатників після Твіттера Б. Обами (понад 56 млн людей), але, водночас, лідирує за числом ретвітів. Наприклад, середня кількість ретвітів кожного запису іспанського акаунта понтифіка становить майже 10 тисяч (Lüfkens, 2015).

Не менш популярною мережею став Інстаграм. Офіційний акаунт Святого Престола в Інстаграмі @newsva ведеться з березня 2013 року. За три роки на цей акаунт підписалось понад 85 тис. людей. Хоча по-справжньому проривною та гучною подією стала заява папи Франциска про відкриття в Інстаграмі власного акаунта @franciscus. За тиждень з моменту відкриття (з 18 по 25 березня 2016 року) на цей акаунт підписалося понад два мільйони користувачів.

Інстаграм як мережа, побудована на публікації фотографій, принципово важливий для Ватикану саме з цієї причини: візуальний образ, картинка, що передаються через різні канали комунікації, є найважливішим інструментом місії Католицької Церкви в цифрову епоху. Треба віддати належне тому, хто усвідомив принципове значення візуального образу як інструменту місії, яка ретранслюється через канали комунікації: папа Франциск регулярно ділиться фото-

графіями з церковних служб і публічних заходів, включаючи фото особистого характеру. Що стосується Facebook, то, за свідченням голови Папської ради з соціальних комунікацій К. М. Челлі, папа не заводить акаунт на Фейсбуці через переживання щодо величезного потоку можливих образ (Seward, 2014). У Франциска гарне почуття гумору: під час виступів він часто жартує, його цитати про неідеальних тець і проблеми шлюбу стають цитованими постами в соцмережах. Папа не має e-mail'а для особистого листування, всі послання понтифіка відправляються на адресу Його Святості (Sua Santità Francesco, Casa Santa Marta, 00120 Città del Vaticano). При Папському Дворі функціонує Управління Листування, яке щодня сортує величезний масив публікацій, дає рекомендації і відповідає на питання (Якуцевич, б.г.).

На думку експертів, секрет популярності папи Франциска полягає у тому, що понтифік трактує систему загальнолюдських цінностей як масив рівних преференцій для всіх, незалежно від віросповідання, соціального статусу та політичних поглядів. «Нам потрібен був хтось в брудному взутті. Ми отримали шукане і прийняли його без вагань, — сказав про папу архієпископ Нью-Йорка Т. Долан. — Нам потрібна була людина з хорошими управлінськими і лідерськими навичками» (Chua-Eoan & Dias, 2013).

Висновки

Декрети Понтифіків про нові технології несуть ідею того, що сучасні інструменти поширення інформації пропонують людству велику перевагу, тому що здатні збагатити дух.

Сьогодні Церква не тільки заохочує використання нових інформаційних технологій, але і власним прикладом показує, як можна їх використовувати, демонструючи явну перевагу над традиційними каналами поширення інформації.

Святий Престол повною мірою усвідомив потенціал кіберпростору і намагається застосувати в цілях своєї пропаганди кожен тенденцію в галузі нових технологій.

Ставлення РКЦ до інформаційної сфери, нерозривно пов'язане з трансформаційними процесами. Можемо стверджувати, що Церква трансформується залежно від засобів передачі інформації.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Ватиканский телецентр награждён премией ЕВТЕЛСАТ. (2015, 3 ноября). *Радио Ватикана*. http://www.archivioradiovaticana.va/storico/2015/11/03/ватиканский_телецентр_награждён_премией_евтелсат/ru-1184022.
- Жосул, Е. В. (2016, 15 апреля). Ватикан в социальных сетях: Католический опыт smm-политики. *Курская Православная духовная семинария*. <http://www.kurskpds.ru/articles/vatikan-v-sotsialnykh-setyakh-katolicheskii-opyt-smm-politiki/>.

Папа римский стал популярнее любого мирового политика. (2016, 24 марта). *Forbes*. <https://www.forbes.ru/news/316291-papa-rimskii-stal-populyarnee-lyubogo-mirovogo-politika>.

Радио Ватикана. (б.г.). *Wikipedia*. http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Радио_Ватикана.

Три задачи для католических СМИ. (2014, 16 декабря). *Радио Ватикана*. http://www.archivioradiovaticana.va/storico/2014/12/16/три_задачи_для_католических_СМИ/rus-840686.

Якуцевич, А. (б.г.). Папа римский Франциск. *Италия для меня*. <https://italy4.me/izvestnye-lyudi/papa-rimskij-francisk.html>.

Benedict XVI. (2010, May 16). The Priest and Pastoral Ministry in a Digital World: New Media at the Service of the Word. Message of the Holy Father Benedict XVI for the 44th World Communications Day. *The Holy See*. http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day.html.

Benedict XVI. (2013, May 12). Social Networks: portals of truth and faith; new spaces for evangelization. Message of His Holiness Pope Benedict XVI for the 47th World Communications Day. *The Holy See*. http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html.

Berlinger, M. (2013, December 27). *The Best Dressed Man of 2013: Pope Francis*. *ESQUIRE*. <https://www.esquire.com/style/mens-fashion/a26527/pope-francis-style-2013/>.

Chua-Eoan, H., & Dias, E. (2013, December 11). Pope Francis, The People's Pope. *Time*. <https://poy.time.com/2013/12/11/person-of-the-year-pope-francis-the-peoples-pope/>.

Foley, J. P., & Pastore, P. (2002, February 22b). The Church and Internet. Pontifical Council for Social Communications. *The Holy See*. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html.

Foley, J. P., & Pastore, P. (2002, February 22a). Ethics in Internet. Pontifical Council for Social Communications. The Holy See. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html.

Francis. (2015, May 24). Encyclical Letter *Laudato Si'* of the Holy Father Francis on Care for our Common Home. *The Holy See*. http://www.vatican.va/content/francesco/en/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si.html.

Francis. (2014, June 1). Message of Pope Francis for the 48th World Communications Day. Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter. *The Holy See*. https://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

Gagliarducci, A. (2016). Monsignor Viganò: «Assumiamoci il rischio di comunicare in maniera proattiva». *Acistampa*. <https://www.acistampa.com/story/monsignor-vigano-assumiamoci-il-rischio-di-comunicare-in-maniera-proattiva-3051>.

Ioannes Paulus PP II. (1990, December 7). *Redemptoris Missio* On the permanent validity of the Church's missionary mandate. *The Holy See*. <http://www.vatican>.

va/content/john-paul-ii/en/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html.

Ioannes Paulus PP II. (1990, May 27). The Christian Message in a Computer Culture. Message of the Holy Father John Paul II for the 24th World Communications Day. *The Holy See*. http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011990_world-communications-day.html.

Ioannes Paulus PP III. (2002, May 12). Internet: A New Forum for Proclaiming the Gospel. Message of the Holy Father John Paul II for the 36th World Communications Day. *The Holy See*. http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html.

Lüfkens, M. (2015, April 28). *Twiplomacy Study 2015*. *Twiplomacy*. <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2015>.

O Connor, M. J., Ferrari-Toniolo, A., & Deskur, A. M. (1971). Pastoral instruction «Communio et Progressio» on the means of social communication, written by order of the Second Vatican council. *The Holy See*. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_en.html.

Paulus PP VI. (1975). *Evangelii Nuntiandi*. Apostolic Exhortation Of His Holiness Pope Paul VI to the episcopate, to the clergy and to all the faithful of the entire world. *The Holy See*. http://www.vatican.va/content/paul-vi/en/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html.

Pope Paul VI. (1963). Decree on the media of social communications. *Inter Mirifica*. Solemnly promulgated by His Holiness. *The Holy See*. https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_en.html.

REDAZIONE. (2013, Luglio 09). Vanity Fair elegge Papa Francesco «uomo dell'anno». *VanityFair*. <https://www.vanityfair.it/news/italia/13/07/09/cover-vanity-papa-francesco>.

Seward, Z. M. (2014, May 22). Why the pope is on Twitter but not Facebook. *Quartz*. <https://qz.com/212171/why-the-pope-is-on-twitter-and-not-facebook/>.

Vatican Internet Sites. (n.d.). The Holy See. http://www.vatican.va/siti_va/index_va_en.htm.

Vatican Television Center. (2001). [vatican.va/news_services/television/documents/ns_ctv_doc_23102001_info-gen_en.htm](http://www.vatican.va/news_services/television/documents/ns_ctv_doc_23102001_info-gen_en.htm).

Warner, M. (2012, June 15). How Vatican buying dot-catholic top-level domain will change the Church. *National catholic register*. <http://www.ncregister.com/blog/matthew-warner/vatican-to-buy-catholic-top-level-domain>.

REFERENCES

Benedict XVI. (2010, May 16). The Priest and Pastoral Ministry in a Digital World: New Media at the Service of the Word. Message of the Holy Father Benedict XVI for the 44th World Communications Day. *The Holy See*. http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day.html [in English].

Benedict XVI. (2013, May 12). Social Networks: portals of truth and faith; new spaces for evangelization. Message of His Holiness Pope Benedict XVI for the 47th World Communications Day. *The Holy See*. http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/en/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20130124_47th-world-communications-day.html [in English].

Berlinger, M. (2013, December 27). *The Best Dressed Man of 2013: Pope Francis*. *ESQUIRE*. <https://www.esquire.com/style/mens-fashion/a26527/pope-francis-style-2013/> [in English].

Chua-Eoan, H., & Dias, E. (2013, December 11). Pope Francis, The People's Pope. *Time*. <https://poy.time.com/2013/12/11/person-of-the-year-pope-francis-the-peoples-pope/> [in English].

Foley, J. P., & Pastore, P. (2002a, February 22). Ethics in Internet. Pontifical Council for Social Communications. The Holy See. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html [in English].

Foley, J. P., & Pastore, P. (2002b, February 22). The Church and Internet. Pontifical Council for Social Communications. *The Holy See*. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html [in English].

Francis. (2014, June 1). Message of Pope Francis for the 48th World Communications Day. Communication at the Service of an Authentic Culture of Encounter. *The Holy See*. https://w2.vatican.va/content/francesco/en/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html [in English].

Francis. (2015, May 24). Encyclical Letter *Laudato Si'* of the Holy Father Francis on Care for our Common Home. *The Holy See*. http://www.vatican.va/content/francesco/en/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si.html [in English].

Gagliarducci, A. (2016). Monsignor Viganò: «Assumiamoci il rischio di comunicare in maniera proattiva» [Archbishop Viganò: «Let's take the risk of communicating proactively»]. *Acistampa*. <https://www.acistampa.com/story/monsignor-vigano-assumiamoci-il-rischio-di-comunicare-in-mania-proattiva-3051> [in Italian].

Iakutceovich, A. (n.d.). Papa rimskii Frantsisk [Pope Francis]. *Italiia dlia menia*. <https://italy4.me/izvestnye-lyudi/papa-rimskij-frantsisk.html> [in Russian].

Ioannes Paulus PP II. (1990, December 7). Redemptoris Missio On the permanent validity of the Church's missionary mandate. *The Holy See*. http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html [in English].

Ioannes Paulus PP II. (1990, May 27). The Christian Message in a Computer Culture. Message of the Holy Father John Paul II for the 24th World Communications Day. *The Holy See*. http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011990_world-communications-day.html [in English].

Ioannes Paulus PP III. (2002, May 12). Internet: A New Forum for Proclaiming the Gospel. Message of the Holy Father John Paul II for the 36th World Communications Day. *The Holy See*. http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/en/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_20020122_world-communications-day.html [in English].

- Lüfkens, M. (2015, April 28). *Twiplomacy Study 2015. Twiplomacy*. <http://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2015> [in English].
- O Connor, M. J., Ferrari-Toniolo, A., & Deskur, A. M. (1971). Pastoral instruction «Communio et Progressio» on the means of social communication, written by order of the Second Vatican council. *The Holy See*. http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_en.html [in English].
- Papa rimskii stal popularnee liubogo mirovogo politika [The pope has become more popular than any world politician]. (2016, March 24). *Forbes*. <https://www.forbes.ru/news/316291-papa-rimskii-stal-populyarnee-lyubogo-mirovogo-politika> [in Russian].
- Paulus PP VI. (1975). *Evangelii Nuntiandi. Apostolic Exhortation Of His Holiness Pope Paul VI to the episcopate, to the clergy and to all the faithful of the entire world. The Holy See*. http://www.vatican.va/content/paul-vi/en/apost_exhortations/documents/hf_p-vi_exh_19751208_evangelii-nuntiandi.html [in English].
- Pope Paul VI. (1963). Decree on the media of social communications. Inter Mirifica. Solemnly promulgated by His Holiness. *The Holy See*. https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_en.html [in English].
- Radio Vaticana [Radio of the Vatican]. (n.d.). *Wikipedia*. http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Radio_Vatikana [in Russian].
- REDAZIONE. (2013, Luglio 09). Vanity Fair elegge Papa Francesco «uomo dell'anno» [Vanity Fair elects Pope Francis «man of the year»]. *VanityFair*. <https://www.vanityfair.it/news/italia/13/07/09/cover-vanity-papa-francesco> [in Italian].
- Seward, Z. M. (2014, May 22). Why the pope is on Twitter but not Facebook. *Quartz*. <https://qz.com/212171/why-the-pope-is-on-twitter-and-not-facebook/> [in English].
- Tri zadachi dlia katolicheskikh SMI [Three tasks for the Catholic media]. (2014, December 16). *Radio Vaticana*. http://www.archivioradiovaticana.va/storico/2014/12/16/tri_zadachi_dlia_katolicheskikh_SMI/rus-840686 [in Russian].
- Vatican Internet Sites*. (n.d.). The Holy See. http://www.vatican.va/siti_va/index_va_en.htm [in English].
- Vatican Television Center*. (2001). [vatican.va/news_services/television/documents/ns_ctv_doc_23102001_info-gen_en.htm](http://www.vatican.va/news_services/television/documents/ns_ctv_doc_23102001_info-gen_en.htm) [in English].
- Vatikanskii teletcentr nagrazhden premiei EVTELSAT [Vatican Telecentre awarded the EUTELSAT]. (2015, November 3). *Radio Vaticana*. http://www.archivioradiovaticana.va/storico/2015/11/03/vatikanskii_teletcentr_nagrazhden_premiei_evtelsat/ru-1184022 [in Russian].
- Warner, M. (2012, June 15). How Vatican buying dot-catholic top-level domain will change the Church. *National catholic register*. <http://www.ncregister.com/blog/matthew-warner/vatican-to-buy-catholic-top-level-domain> [in English].
- Zhosul, E. V. (2016, April 15). Vatikan v sotsialnykh setiakh: Katolicheskii opyt smm-politiki [Vatican on social networks: Catholic experience of smm-politics]. *Kurskaia Pravoslavnaia dukhovnaia seminariia*. <http://www.kurskpbs.ru/articles/vatikan-v-sotsialnykh-setyakh-katolicheskiiy-opyt-smm-politiki/> [in Russian].