

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Лавриш Юліана Степанівна

УДК 007: 304: 070

**ДІАЛОГІЗМ У НОВИХ МЕДІЯХ УКРАЇНИ
ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ:
РЕЛІГІЙНИЙ АСПЕКТ**

Спеціальність 27.00.04 – теорія та історія журналістики

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Львів – 2016

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі нових медій факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка

Науковий керівник:

кандидат філологічних наук, доцент
Габор Наталія Богданівна,
Львівський національний університет імені Івана Франка, факультет журналістики,
доцент кафедри нових медій

Офіційні опоненти:

доктор філологічних наук, професор
Бойко Алла Анатоліївна,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, професор кафедри соціальних комунікацій;

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент
Титаренко Марія Олексіївна,
Вищий навчальний заклад “Український католицький університет”, гуманітарний факультет, доцент кафедри медіакомунікацій

Захист відбудеться « _ » квітня 2016 р. о _ годині на засіданні спеціалізованої ради К 35.051.24 Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79000, м. Львів, вул. Чупринки 49, ауд. 103

З дисертацією можна ознайомитися у науковій бібліотеці Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79061, м. Львів, вул. Драгоманова, 5.

Автореферат розісланий

Вчений секретар спеціалізованої вченої ради,



доц. А.М. Яценко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Церква – один з авторитетних сегментів українського суспільства. Значною мірою роль Церкви в суспільстві залежить від її можливостей комунікувати з вірянами. У дорадянський як і впродовж радянського періодів основним способом комунікації були Служби Божі та приватне спілкування священників з мирянами. З перших років незалежності України служителі Церкви починають звертатись до вірян з телеекранів. Так добре відомі глядачам виступи отця Йосипа Міляна, нині єпископа-помічника Київської Архиепархії УГКЦ. Проте за типами спілкування це – та сама одностороння комунікація-розсіювання, що й у Церкві, коли один говорить, інші слухають.

Поява Інтернету надала людям нових можливостей для комунікації. Церква певний час з обережністю спостерігала за новим явищем. Проте після трансляції першої Служби Божої з Ватикану та зверення Папи через мережу, Інтернет почав охоплювати все ширшу аудиторію, в т.ч. релігійну. Священники розуміли, що для того, щоб молодь приходила до Церкви, вона повинна частково позбутися консерватизму і комунікувати тими каналами, якими комунікує молодь.

Висвітлення релігійної проблематики у форматі вебу – відрізняється від традиційних ЗМІ, адже дозволяє, по-перше, розвивати дискусію зовсім у іншому форматі (блоги, соціальні мережі, інтерактивне спілкування на ресурсах), по-друге, мультимедійно урізноманітнює її (можливість подкастів проповідей, Youtube-блогів, навігаційних фоторепортажів). Таке спілкування вперше дозволяє вірянам активно ставити проблеми, які їх цікавлять чи актуальні у суспільстві. Авторами текстів тепер можуть стати не лише журналісти-релігієзнавці чи священники, але й активні віряни. Саме цей новий різновид комунікації Церкви і суспільства через нові медії і став основою наших досліджень.

Комунікацію між Церквою та суспільством у нових медіях розглядаємо крізь призму явища діалогізму. Філософія діалогізму розвивається у ХХ столітті у працях Михайла Бахтіна, Мартіна Бубера, Фердінанда Ебнера, Франца Розенцвейга, Семена Франка та інших дослідників. Детальніше аналізуємо концепти діалогу за Михайлом Бахтіним та Мартіном Бубером, в основі яких наявна позиція Бога у діалогічних відносинах людини і світу. Вони розглядають діалог як засіб налагодження мирних відносин між країнами. Діалогізм – це система порозуміння з прочитанням себе через іншого, розуміння тексту через обов'язкову наявність іншого тексту, через поліфонію різних голосів. Відповідно до цього медійний діалог розглядаємо як поліструктурне і позачасове явище.

Сьогодні філософія недійного діалогізму є важливою для осмислення новітніх викликів, зокрема у сфері біоетики. Відповіді на ці виклики

шукають як представники Католицької, так і Православної Церкви. Явище діалогізму, на наш погляд, розкриває значно ширший діапазон для досліджень вже у нових реаліях, зокрема у системі нових медій. Оскільки діалог опонує монологові. Монологізм охоплює самовпевненість, фанатизм, нетерпимість до думки іншого. Діалогізм – це насамперед відкритість світові і потреба в думці/міркуваннях іншого. Це не тільки етап спілкування, але найперше – різновид демократичної комунікації, оскільки комунікація – це тип суб'єктно-суб'єктної взаємодії, для якої характерний зворотний зв'язок, обмін інформацією, думками, почуттями, цінностями. Він є моделлю і водночас ефективним засобом для творення сучасних форматів комунікації Церкви і суспільства через інструментарій нових медій.

Важливість теми дисертації зумовлена також інформаційною ситуацією, яка склалась. Академічні напрацювання з теми аналізуємо у кількох діапазонах: комунікація між Церквою та державою, між Церквою та суспільством, внутрішньоцерковна комунікація, комунікація Церков через нові медії. Тематику міжконфесійного та міжрелігійного порозуміння досліджено у працях Людмили Филипович, Олександра Сагана, Юрія Чорноморця, Петра Кралюка. Також є зокрема напрацювання про вироблення стратегій комунікації Церкви у медіях, через монографії Алли Бойко, Максима Балаклицького, Михайла Перуна, а також наукові публікації Ігоря Скленера, Тараса Різуна, Світлани Филипчук, Оксани Тишук. Серед досліджень комунікації між Церквою та державою примітними є напрацювання львівського науковця Андрія Юраша.

Найновішими західними науковими напрацюваннями щодо взаємопроникнення релігійної тематики у медії можемо назвати такі: “Біла пляма: чому журналісти не пишуть про релігію” (США), “Церква у світлі медіа. Історія – документи – дилеми” (Польща), “Церква в Польщі через Web 2.0” (Польща), “Релігійні організації у суспільному просторі Білорусії та України: формування механізмів партнерства” (Білорусія – Україна). У закордонних дослідженнях релігійну тематику розглянуто в аспекті культурологічних чи гендерних студій, расових і соціальних рівнів (США), натомість у польських та білорусько-російських дослідженнях Церква – це окремий потужний комунікативний центр, який проникає у специфіку життя країни, її політичний та соціальний простір, займає певну позицію у рамках суспільно-політичних подій держави.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Наукове дослідження виконано в межах науково-дослідні тем факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка. Дисертація безпосередньо пов'язана з виконуваною темою “Проблеми інформаційної політики в нових медіях”, що затверджена рішенням кафедри нових медій факультету журналістики Львівського

національного університету ім.І.Франка від 29 серпня 2012р. (протокол №3; державна реєстрація № 0113U004177).

Мета дослідження – з’ясувати комунікаційні стратегії у межах діалогу між Церквою та суспільством.

Досягнення зазначеної мети потребує виконання таких **завдань**:

- окреслити доцільність і важливість діалогу “Церква–суспільство” через посередництво нових медій;
- з’ясувати чи нові медії є справді ефективною платформою для розвитку саме цієї комунікації;
- дослідити розвиток діалогу через виступи глав Церков, а також представників різноконфесійного духовенства крізь призму контенту нових медій,
- простежити моделі діалогізму та ефективність розвитку комунікації у нових медіях на основі проведення соціологічного дослідження, залучивши до нього представників майбутнього духовенства, журналістів і студентів-журналістів, читачів мережевої релігійної журналістики, у результаті якого виявлено нові вектори стратегії комунікації між Церквою та суспільством в Інтернеті;
- визначити концепти й основні перспективи комунікаційних стратегій Церкви і суспільства у мережевому просторі.

Об’єкт дослідження – український мережевий медіапростір, в основі якого представлено конфесійні нові медії (веб-сторінки прес-служб Церков, їхніх структурних підрозділів і духовенства, а також церковні інтернет-інформагентства: “Дивенсвіт”, “Католицький Оглядач”, “Православ’є в Україні”, “Православная жизнь”, “Православний оглядач”, “Помісна Церква”, “Католицький вісник”, “Католицький Медіацентр”, “Credo”), світські, контент яких є винятково релігійним (“Духовна велич Львова”, “УНІАН-релігії”, “Релігія в Україні”, РІСУ), суспільно-політичні веб-ресурси, в яких час до часу, залежно від інформаційних приводів або зі сталою рубрикацією є матеріали на релігійну тематику (“Українська правда”, УНІАН, “Громадське ТБ”, “Еспресо TV”, сайти “Дня”, “Дзеркала тижня”, “Українського тижня”, “ТСН”).

Предмет дослідження – процес діалогізму між Церквою та суспільством через візію нових медій (веб-ресурсів та соціальних мереж), а також розуміння специфіки подання контенту і відстеження рецепції аудиторії.

Хронологічні межі дослідження. Вважаємо, що саме з 2000 року починається розвиток релігійних спеціалізованих веб-ресурсів. Завершуємо дослідження 2015 роком, оскільки на 2015 рік маємо сформовану систему комунікації Церкви та суспільства через усі різновиди нових медій.

Джерельна база дослідження – 40 наукових монографій та статей, науково-популярних видань, присвячені вивченню теми комунікації між Церквою і суспільством; 165 мережевих публікацій конфесійних, світських та суспільно-політичних веб-ресурсів.

Методи дослідження. Реалізація мети та завдань дисертації зумовила застосування емпіричного та теоретичного методів. Серед емпіричних методів – спостереження та порівняння. Зокрема, спостереження застосовуємо з метою окреслення загальної комунікаційної тріоди “Церква–нові медіє–суспільство”, вирізнення її специфічних особливостей та пріоритетів комунікації. Метод порівняння застосовуємо, щоб дослідити комунікаційні сторони “Церква – влада”, “Церква – суспільство”, розглянути, як функціонує комунікація у нових медіях. Вивчення специфіки діалогу представляє аналіз комунікаційного трикутника “Церква–влада–Євромайдан”, який складає частину дисертаційних досліджень.

До теоретичних методів нашого дослідження зараховуємо: аналіз і синтез, які дають змогу заглибитись у комунікаційне поле дискурсів.

Розглядаючи окремі сегменти діалогу між Церквою та суспільством, використовуємо теорію дискурсу Ернесто Лакло і Шанталя Муффа, де основою є боротьба дискурсів. Окрім того, використовуємо теорію порядку денного, теорію настановчості медіє Максвела Мак-Комбса. Максвел Мак-Комбс описує мас-медіє як важливий, але неоднозначний елемент життя суспільства, що здатен визначати теми, які згодом стають пріоритетними для громадськості. Впродовж дослідження ця теорія допоможе з'ясувати, що переважає при визначенні громадського світогляду та актуальності суспільно-релігійних проблем на сучасному етапі. Окрім того, з'ясуємо, як саме впливає специфіка роботи у нових медіях на традиційні ЗМК. Блоги, соціальні мережі, веб-ресурси виставляють свій порядок денний і змінюють вимір дискурсів, процесу діалогізму. Концентрація на таких акцентах стає певного роду суспільною програмою під час визначення громадянського світогляду, постачає матеріал для щоденних розмірковувань, підштовхує до прийняття певної позиції, відповідно має здатність впливати на індивідуальну поведінку членів суспільства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що проаналізовано комунікаційні стратегії діалогізму між Церквою та суспільством, привнесені новомедійним інструментарієм.

Уперше:

- простежено комунікаційні стратегії українських Церков у межах діалогу із суспільством саме через мережу;
- досліджено і типологізовано сегменти дискурсів – “Церква–влада”, “Церква–суспільство”;

- виокремлено тематику основних меседжів Церкви щодо суспільства у мережі;
- виявлено нові функції Церкви у кризових ситуаціях для суспільства (на прикладі подій Помаранчевої революції, Євромайдану, російсько-української війни) через контент нових медій;
- проведено соціологічне дослідження зацікавлень духовенства, журналістів, реципієнтів мережеских текстів з метою виявлення стратегій та ефективного діалогу Церкви та суспільства через нові медії;

удосконалено:

- структуру вимог для журналістів нових медій, представників духовенства щодо висвітлення такого типу комунікації у мережі;
набули подальшого розвитку:
- дослідження майбутніх комунікаційних дискурсів діяльності конфесійних веб-ресурсів, світських і суспільно-політичних сайтів, які пишуть про релігію;
- принципи розвитку діалогу між Церквою та суспільством у соціальних мережах та блогосфері;
- зміни моделей і стратегій комунікації в контексті запропонованих дискурсів;
- визначення тем і дискурсів для процесу діалогізму Церкви і суспільства у мережі;
- осмислення основних критеріїв для творення майбутніх конфесійних медій;
- концепти загальної стратегії комунікації у мережі Церкви із суспільством через технології, які пропонують нові медії.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що положення та висновки дисертації можуть бути використані:

- у науково-дослідній сфері – для подальшого наукового дослідження проникнення феномену Церкви у мережеве комунікаційне поле, що пропонує реципієнтові новий імідж релігійного середовища;
- у навчальному процесі – під час читання курсу “Релігійна журналістика веб-простору” для студентів галузі підготовки “Журналістика та інформація”;
- духовенством та релігійними веб-журналістами для напрацювання власних стратегій в обговоренні поданих проблем, а також для використання ними науково обґрунтованих результатів дослідження.

Особистий внесок дисертанта. Дисертаційна робота, автореферат та публікації, у яких оприлюднено основні положення дослідження, виконані самостійно.

Апробація результатів дисертації. Деякі результати досліджень були апробовані на таких конференціях: Всеукраїнська конференція “Християнин у публічній сфері молоді демократії” (Львів, 14 листопада 2012 року), веб-конференція “Нові медіа і суспільство” (Київ–Варшава, листопад 2012 року), Всеукраїнська журналістикознавча конференція “Громадянське суспільство і ЗМК: пошуки партнерства” (Львів, 24–26 жовтня 2013), Всеукраїнська журналістикознавча конференція “Українські мас-медіа: традиції та виклики сьогодення” (Львів, 25–26 квітня 2013 року), Міжнародний студентський медіасимпозіум (Львів, 21–22 березня 2014 року), Всеукраїнська науково-практична конференція “Критерії діагностики та методики розрахунку впливу медіа” (Київ, 10 квітня 2014 року), Всеукраїнська журналістикознавча конференція “Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку” (Вінниця, 15–16 травня 2014 року), Міжнародна науково-практична конференція “Религія и образование в светских обществах” (Мінськ (Білорусь), 27–28 травня 2014 р.), тиждень науково-практичних семінарів кафедри нових медій факультету журналістики ЛНУ ім.І.Франка у Бамберзькому університеті (Бамберг (Німеччина), жовтень 2014 року).

Публікації. Основні положення та результати дисертації викладено в 10 одноосібних публікаціях. З них 7 – у фахових наукових виданнях України, 1 – у фаховому науковому виданні Угорщини; 2 – матеріали і тези конференцій у Білорусії та Україні.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації становить 179 сторінок. З них сторінок основного тексту – 157 сторінок. Список використаних джерел налічує 203 позиції.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, встановлено зв'язок роботи з науковими програмами, визначено мету та завдання, об'єкт, предмет і методи проведення дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення роботи, відображено особистий внесок аспірантки та апробацію результатів дослідження, подано структуру дисертації.

Розділ 1. “Теоретико-концептуальний аналіз проблеми: історіографічний аспект” містить чотири підрозділи, у яких представлені наукові напрацювання українських та зарубіжних вчених щодо проблеми комунікації між Церквою та суспільством на платформі соціальної комунікації; подано методологію дослідження діалогізму через теорію дискурсів та інших методів; відстежено та проаналізовано комунікацію між Католицькою та Православною Церквою через

документи, основна частина яких спрямована на комунікацію у нових медіях; проаналізовано сучасний стан комунікації між Церквою та суспільством у соціальних мережах та блогосфері, запропоновано шляхи удосконалення діалогу.

У підрозділі 1.1 *“Діалог “Церква-суспільство” в Інтернеті: представлення дослідження та наукові напрацювання”* йдеться про окреслення загальної мапи досліджень в українських та зарубіжних наукових напрацюваннях, а також міркування про важливість та доцільність присутності нашого дослідження у цьому сегменті. Якщо аналізувати українську платформу досліджень комунікації між Церквою та суспільством, то тут ми пропонуємо таку тематичну спрямованість: *міжконфесійна та міжрелігійна комунікація, комунікація між Церквою та суспільством, комунікація між Церквою та державою, комунікація Церков через медії*. Ми виокремлюємо напрацювання українських вчених з цієї тематики, щоб проаналізувати сучасний науковий дискурс, визначити перспективи наступних наукових пошуків. Вважаємо, що тема комунікації між Церквою та суспільством в українській науці ще не до кінця вивчена. Іноземні наукові напрацювання з приводу взаємопроникнення релігійної тематики у медіях також нечисленні. Критично аналізуємо сучасні напрацювання науковців західного напрямку – США та Польщі, а також релігієзнавців та журналістикознавців з Білорусії та Росії.

У підрозділі 1.2 *“Дискурси діалогу “Церква–суспільство” у системі нових медій: методологія дослідження”* представлено теоретичне осмислення проблеми діалогу. Діалог як процес має чимало важливих компонентів, він є не лише формальною мовленнєвою взаємодією між окремими сторонами. У нашому дослідженні діалогу між Церквою та суспільством виокремлюємо поняття дискурсу, оскільки ця комунікація є також взаємообміном певними концептами та позиціями. На це впливає ідентичність осіб та їхніх позицій, які складають основу дискурсу, а отже – творення різних граней діалогу. Примітно, що в основі комунікації між Церквою та суспільством через канали нових медій, присутній цілий спектр різноманітних дискурсів. Саме ці локальні одиничні дискурси складають загальну панораму діалогізму, дозволяють розглянути комунікацію більш глибинно – не тільки через обмін певними позиціями чи реакціями, але через смисли, повідомлення, комунікаційну взаємодію. Важливо дослідити їх через методологічний інструментарій та через моделі соціальних комунікацій, які представляють діалогічну взаємодію. У дослідженні використовуємо емпіричні та теоретичні методи. До *теоретичних* зараховуємо: аналіз, синтез, індуктивний та дедуктивний методи; які дозволяють заглибитись у комунікаційне поле. До *емпіричних* – спостереження та порівняння. Одним із основних методів нашого дослідження – *діалектичний*. У дисертації ми звертаємось до ідей

діалогізму М.Бахтіна, М. Бубера, К.Ясперса, П. Бурдьє, Г.Г.Гадамера, а також розглядаємо моделі комунікації Дж.Пітерса та М.Мак-Комбса. Розглядаючи окремі сегменти діалогу між Церквою та суспільством, варто звернути увагу на запропоновану дослідниками дискурсу Луїзи Філіпс та Маріанне В. Йоргенсен *теорію дискурсу* Ернесто Лакло і Шантала Муфф, де основою є боротьба дискурсів. У цій боротьбі дискурсів кожен із них представляє собою окремий спосіб спілкування та розуміння соціального світу, це протиставлення дещо схоже на боротьбу за першість і правильність. Серед основних елементів цієї боротьби дискурсів є критичний дискурс-аналіз, який відстежує зміни позицій у дискурсі; інтретекстуальність – механізм, з допомогою якого окремий текст привертає дискурси і елементи інших текстів; дискурсивна психологія, що акцентує увагу на прийомах і елементах мовлення, використання певних словесних посилів. У рамках розгляду цієї моделі відстежуємо, як змінювалися контексти позицій Церкви у новомедійному дискурсі, а також комунікаційні стосунки із іншими сторонами полілогу. До прикладу, у рамках комунікації “Церква – влада” основні концепти діалогу змінювалися відповідно до ідейної конотації влади, адже через контент нових медій ми відстежували одну модель комунікації між християнськими Церквами і владою президентства Віктора Януковича, і бачили зовсім інші стосунки сторін діалогу після зміни влади. Проте таку модель не можна накласти на комунікацію всіх українських Церков, адже деякі з них були активними суб’єктами у формуванні цього дискурсу, висловлювали власні позиції.

У підрозділі 1.3 “Діалог “Церква-суспільство” через комунікацію у документах” проаналізовано основні позиції Католицької і Православної Церкви через офіційні документи. У вивченні запропонованої комунікаційної тріоди – “Церква – нові медії – суспільство” варто говорити не лише про словесний семіотичний канал комунікації, про його зовнішні прояви і передання, але і про налагодження діалогу через офіційні звернення. У цьому підрозділі виокремлюємо основні концепти Католицької та Православної Церков щодо розуміння людини як суб’єкта та реципієнта цієї комунікації, адже кожен меседж Церкви звернений до неї, з особливим відчуттям гідності та поваги, розумінням цінності її життя. Соціальна комунікація Католицької Церкви – важлива складова розвитку для держав із домінантою християнського суспільства. П. Ватиканський Собор став переломним явищем і водночас новим етапом динамічного розвитку Вселенської Католицької Церкви. Також у цьому контексті аналізуємо послання Папи Бенедикта XVI “*Священик і душпастирство у цифровому світі: нові засоби масової інформації на служінні слова*”, “*Істина, звіщення та автентичність життя у цифровій епосі*” та Папи Франциска “*Нові технології, нові стосунки. Сприяння культурі, пошани, діалогу, дружби*”.

У документах Церкви, які стосуються проблем соціальної комунікації, важливий акцент – на самій людині, гідності її життя та духовних цінностях. Важливі документи Католицької Церкви, які у своїй основі містять розгляд біоетичних питань: енцикліка Папи Павла VI *“Humanae Vitae”*, яка вийшла після процесу завершення II Ватиканського Собору у 1968 році, Декларація про скоєння абортів *“Questio de Abortu”* (1974), Декларація про еутаназію *“Iura et bona”* (1980), Інструкція *“Donum Vitae”* (1987), а також Інструкція *“Dignitas Personae”* (2008) затвердженні і розповсюджені під егідою Конгрегації у справах віровчення, а також енцикліка Святого Папи Івана Павла II *“Evangelium Vitae”* (1995), що містить у собі маніфест людського життя у всій його повноті та проявах. З позиції прочитаних нами документів у сфері біоетики Українська Православна Церква звертає більшу увагу на проблемі подружжя, а також на вартостях творення нового життя у подружжі. Про це свідчить витяг із *Основ соціальної концепції УПЦ*. Аналіз цих біоетично-соціальних дискурсів знову-таки підтверджує теорію порядку денного. Крізь призму проблем абортів, штучного запліднення, еутаназії, самогубства, ми аналізуємо відкритість цих тем для мережевого інформаційного простору певних часових проміжків.

У підрозділі 1.4 *“Діалог між Церквою та суспільством у сегменті нових медій: соціальні мережі та блогосфера як тло комунікаційних дискурсів”* представлено сучасні можливості комунікації духовенства з вірними через нові медії. Зокрема виокремлено позитивні характеристики комунікації: *інтерактивність та зворотний зв'язок з паствою, евангелізація поза межами амвону, порушення стану самоізоляції сучасної людини, стирання поділу на “свій” і “чужий”*. Також виділяємо небезпеки: *можливість гри у веб-просторі, надмірна присутність і карнавалізація дійсності через контент соціальних мереж і блогів*. Якщо у соціальних мережах українське духовенство більш-менш активне, то блогосфера для багатьох виглядає непізнаною можливістю ще більш ефективної комунікації. Наприклад, у сусідній Польщі, де автори блогів мають у суспільстві авторитет і популярність, не меншу, ніж штатні журналісти чи дописувачі ЗМК, є спеціальні сайти з переліком лінків на блоги популярних священників чи єпископів, наприклад на www.kaplani.com.pl. Проте блоги духовенства розташовані не на офіційному сайті Церкви, а на www.blogspot.com, www.blog.onet чи на тематичних ресурсах. В Україні духовенство дуже рідко використовує окремі платформи для створення дописів, у підрозділі ми виділили найбільш активних дописувачів серед духовенства. Ці платформи дають як можливість спілкуватися неформально, на відверті теми, які незавжди можна сказати вголос. Також блоги є продовженням праці у храмі, оскільки основні теми публікацій священників присвячені елементам християнського життя, роздумам про Богослужіння, церковні проблеми.

Другий розділ – “Практичне осмислення діалогу “Церква–суспільство” через платформу нових медій (2000-2015)”

містить чотири підрозділи, у яких аналізуємо точки дискурсу основних сторін діалогу у рамках комунікаційного трикутника “Церква–влада–суспільство” на тлі суспільно-політичних подій Помаранчевої революції, Євромайдану, війни на сході України, а також на прикладі соціально-біоетичних проблем. Особливо акцентуємо увагу на сучасних потребах комунікації постмайданного суспільства та функціях духовного капеланства на сході України, на діалог між Церквою та суспільством. Виокремлюємо запропоновані дискурси на основі контент-аналізу українських конфесійних нових медій, світських веб-ресурсів, контент яких є тематично релігійно спрямованим, а також суспільно-політичні сайти, які пишуть на теми релігії.

У підрозділі 2.1 “Комунікаційний дискурс “Церква–влада–суспільство” у контексті нових медій: подання дискурсу до подій Євромайдану” проаналізовано ключові віхи комунікації між Церквою та суспільством на тлі подій Помаранчевої революції та різних парламентсько-президентських виборів до 2013 року, подію святкування 1025-ліття Хрещення Русі. У рамках Помаранчевої революції Церква була можливістю для різних політичних таборів розділяти своїх прибічників, проте Майдан змінив цю парадигму. Інтернет-ресурси 2004 року, які писали про позицію Церкви з приводу Помаранчевої революції, наголошували на політичних симпатіях представників певних конфесій з приводу подій в Україні. У моделі 2004 року Церква у комунікації з владою продемонструвала підтримку народу, зокрема на прикладі дій духовенства УПЦ КП, УАПЦ, УГКЦ, РКЦ. У 2012 році у загальній парадигмі діалогу “Церква–влада” виявлено непорозуміння між сторонами комунікації. Зокрема, про це свідчить передвиборча кампанія 2012 року, під час якої представники духовенства або були кандидатами у народні депутати, або агітували за певну політичну партію, у тому числі через платформу нових медій, а саме – веб-ресурси (приклад – РІСУ, “Релігія в Україні”). Подію святкування 1025-ліття Хрещення Русі представлено у різних контекстах. Політичний контекст святкувань представили своїм реципієнтам сайти видань “Дзеркала тижня”, “Українського тижня”. Нові медії підсилили дискусію, пов’язану із святкуванням 1025-ліття Хрещення Русі через інтерактивні дискусії у коментарях “Української правди”, “УНІАНу”; смисловим зіставленням епатажного святкування у Києві із відвидинами Папою Франциском Ріоде-Жанейро під час Світових Днів молоді, а отже презентація іміджу комунікації РПЦ і РКЦ (сайт “Дня”); поширення у соціальних мережах фото із кортежем Патріарха Кирила та внутрішніми декораціями на Володимирській гірці. Саме нові медії відкрили для обговорення ці події

із життя Церков, представили можливість для дискусії у суспільстві, а також спонукали аудиторію до небайдужості і соціальної активності.

У підрозділі 2.2 “Комунікаційний дискурс “Церква–влада–Євромайдан” та його вплив на розвиток діалогу між Церквою та суспільством” розглядаємо основні точки комунікації між Церквою та суспільством саме на основі подій Євромайдану. Формування і удосконалення діалогу “Церква – суспільство” через комунікаційне тло Майдану можемо поділити на два внутрішні періоди. Перший – реакція на студентські страйки щодо підтримки євроінтеграційних процесів, другий – після 30 листопада 2013 року. Окрім внутрішньої площини комунікації, розглядаємо ще і зовнішню, яка визначається сферою церковної дипломатії, зокрема візити Глав УГКЦ та УПЦ КП до США на Національний молитовний сніданок. Євромайдан в Україні найбільш активно підтримали УГКЦ, УПЦ КП, УАПЦ та РКЦ, а також протестантські спільноти, менш активно – духовенство УПЦ. Кожна із українських Церков має представників із духовенства, які були ключовими медіацентрами, медіакомунікаторами подій у нових медіях: УГКЦ – *Блаженніший Святослав (Шевчук), Блаженніший Любомир (Гузар), владика Борис (Гудзяк)*; УПЦ КП – *Патріарх Філарет та диякон Іван Сидор*; УПЦ – *протоієрей Георгій Коваленко*. Основні меседжі духовних лідерів знаходимо на таких платформах, як *PISU, “Громадське.ТБ”, “Еспресо TV”, “Credo”,* світських українських веб-ресурсах, а також на основі платформ іноземних традиційних медій, продукт яких вийшов на новомедійний дискурс, аудиторія мала змогу прочитати і осмислити реакції. Через контент нових медій аудиторія мала можливість пережити ці суспільні події візуально, Майдан як мультимедійна історія – через фото, аудіо, стрімінги, коментарі у соціальних мережах. І Церква мала свій особливий імідж у цій мультимедійній історії. Зрештою, інструментарій нових медій спричинив до того, що комунікація між Церквою і суспільством на основі подій Євромайдану була різнобічною, багатформатною, а отже більш нестандартною і неповторною, ніж у розрізі традиційних ЗМК, оскільки представляла колективне і діалогічне осмислення подій. Генезис новомедійного діалогу “Церква – влада – Євромайдан” має таку характеристику – Церкви ввійшли у цей дискурс із чіткими переконаннями у виборі євроінтеграційного спрямування. Упродовж 18–20 лютого 2014 року, подій у Криму, Церква представила себе як сторона порозуміння і забезпечення миру. І цей перебіг суспільного діалогу був важливим для новомедійних дискурсів, адже у той момент традиційні ЗМК виявилися під цензурою. Міжконфесійні нові медії, світські веб-ресурси з релігійним тематичним контентом та суспільно-політичні ресурси, які пишуть про релігію, генерували основні шляхи діалогізму між Церквою та суспільством; відкривали обом сторонам-учасникам шляхи для порозуміння і об’єднання.

У підрозділі 2.3 *“Діалог між Церквою та суспільством у рамках капеланства на сході України: платформа нових медій”* представлено і досліджено ще одну галузь діалогу між Церквою та суспільством на основі служіння духовенства у зоні АТО та висвітлення іміджу Церкви на платформах світських ресурсів, зокрема провладних сайтів, які осмислюють присутність інституту капеланства в Україні на законодавчому рівні, веб-ресурсів, які представляють капеланство як невід’ємну складову у межах російсько-української війни; а також контент конфесійних ресурсів, що вказує на важливість духовного супроводу для війська. Спрямованість та потреба військового капелана спровокували до виникнення нових дискурсів і на зовнішньому, тобто загальнодержавному рівні, і у внутрішньо церковному масштабі. На світських сайтах журналісти порушують проблему відсутності інституту капеланства на державному рівні, адже всі ініціативи священників поїхати на схід країни – це виключно волонтерське прагнення. Автори публікацій спираються на досвід США, де на одного священика припадає 800 військових, а військове духовенство законодавчо включене у лави війська й володіє певним соціальним пакетом. Саме явище капеланства у зоні антитерористичної операції спонукало до творення нових дискурсів з позитивними і негативними контекстами. Ці дискурси стають сегментом контенту нових медій. Насамперед на платформі релігійних ресурсів дедалі популярнішою стає тема переходів парафіяльних громад УПЦ під юрисдикцію УПЦ КП. Відповідно у медіях формується імідж духовенства УПЦ на сході України як таких, які підтримують і благословляють сепаратистів.

У підрозділі 2.4 *“Основні точки порозуміння у комунікаційному векторі “Церква – суспільство” на прикладі біоетичних проблем: новомедійний погляд”* аналізуємо, як розвивалися дискурси зазначеного часового проміжку в діалозі між Церквою та суспільством в контексті соціально-біоетичних проблем: абортів, штучного запліднення, евтаназії, самогубства. Розглядаємо, які шляхи протидії пропонують суспільству медії. Аналізуємо контент таких спеціалізованих сайтів: *“Дивенсвіт”*, *РІСУ*, *“Духовна велич Львова”*, *“Релігія в Україні”*, *“Credo”*; а також сайтів *“Дзеркала тижня”*, *“Дня”*, *“Українського тижня”*, *УНІАН*, *“Українська правда”*. Журналісти світських ресурсів незавжди окреслюють чітку позицію у рецепції явища абортів. Позиція світських ресурсів щодо абортів або негативна, або нейтральна; щодо штучного запліднення часто позитивна, оскільки позитивність цього явища у свідомості українців визначається економічно-фінансовими можливостями, адже за кордоном ця процедура – значно дорожча. У контенті міжконфесійних веб-ресурсів висловлена однозначна позиція проти обидвох явищ. Християнські нові медії висвітлюють теми евтаназії та самогубства із помітним заглибленням. У матеріалах світських та

суспільно-політичних веб-ресурсів тема самогубства здебільшого диспонується аудиторії у реферативному вигляді. Тема евтаназії для світських нових медій непопулярна, не до кінця досліджена, так само, як тематика шляхів протидії: для абортів і штучного запліднення – усиновлення, для евтаназії і самогубства – паліативна опіка. Наразі ці теми актуальніші для журналістів конфесійних нових медій.

Третій розділ – “Дослідження діалогізму між Церквою та суспільством у форматі зворотного зв'язку: новомедійна платформа” складається з чотирьох підрозділів і представляє особисто проведене соціологічне дослідження щодо виявлення стану і перспектив комунікації між Церквою і суспільством на основі порівнянь результатів анкетування трьох комунікаційних пар: семінаристів Львівської духовної семінарії УГКЦ та Львівської православної богословської академії УПЦ КП, студентів факультету журналістики ЛНУ імені Івана Франка та студентів Школи журналістики УКУ, читачів сайту “Дня” та інтернет-журналістів, які працюють у релігійній тематиці. Всього опрацьовано 230 анкет.

Анкета складається із 17 запитань, де 13 – основних, а 4 – паспортних, які дозволяють визначити вік, стать, сферу зайнятості, конфесійну приналежність респондента. У анкеті присутні всі типи запитань: відкриті, закриті, напіввідкриті. Складається із кількох смислових блоків: рівень зацікавленості релігійною проблематикою в Інтернеті, релігійна самоідентифікація, розуміння функціонування релігійного середовища у співпраці із суспільством та питання, які спрямовують аудиторію на покращення рівня медіатизації діалогу саме у сфері нових медій. Водночас анкета репрезентує рівень обізнаності аудиторії із релігійною проблематикою. Наприклад, в основу анкети ми запропонували запитання, які виявляють елементарні знання із сфери міжконфесійного життя. Також ми обрали аудиторію для нашого анкетування, погрупувавши її у три пари. Оскільки досліджується комунікація між Церквою та суспільством через платформи нових медій, відповідно до сфери наших респондентів потрапили люди, які творять чи творитимуть у майбутньому цей діалог. Безумовно, результати дослідження є цікавими для дослідників релігійно-суспільного діалогу на рівні життя держави а також для працівників української медіасфери: редакторів сайтів, журналістів, які зацікавлені у висвітленні та поширенні релігійної проблематики у веб-просторі. Вони можуть бути особливо корисними для духовенства, зокрема тих його представників, які працюють у нових медіях, є адміністраторами офіційних сайтів Церков та релігійних організацій.

У підрозділі 3.1 “Результати анкетування на основі опитування семінаристів Львівської духовної семінарії Святого Духа (УГКЦ) та Львівської православної богословської академії (УПЦ КП)” аналізуємо результати анкетування першої порівняльної пари – семінаристів

Львівської духовної семінарії Святого Духа (УГКЦ) та Львівської православної богословської академії (УПЦ КП). Перша порівняльна пара представляє покоління нових комунікантів, які у майбутньому, як священники чи представники вищої духовної ієрархії, обиратимуть стратегію спілкування із суспільством. У анкетуванні взяли участь 27 семінаристів Львівської духовної семінарії Святого Духа (ЛДС) та 38 семінаристів Львівської православної богословської академії (ЛПБА). Семінаристи представляють різні курси та вікові категорії. Результати анкетування обох груп виявляють зацікавлення семінаристів бути комунікантами і комунікатами у моделі спілкування із суспільством; готовими брати участь у житті суспільства і визначати нові стратегії комунікації; створювати відповідні групи, акаунти та конфесійні нові медіі; у комунікації із медіями майбутнє духовенство прагне професійного і компетентного діалогу, який передбачає відкритість і ліквідацію особистих стереотипів журналістів. Саме такий підхід, на думку респондентів, спонукатиме до підвищення якості релігійної журналістики у мережі.

У підрозділі 3.2 *“Результати анкетування на основі опитування студентів факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка та студентів Школи журналістики Українського католицького університету”* аналізуємо результати анкетування другої комунікативної пари – студентів факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка та студентів Школи журналістики Українського католицького університету, тобто пропонуємо анкетування аудиторії, що формує або буде формувати канал комунікації між Церквою та суспільством за допомогою медіі. Опрацьовано 50 анкет студентів Школи журналістики УКУ, які представляють різні роки навчання та обидва напрями: журналістика та медіакомунікації, 40 анкет студентів факультету журналістики, що також представляють різні курси. На основі результатів студенти висловили думки, що серед медійних кіл проблематика релігійної журналістики не завжди є цікавою; Церква має мати автономну сферу впливу у суспільстві, цілком задовольняє модель Всеукраїнської ради Церков і релігійних організацій, а також окремі чіткі заяви духовенства. Обидві групи визначили важливість проникання Церкви в інтернет-простір та виявили українську релігійну журналістику в Інтернеті неякісною, до того ж запропонували однакові форми покращення ситуації – забезпечення у редакціях компетентних журналістів, які займалися б релігійною проблематикою, окрім того, медіа мають самі ліквідувати власні стереотипи що до Церкви. Також із проведеного анкетування зроблено висновок, що на рівень зацікавленості журналістом релігійною тематикою впливають: конфесійна

приналежність, особиста участь у житті релігійної спільноти, географія народження і формування як особистості.

У підрозділі 3.3 *“Результати анкетування на основі опитування читачів сайту суспільно-політичного часопису “День” та інтернет-журналістів, які працюють у релігійній тематиці”* аналізуємо результати анкетування третьої пари – читачів сайту “Дня”, які підтримали анкетування, та релігійних журналістів, що пишуть для конфесійних та світських веб-ресурсів. До анкетування ми залучили 45 читачів сайту “Дня” та 30 релігійних журналістів. Результати анкетування вказали на такі характеристики: аудиторія читачів та журналістів – зорієнтована на отримання і передавання інформації з релігійного життя; обидві групи позиціонують себе як активні представники релігійних спільнот; мають однакові теми зацікавлення, розуміють Церкву як одну із ключових інституцій у суспільстві; для них є пріоритетним діалог через канали нових медій, особливо через соціальні мережі; і читачі, і журналісти у більшості визнають висвітлення релігійної проблематики в Інтернеті неякісною, а також мають свої пропозиції щодо вирішення цієї проблеми.

ВИСНОВКИ

Традиційно склалося так, що комунікація Церкви та її вірян мала характер комунікації-розсіювання. З появою нових медій ця традиція почала змінюватись, адже однією з характерних рис є інтерактивна взаємодія, яка кардинально вплинула на особливості комунікації Церкви. Вона стала можливою завдяки численному інструментарію нових медій, через які реципієнти були не стільки споживачами інформації, доставленої “по вертикалі” від найвищих щаблів ієрархії Церков до вірян, скільки активними учасниками “горизонтальної комунікації”, зумовленої взаємодією у чатах, форумах, ньюз-групах, соціальних мережах як з церковними очільниками, так і між собою. Цього не було до появи нових медій.

Церква дедалі частіше відмовляється від традиційної управлінської комунікації-розсіювання, коли лідер говорить, а інші пасивно слухають. Нині духовенство дослуховується до ідей, висловлених у нових медіях. Це демонструє те, що діалогізм, притаманний новим медіям, поступово змінює модель комунікації Церкви, зрештою суспільства, на комунікаційно-діалог.

Значними є напрацювання у сфері біоетики, отже, персональної комунікації Церкви з людиною. Інтерактивний діалог на платформах соціальних мереж, у блогосфері, через матеріали міжконфесійних, світських і суспільно-політичних веб-ресурсів, засвідчує, що нові медії представляють і по-новому осмислюють ключові позиції, які висловлює Церква. На відміну від традиційних ЗМК, де акценти головних церковних дискурсів із документів розглядаються

реципієнтами без зворотного зв'язку. Це спонукає до висновків, що нові медіи частково вплинули на формування пріоритетів порядку денного як для мас-медій, так і для суспільної громадської думки. Такого не спостерігалось до появи нових медій. Веб-ресурси ділимо на три групи: міжконфесійні; спеціалізовані світські, які спеціалізуються на релігійній проблематиці; суспільно-політичні; які час до часу пишуть на теми релігії. Відповідно до цієї градації виявлено, що міжконфесійні і спеціалізовані світські ресурси все ж використовують модель комунікації-діалогу; натомість суспільно-політичні ресурси подають проблематику церковного життя дещо відсторонено, отже, застосовують принципи комунікації-розсіювання. Проте всі ці медіи готові до зміни порядку денного за моделлю Мак-Комбса, оскільки до цього спонукає вихід комунікантів на платформи соціальних мереж, блогів, конкретних веб-сайтів.

Розглядаючи специфіку нових медій зразків 2004–2005 та 2013–2015 років аналізуємо, наскільки мережева платформа була ефективною та корисною для усіх представників процесу діалогізму. Протягом подій на Майдані помітно зріс рівень присутності у мережевому просторі глав Церков, а також представників різноконфесійного духовенства на платформах сайтів єпархіальних прес-служб, спеціалізованих релігійних сайтів, суспільно-політичних веб-ресурсів. Церква/духовенство, яке перебувало на Майдані під час протестів, презентувало себе як самостійний компонент діалогів. Як приклад – участь у вічах, телемарафонах, круглих столах, а також дискусії у блогах веб-ресурсів, прямих ефірах “Громадського” та “Еспресо TV”, чатах і веб-конференціях на суспільно-політичних сайтах. Така присутність Церкви у новомедійному дискурсі спричинилась до візії цієї інституції як повноцінного учасника комунікації, позицію якого поважають і до неї дослухаються.

Протягом сучасних подій на сході України Церква розвиває комунікацію підтримки і супроводу. Свідчення військових капеланів через пости та світлини на приватних акаунтах соціальної мережі Фейсбук, розкривають суспільству суть війни, є підтримкою для українців поза межами території бойових дій. Через потреби військового капеланства держава та Церква переходять на новий рівень комунікації, який входить у сферу відповідних законодавчих проєктів. Контент світських ресурсів, а також суспільно-політичних ресурсів, які пишуть на теми релігії, демонструє реакції посадовців та духовенства.

Проведене соціологічне опитування, у якому взяли участь представники майбутнього духовенства, журналісти і студенти-журналісти, читачі мережевого контенту на релігійну тематику, дозволяє зробити висновок про важливість практичної реалізації моделі комунікації-діалогу, яка передбачає відкритість та активну участь усіх сторін процесу діалогізму, призводить до руйнації стереотипів.

На підставі проведеного дослідження виокремлюємо такі перспективи для комунікаційних стратегій Церкви і суспільства у мережевому просторі:

- комунікація через інструментарій нових медій є найбільш ефективною для усіх її учасників, тому те, що ми сьогодні спостерігаємо, – це лише початок процесу, додання стереотипів, вихід поза межі консерватизму як для представників духовенства, так і для соціуму;
- різні сторони цієї комунікації прагнуть вивести її на особистісний рівень, це спонукає і Церкву, і суспільство знаходити нові моделі для компромісу і порозуміння, інтерактивно спілкуючись на платформах соціальних мереж, у блогосфері, через міжконфесійні, світські та суспільно-політичні веб-ресурси, які пишуть про релігійні проблеми;
- події Помаранчевої революції були лише передумовою, а події Євромайдану та сучасні події на сході України спричинили духовенство до більш активного виходу на платформи соціальних мереж та веб-проектів; ця присутність якісно впливає на рівень дискусії у мережі, руйнує бар'єри між учасниками комунікації. Гіпотетично можемо припустити, що майбутні знакові для України суспільно-політичні події впливатимуть і формуватимуть нові дискурси у мережевому просторі;
- результати проведеного соціологічного дослідження доводять, що у майбутньому реалізовуватимуться проекти нових конфесійних веб-ресурсів, отже, мережевий релігійний простір розширюватиметься, принаймні в усіх сторін є такі ініціативи. До того ж змінюватиметься процес діалогізму, де відбуватиметься перехід до міжособистісної комунікації;
- вихід духовенства на платформи нових медій спричиняє до виникнення нових мультимедійних платформ, що змінюватиме порядок денний для традиційних медій. Це залежить не лише від інтерактивної комунікації, але і від специфіки мережевих каналів, їхніх функцій, аудиторії, мультимедійності;
- для журналістів є очевидним, що наразі у мережі переважає висвітлення неякісної релігійної проблематики, яка характеризується сенсаційністю і бульварністю;
- усі вищенаведені тези дають підстави для позитивних тенденцій і змін у сфері діалогізму між Церквою та суспільством через платформи нових медій, оскільки кожен із його учасників розуміє свою роль і перспективи у цьому процесі.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у фахових виданнях

1. Лавриш Ю. Інтернет-телебачення “Живе.ТБ” як платформа соціальної комунікації між Церквою та суспільством //Збірник наукових праць/ Серія: Теле- та радіожурналістика, 2014. – №13. – с. 254–259.
2. Лавриш Ю. Комунікація між Церквою та суспільством у сегменті нових медій: соціальні мережі та блогосфера// Вісник Львівського університету/ Серія: Журналістика, 2015. – №40. – с. 345–350.
3. Лавриш Ю. Соціальна комунікація українських нових медій: методологія дослідження (на основі моделі “Церква – нові медії – суспільство”)// Наукові записки Інституту журналістики: наук.збірник/ за ред. В. В. Різуна; КНУ ім. Т. Шевченка. – К., 2014 – Жовт.-груд. – Т. 57 – с. 17–20.
4. Лавриш Ю. Соціальне підґрунтя релігійної тематики в Інтернеті на прикладі українських нових медій// Вісник Львівського університету/ Серія: Журналістика. – 2015. – №39. – с. 561–568.
5. Лавриш Ю. Соціально-політичний дискурс релігійної тематики в Інтернеті (на прикладі українських нових медій) //Збірник наукових праць/ Серія: Теле- та радіожурналістика, 2015. – №14. - с. 188-195
6. Лавриш Ю. Релігійно-політичні контексти святкування 1025-літтяХрещення Русі: український новомедійний дискурс у рамках соціальної комунікації// Вісник Львівського університету/ Серія: Журналістика, 2013. – №38. – с. 497–502.
7. Лавриш Ю. Українське релігійне життя у парадигмі передвиборчої кампанії -2012: новомедійний аспект// Вісник Львівського університету/ Серія: Журналістика, 2012. – №37. – с. 151–153.

Матеріали і тези конференцій

1. Лавриш Ю. Професійна етика у межах релігійної журналістики// Християнин у публічній сфері молоді демократії: матеріали науково-практичної конференції Інституту екуменічних студій Українського католицького університету (14 листопада 2012 року). – Львів, 2013. - с. 9-10
2. Лавриш Ю. С. Религиозная журналистика в Украине: проблематика, педагогика и подходы к написанию материалов// Религия и образование в светских обществах: мат. межд. научной конференции, Респ. Беларусь, г.Минск, 27-28 мая 2014/ Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск: Право и экономика, 2014. – с. 417-419

Статті в іноземних виданнях:

- 1 Лавриш Ю. Комунікаційний трикутник “Церква-суспільство-Євромайдан” як феномен соціальних комунікацій у нових медіях// Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Sciences, 2015. III(10), Is. 64, p. 61-65

АНОТАЦІЯ

Лавриш Ю.С. Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект. – Рукопис

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики. – Львівський національний університет ім.І.Франка.

Дисертаційне дослідження присвячене аналізу діалогу між Церквою та суспільством крізь призму дискурсу нових медій. Запропоновано розглянути ключові концепти і стратегії такого типу комунікації саме в нових медіях на основі теоретико-методологічного напрацювання теми з акцентом на теорії дискурсів та понятті діалогічного мовлення. Представлено суто практичне осмислення комунікаційного трикутника “Церква – нові медії – суспільство” на тлі викликів українського соціуму, через знакові події 2000–2015 років: Помаранчева революція, Євромайдан, російсько-українська війна. Виявлено перспективи комунікаційних стратегій між Церквою та суспільством у мережі – на тлі соціальних мереж та блогосфери. Проведене дисертанткою соціологічне дослідження (анкетування серед семінаристів, студентів-журналістів, читачів сайту та релігійних журналістів, які працюють в мережі) засвідчило, що всі комунікаційні пари зацікавлені якісним висвітленням релігійної проблематики в Інтернеті, прагнуть бути активними сторонами діалогу та розвивати комунікацію саме в нових медіях. Дослідження є цікавим для релігійних журналістів, працівників конфесійних медій, духовенства.

Ключові слова: діалог, Церква, нові медії, релігійна журналістика, Інтернет, контент, соціальні мережі, блоги, суспільство.

АННОТАЦИЯ

Лавриш Ю.С. Диалогизм у новых медиа Украины как средство социальных коммуникаций: религиозный аспект. - Рукопись

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.04 - теория и история журналистики. – Львовский национальный университет им.И.Франко

Диссертационное исследование посвящено анализу диалога между Церковью и обществом на основе дискурса новых медиа. Предложено рассмотреть ключевые концепты и стратегии такого типа коммуникации именно в новых медиа на основе теоретико-методологической разработки темы с акцентом на теории дискурса и понятии диалогической речи. Представлены сугубо практическое осмысление коммуникационного треугольника “Церковь - новые медиа - общество” на фоне вызовов украинского социума, через знаковые события 2000-2015 годов: Оранжевая революция, Евромайдан, российско-украинская война.

В течение событий на Майдане заметно вырос уровень присутствия в сетевом пространстве глав Церквей, а также представителей ризноконфессийного духовенства на платформах сайтов епархиальных пресс-служб, специализированных религиозных сайтов, общественно-политических веб-ресурсов. Свидетельство военных капелланов через посты и фотографии на частных аккаунтах социальной сети Фейсбук является поддержкой для украинцев вне территории боевых действий.

Проведенное диссертанткой социологическое исследование (анкетирование среди семинаристов, студентов-журналистов, читателей сайта и религиозных журналистов, работающих в сети) показали, что все коммуникационные пары заинтересованы качественным освещением религиозной проблематики в Интернете, стремятся быть активными сторонами диалога и развивать коммуникацию именно в новых медиа. Исследование является интересным для религиозных журналистов, работников конфессиональных медиа, духовенства.

Ключевые слова: диалог, Церковь, новые медиа, религиозная журналистика, Интернет, контент, социальные сети, блоги, общество.

ANNOTATION

Lavrysh Y.S. Dialogue in the Ukrainian new media as a means of social communication: the religious aspect. - Manuscript

Dissertation for a Candidate degree of Social Communications, specialty 27.00.04 -theory and history of journalism. – Lviv National Ivan Franko University

The dissertation is devoted to the analysis of the dialogue between the Church and society in the light of new media discourse. A review key concepts and strategies of this type of communication in new media is based on theoretical and methodological developments with emphasis on topics discourse theory and the concept of dialogue speech. Presented by purely practical understanding of the communication triangle “Church - New media - Society” against the background of challenges Ukrainian society, through significant events of years 2000-2015 Orange Revolution, Euromaidan, Russian-Ukrainian war. Discovered prospects of communication strategies between the Church and society in the network - on the background of social networks and the blogosphere. The sociological research (survey among seminarians, students, journalists, religious readers of the site and journalists working in the network) showed that all communication couples interested in communication quality coverage of religious issues on the Internet, tend to be open to discussion and want to improve communication in the new media most of all.

Keywords: dialogue, the Church, new media, religious journalism, Internet, content, social networks, blogs, society.

Підписано до друку 15.03.16. Формат 60×84/16. Умовн. друк. арк. 0,9.
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
Тираж 100 прим. Зам. №

Львівський національний університет імені Івана Франка.
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.