

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ЗАДОЯНЧУК ОКСАНА ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 271.2(477):316.77

**ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ УЩ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ
ІНФОРМАЦІЇ УКРАЇНИ**

спеціальність 09.00.11 — релігієзнавство

АВТОРЕФЕРАТ

на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук

Київ — 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі релігієзнавства філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор філософських наук, доцент
ШВЕД Зоя Володимирівна,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка,
доцент кафедри релігієзнавства.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, професор
БОНДАРЕНКО Віктор Дмитрович,
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова,
завідувач кафедри культурології;

кандидат філософських наук, доцент,
БУЧМА Олег Васильович,
Інститут філософії імені Г. С. Сковороди
НАН України,
старший науковий співробітник
Відділення релігієзнавства.

Захист відбудеться 5 грудня 2016 року о 10 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.43 у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 60, ауд. 330.

З дисертацією можна ознайомитись у Науковій бібліотеці імені М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01601, м. Київ, вул. Володимирська, 58, зал №12.

Автореферат розісланий «03» листопада 2016 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

І. М. Фенно

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Релігійний чинник, що є однією з визначальних складових поступального процесу формування сучасності, перебуває у фактичній взаємодії із засобами масової інформації. За таких обставин зв'язок релігії з трансформаційними процесами в культурі, що активно послуговується новітнім інструментарієм передачі інформації, часто постає як тематичний напрям у дослідженнях сучасних релігієзнавців. Роль медіа в суспільному житті актуалізувалася в ХХІ столітті настільки, що кожне суспільно значуще релігійне явище, поширене завдяки модернізованим ретранслятивним каналам, отримує не тільки великий суспільний резонанс, але й впливає на формування світоглядної парадигми цілого покоління. З огляду на це, зв'язки релігії та засобів масової інформації репрезентують нову предметну галузь, в якій досліджуються їх види та функції. Саме тому аналіз сприйняття конфесійно визначених релігійних інститутів у ЗМІ є актуальним завданням для сучасного релігієзнавства, а напрацювання в психології, соціології та інших галузях гуманітарного знання щодо ролі ЗМІ в суспільному бутті є підставою для даного комплексного релігієзнавчого дослідження. Оскільки православ'я є домінуючою конфесією на території України як в історичній ретроспективі, так і сьогодні, позиції та місце релігійних організацій стають все більш обговорюваними та значимими у таких процесах сучасності, як православний розкол, що має місце в українських реаліях, зміна векторів спрямування внутрішньої та зовнішньої політики держави в новітній історії України (євроінтеграційні чи проросійські настрої). Водночас ці процеси стимулюють релігійні організації діяти відповідно до суспільного запиту, що особливо стало можливим і помітним з прийняттям Закону України «Про свободу совісті та релігійні організації» (1991 р.), коли релігійні організації, серед іншого, отримали право на самостійну видавничу діяльність та проведення незалежної від держави інформаційної роботи, тоді як світські видання, звертаючись до висвітлення питань релігійного життя, розглядають останню як одну із складових життя суспільства. Зважаючи на це, особливості сприйняття конкретних релігійних організацій у світських, поліконфесійних та релігійних (власних конфесійних та іноконфесійних) засобах масової інформації різняться. У нашому дослідженні ми зосередимо свою увагу на виокремленні та аналізі особливостей сприйняття УПЦ у вищезначених засобах масової інформації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, темами. Дисертацію виконано в межах комплексної наукової програми Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Модернізація суспільного розвитку України в умовах світових процесів глобалізації», науково-дослідної теми філософського факультету № 11БФ041-01 «Філософсько-світоглядні та політологічні аспекти гуманітарного розвитку сучасного суспільства», науково-дослідницької тематики кафедри релігієзнавства філософського факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Мета нашого дослідження – виявити особливості сприйняття Української православної церкви (УПЦ) в медійному просторі України.

Реалізація поставленої мети обумовила необхідність вирішення таких завдань:

- проаналізувати світську періодику щодо висвітлення діяльності УПЦ та її сприйняття;
- визначити інформаційне спрямування та рівні впливу поліконфесійних проєктів;
- установити функціональні особливості використання медіа представниками іноконфесійних засобів масової інформації та особливості сприйняття в них УПЦ;
- здійснити аналіз та контент-моніторинг друкованих засобів масової інформації церкви щодо функціональних особливостей їх спрямованості;
- виявити своєрідність репрезентації церкви в теле- та радіомовленні;
- проаналізувати особливості використання представниками церкви медійної платформи інтернет;
- виявити спільне та відмінне у сприйнятті УПЦ у світських та релігійних ЗМІ України.

Об'єктом дослідження є Українська православна церква, а **предметом** - особливості її сприйняття в світських та релігійних засобах масової інформації.

Теоретико-методологічною основою дисертаційного дослідження стали праці сучасних вітчизняних науковців та релігієзнавців М. Бабія, В. Бондаренка, О. Бучми, Л. Владиченко, В. Єленського, О. Здіорука, В. Климова, А. Колодного, Л. Конотоп, М. Петрушкевич, О. Предко, О. Сагана, Г. Середи, Л. Филипович, Є. Харьковценка, З. Швед.

У дисертації було використано ресурси електронних засобів масової інформації, опубліковані у всесвітній інформаційній мережі інтернет. Автором було використано інформацію та дані з офіційних сайтів Верховної Ради, Української православної церкви, громадських організацій, публікації, розміщені на офіційних сайтах газет та журналів, теле- та радіопроектів.

Дисертаційне дослідження ґрунтується на загальних методах соціогуманітарної сфери наукового пізнання. Системний аналіз засобів масової інформації України дав змогу виокремити їх характерні риси, зробити акцент на відмінностях, що наявні в різних виданнях, проєктах, ресурсах. Ознайомлення зі змістовним наповненням друкованих матеріалів, прослуховування теле- та радіоефірів, робота з інтернет-ресурсами, спілкування з офіційними представниками церкви та авторами матеріалів світських видань надало можливість детально розглянути інформаційну діяльність церкви та сформулювати висновки дисертаційного дослідження. За допомогою контент-аналізу ми розглянули значеннєвий зміст друкованої

преси, виступів на телебаченні та радіо, наповнення світських та релігійних сайтів тощо.

Контент-моніторинг як світських, так і релігійних видань здійснювався протягом усього процесу написання роботи з метою змістовного аналізу інформаційних потоків та отримання обґрунтованих висновків проведеного дослідження.

Структурно-функціональний метод був застосований у процесі аналізу засобів масової інформації, котрі використовує УПЦ у своїй інформаційній діяльності, для виокремлення специфічних рис і особливостей, що притаманні кожному окремому елементу, зокрема пресі, радіо, телебаченню, мережі інтернет, а саме: на які вікові групи вони спрямовані, які питання висвітлюють тощо.

Компаративний аналіз відіграв значну роль при обранні релігійної організації на розгляд, оскільки УПЦ сьогодні є не лише лідером серед православних церков, що діють в Україні, за кількістю медійних проєктів, а ще й демонструє постійний розвиток у напрямі інформаційної підтримки своєї організації, що підтверджується появою нових проєктів, реорганізаціями синодальних відділів, підвищенням якості продукту, який випускається, тощо.

Історичний підхід до даної проблематики надав нам можливість простежити певні тенденції у сприйнятті релігійної організації після проведення Харківського собору та визначити фактори, що відіграють важливу роль у даному процесі.

У своєму дослідженні ми дотримуємося загальних наукових принципів гуманізму, системності та світоглядного плюралізму, а також принципів академічного релігієзнавства: об'єктивності, позаконфесійності, нейтральності в питаннях релігії.

Джерельною базою дослідження є правові документи української держави, офіційна позиція та заяви представників церкви, світські та релігійні ЗМІ України і їх наповнення.

Окрім того, було використано праці, в яких здійснено осмислення комунікації, її рівнів та функціональних особливостей у цілому та релігійної, зокрема – К.-О. Апеля, Ю. Габермаса, Г. Д. Лассуела, Д. Мак-Квейла.

У процесі розгляду питання щодо трансформаційних процесів, які притаманні релігійним організаціям, у контексті інформатизації суспільства, медіатизації релігії та використання засобів масової інформації у їх діяльності, було використано напрацювання М. Балаклицького, С. Болл-Рокеш, В. Єленського, І. Жердевої, А. Колодного, Е. Мартинюка, М. Петрушкевич, Г. Середи, Л. Филипович, М. де Флера, Є. Харьковценка, С. Хьюгварда, З. Швед, Є. Юнусової, А. Юраша.

Під час дослідження історії державно-церковних відносин в Україні та зовнішніх впливів у цьому процесі, ми звернулися до наукового доробку В. Бондаренка, О. Бучми, Л. Владиченко, М. Галіченка, С. Гантінгтона, А. Деркача, В. Єленського, С. Здіорука, В. Климова, А. Колодного, О. Сагана.

З метою осмислення категорій «свобода совісті», «свобода слова», що є ключовими в дослідженні релігійної сфери в державі та релігійних засобів масової інформації, зокрема, ми використали напрацювання М. Бабія, А. Колодного, Дж. Локка, Дж. Мільтона, М. Падуанського, Л. Филипович.

Щодо питання діяльності православних засобів масової інформації було розглянуто роботи та проаналізовано позиції А. Бойко, В. Бондаренка, О. Драбинка, І. Жердевої, Г. Коваленка, А. Стародуба, Ю. Чорноморця.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше в українському релігієзнавстві на основі системно-аналітичного підходу до УПЦ було визначено особливості сприйняття церкви у засобах масової інформації з урахуванням процесу медіатизації релігії, моделі медіазалежності, розбудови інформаційного суспільства та суспільно-політичних подій в Україні. Найсуттєвіші наукові результати, які висвітлюють новизну дисертаційної роботи, внесок автора в розроблення проблеми, що виноситься на захист, конкретизуються в наступних положеннях:

Вперше:

- визначено поняття «медіатизації релігії» як процесу, що характеризується активним використанням медіа в релігійній сфері, з метою виконання в її межах ряду функцій: комунікативної, культурно-освітньої, ідеологічної, пізнавальної, маніпулятивної, соціально-організаторської, рекламно-інформаційної тощо. У такий спосіб представники релігійних громад через ЗМІ звертаються до об'єктивного/необ'єктивного висвітлення новин, тенденцій тощо. Поняття «релігієзація медіа» визначено як процес, що характеризується підвищенням кількості релігійних ЗМІ (останні є авторитетними ресурсами отримання інформації з життя релігійних громад) та співпадінням медійних функцій і функцій релігійних організацій. Ці процеси є двосторонніми та взаємопов'язаними;

- виявлено та обґрунтовано, що в сприйнятті УПЦ у світських засобах масової інформації України наявні тенденції як до упередженого ставлення до релігійної організації, так і до об'єктивного висвітлення значущих подій, аналітики та прогнозування, хоча звернення до подій з життя церкви в цілому відбувається доволі нечасто, що залежить більшою мірою від соціально-політичних настроїв у суспільстві та власної позиції автора матеріалу. У процесі розгляду Української православної церкви в розрізі її власної інформаційної діяльності доведено, що розгалужена система інформаційної діяльності церкви має формувати власне інформаційне поле та виконувати низку функцій у межах релігійної організації: інформаційну, просвітницьку, комунікативну, світоглядну тощо;

- у результаті детального розгляду явищ віртуалізації релігії та медіатизації релігії було виокремлено їх спільні та відмінні риси. Спільні: вони є формами прояву більш широких явищ – віртуалізації та медіатизації, що можуть бути представлені як в окремих сферах – релігії, культурі, мистецтві тощо, так і в цілому в суспільстві; вони є процесами, що

характеризують розвиток суспільства в XXI столітті; безпосередньо пов'язані з активним використанням ЗМІ в релігійній сфері та інформатизацією суспільства; віртуалізація релігії, медіатизація релігії не замінює традиційні форми комунікації в православній церкві – вони є реакцією на вимогу часу. Віртуалізацію релігії розуміємо як зростання ролі кібернетичних ЗМІ, що активно використовують релігійні організації в процесі розбудови своїх комунікаційних систем. У такому вузькому значенні віртуалізація співпадає з медіатизацією, проте останнє не вичерпується ним. Серед відмінних рис відмічаємо: явище медіатизації релігії є ширшим за явище віртуалізації релігії, оскільки останнє, хоча і може розглядатися поза межами мережі інтернет, не враховує розширення ролі та значення друкованих джерел; через консервативність православної церкви явище віртуалізації релігії в широкому сенсі є менш характерним для неї, тоді як медіатизація релігії у значенні активного залучення медіа в своїй діяльності чітко простежується. Доведено, що вони мають ряд спільних ознак, саме тому можуть використовуватись як синонімічні, проте є недоречним говорити про повне співпадіння їх змісту.

Уточнено:

- правову базу діяльності засобів масової інформації (Конституція України, Закони України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформацію», «Про телебачення та радіомовлення»). Перед світськими, як і перед релігійними засобами масової інформації, стоїть завдання повністю відповідати чинному законодавству в питаннях забезпечення свободи совісті та віросповідань, тоді як до релігійних засобів масової інформації, котрі не мають окремого статусу в українській державі та виступають складовою українського інформаційного простору, не висунуто специфічних вимог;

- інформаційну діяльність УПЦ – її ресурси й потенціал впливу на віруючих через релігійні засоби масової інформації, які ми класифікували територіально (відповідно до єпархії, котра займається їх виходом), за статусом цих проектів (офіційний-неофіційний), цільовою аудиторією, до якої більшою мірою звернений проект (діти, молодь, старше покоління) та типом (друковані видання (газети, журнали, календарі) та аудіовізуальні проекти (радіопередача, телепроект, канал на відеохостингу Youtube, інтернет-сайт).

Набуло подальшого розвитку:

- розгляд ролі світських та релігійних ЗМІ в контексті медіатизації релігії та суспільства в цілому та аналіз процесу входження релігійних організацій до інформаційного простору України.

Теоретичне й практичне значення дослідження полягає в тому, що матеріали, теоретичні положення й висновки дисертації можуть бути використані в подальших дослідженнях, що стосуватимуться православ'я, медіатизації релігії, трансформації релігійних систем у контексті їх функціонування в інформаційному суспільстві. Положення, сформульовані та обґрунтовані в дослідженні, можуть бути використані у розробці та

викладанні нормативних курсів та спецкурсів – «Історія релігії», «Соціологія релігії», «Свобода совісті», «Медіатизація релігії в Україні» тощо. Практичне значення полягає в тому, що матеріали дисертації можуть бути використані у процесі підготовки експертних висновків щодо функціонування УПЦ та представлення церкви в інформаційному просторі України.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною науковою роботою автора. Висновки, положення наукової новизни одержані автором самостійно.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження оприлюднені автором у доповідях на міжнародних наукових конференціях, зокрема: Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2014» (м. Київ, 2014 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Пріоритети розвитку суспільних наук у XXI ст.» (м. Одеса, 2014 р.), Міжнародна наукова конференція «Україна—Ватикан: християнство в контексті його включення в різноманіття сфер суспільного буття» (м. Київ, 2014 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Релігія і/ або повсякденність» (м. Мінськ, 2015 р.), Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2015» (м. Київ, 2015 р.), III Міжнародна наукова конференція «Авраамічні релігії: проблеми свободи совісті й віросповідання в контексті міжрелігійних чинників у сфері суспільного буття в Україні та світі» (м. Галич, 2015 р.), XXI Світовий конгрес Міжнародної асоціації історії релігії «Динаміка релігії: минуле і теперішнє» (м. Ерфурт, 2015 р.), Міжнародна наукова конференція «Перші Танчерівські читання «Методологічні проблеми сучасного релігієзнавства» (м. Київ, 2015 р.), Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2016» (м. Київ, 2016 р.); всеукраїнських конференціях: Конгрес молодих дослідників релігії «Релігія в сучасній культурі» (до 10-річчя МАР) (м. Київ, 2014 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція «Релігієзнавство в Київському університеті: інституційний та персональний виміри» (м. Київ, 2014 р.), «Сучасні наукові дослідження представників суспільних наук – прогрес майбутнього» (м. Львів, 2015 р.); круглих столах: «Правове регулювання релігійного життя: історія, сучасність, перспективи» (м. Харків, 2014 р.), «Філософська антропологія у теоретичних та практичних вимірах: освіта, наука, мистецтво, медіа-простір» (м. Київ, 2015 р.), семінарі з православ'я МАН тощо.

Результати дослідження доповідались та обговорювались на науково-методологічних семінарах кафедри релігієзнавства Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Публікації. Основний зміст дисертації висвітлено у 5 наукових статтях, що вміщені у фахових виданнях, визначених ДАК Міністерства освіти і науки України, 2 наукових статтях, що вміщені у виданнях, котрі входять до міжнародних наукометричних баз даних, і 10 тезах наукових доповідей.

Структура дисертаційного дослідження зумовлена специфікою об'єкта аналізу та логікою його дослідження, що впливає із поставленої мети й завдань. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, що поділяються на підрозділи, висновків та списку використаної літератури. Обсяг дисертації (без списку використаних джерел) – 190 сторінок, загальний обсяг – 210 сторінок. Список використаних джерел займає 20 сторінок і містить 180 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовується актуальність теми дослідження, визначається стан наукової розробки проблеми, формулюється мета, завдання, об'єкт і предмет дослідження, розкриваються методи та наукова новизна, теоретичне й практичне значення, наводяться дані про публікації та апробацію результатів дослідження.

У **першому розділі «Методологія дослідження та аналітичний огляд літератури»** було наведено визначення ключових понять дослідження, а саме: засоби масової інформації, медіатизація, віртуалізація, друковані засоби масової інформації, релігійні засоби масової інформації, сприйняття, явища медіатизації релігії та релігіезації медіа. Крім того, було проаналізовано функції, котрі виконують світські ЗМІ в суспільстві, та мають своєрідність вияву в релігійних засобах масової інформації. Значну увагу приділено аналітичному огляду літератури, що має відношення до теми дослідження.

У **другому розділі «Свобода совісті як підґрунтя ідентифікації сприйняття УПЦ в засобах масової інформації України»** у процесі аналізу законодавчої бази України, що стосується засадничих норм права функціонування ЗМІ, було виявлено, що правове регулювання діяльності як світських, так і релігійних засобів масової інформації в межах сучасного інформаційного суспільства здійснюється на основі норм чинного законодавства України, що регулюють відносини держави та ЗМІ в цілому.

У підрозділі **2.1. «Плюралізм світських ЗМІ у питанні висвітлення діяльності УПЦ»** виявлено тенденції та особливості сприйняття УПЦ у світських засобах масової інформації. Нами було розглянуто ряд видань – всеукраїнська газета «День» (колонка «Медіа і релігія» журналістки Ю. Лавриш), щотижневий український загальнонаціональний соціально-політичний журнал «Фокус», аналітичне видання «Дзеркало тижня» та матеріали відділу «Церква» (автор – К. Щоткіна), інформаційне агентство УНІАН. У ході дослідження було виявлено, що звернення до подій з життя церкви відбувається доволі нечасто. Залежно від автора та редакційної колегії в цілому, можна спостерігати як упереджене ставлення до УПЦ, так і тенденцію до об'єктивного висвітлення значущих подій та аналітики, прогнозування.

У радіопросторі було розглянуто Радіо Свобода, котре, на нашу думку, виступає платформою для зустрічі представників релігійних організацій,

експертів з релігійних питань та журналістів, демонструючи тим самим прагнення до об'єктивності у ЗМІ.

Особливість сприйняття УПЦ на телебаченні охарактеризована на основі аналізу матеріалів каналу «1+1». У вечірніх випусках новин досить часто з'являються сюжети з релігійною тематикою, окреме місце серед яких займає УПЦ. Водночас авторські розвідки журналістів, що неодноразово проводилися, стосувалися більшою мірою діяльності окремих представників церкви, створюючи тим самим «чорний піар» релігійній організації в цілому. Таким чином, у даному підрозділі ми продемонстрували плюралістичність позицій у питаннях висвітлення діяльності УПЦ в світських засобах масової інформації та її сприйняття в них.

У підрозділі **2.2. «Самоактуалізація УПЦ в поліконфесійних інтернет-проектах»** ми розглянули та проаналізували проекти, що звертаються до висвітлення питань з життя церкви – «Релігійно-інформаційна служба», незалежний інтернет-ресурс «Релігія в Україні» та інтернет-платформа «Діалог.UA». У ході дослідження було виявлено, що дані ресурси покликані, в першу чергу, інформувати суспільство про події з життя всіх релігійних організацій, що представлені в Україні, тоді як УПЦ для них – лише одна з багатьох. Залежно від автора матеріалу, його особистих поглядів та суспільно-політичних обставин, матеріали можуть мати як інформативний, так і підбурювальний характер. На основі цього ми стверджуємо, що дані ЗМІ виконують не лише інформативну функцію, а й можуть бути платформою для розпалювання світоглядної, зокрема й релігійної ворожнечі. Представленість УПЦ в поліконфесійних проектах є результатом активної діяльності представників церкви та інтересом до даної релігійної організації зі сторони громадськості та віруючих.

У підрозділі **2.3. «Репрезентація УПЦ в іноконфесійних ЗМІ України»** було встановлено, що іноконфесійні видання, зокрема УПЦ КП і УАПЦ, не звертаються до висвітлення питань із життя УПЦ у власних виданнях, проте їх представники (зокрема, УПЦ КП) активно використовують світські студії та видання задля публічних полемічних заяв на адресу УПЦ. Нами було виокремлено авторське бачення спільних та відмінних рис у функціонуванні світських, поліконфесійних та іноконфесійних виданнях у питанні сприйняття УПЦ. Крім того, встановлено і доведено, що світські і поліконфесійні видання орієнтовані здійснювати вплив на читачів переважно на когнітивному рівні, тоді як іноконфесійні видання – здійснюють вплив здебільшого на афективному рівні. Особливості сприйняття УПЦ також варіюються залежно від видань: автори світських медіа демонструють тенденцію до предметності та структурності в сприйнятті релігійної організації, хоча залежно від суспільно-політичних настроїв питання з історії становлення церкви та дії її представників можуть отримувати діаметрально протилежні коментарі. Цілісність у сприйнятті порушується, оскільки досить часто в центрі уваги новин перебуває не УПЦ як структура, а її окремі представники та їх дії. І хоча останні входять до

структури церкви в цілому, все ж не можуть повністю ототожнюватися з нею. Константність у сприйнятті церкви також залежить від соціально-політичних та суспільних настроїв, оскільки у заявах та діях представників церкви водночас присутні як консервативні погляди, так і залученість до модернізаційних процесів, зокрема і в церкві. Вибірковість як одна з найбільш яскравих рис представлена у виборі тих чи інших подій, новин, заяв, представників церкви до яких звертаються, у яких беруть інтерв'ю та яких просять коментувати події. Водночас іноконфесійні видання тяжіють не лише до висвітлення вибіркової інформації, а ще й акцентують увагу на стереотипних поглядах стосовно релігійної організації.

Відсутність осмисленості в сприйнятті УПЦ в світських медіа проявляється у непорозуміннях зі сторони світської аудиторії та частини віруючих у ставленні до суспільно-політичних подій у державі, до зв'язків із представниками РПЦ тощо.

Таким чином, у цьому розділі ми розглянули та визначили особливості сприйняття УПЦ у світських, поліконфесійних та іноконфесійних виданнях, взявши до розгляду найбільш авторитетні та масштабні проекти.

Третій розділ «Ресурси і потенціал впливу на сприйняття УПЦ у власних засобах масової інформації» присвячений аналізу трансформацій, що мали місце в інформаційній діяльності УПЦ, та результатам цього процесу.

У підрозділі **3.1. «Друковані засоби масової інформації церкви як спосіб реалізації інформаційної та світоглядної функцій»** було встановлено, що засоби масової інформації церкви можна класифікувати територіально (відповідно до єпархії, котра займається їх виходом), статусом цих проектів (офіційний-неофіційний), цільовою аудиторією, до якої більшою мірою звернений проект (діти, молодь, старше покоління) та типом (друковані видання (газети, журнали, календарі) та аудіовізуальні проекти (радіопередача, телепроект, канал на відеохостингу Youtube, інтернет-сайт). Варто зазначити, що не всі проекти дотримуються заявленої періодичності, несвоєчасно випускають друковані матеріали (або їх дуже складно знайти), регулярно оновлюють інтернет-сайти. Проте ця особливість є загальнопоширеною і для інших релігійних православних медіа, зокрема УПЦ КП та УАПЦ.

Друковані видання розвиваються, що проявляє себе в зміні зовнішнього вигляду (зміна формату, зміна паперу зі звичайного на глянець), у доступності матеріалів — поява електронних версій у мережі інтернет, змістовне наповнення номерів характеризується, з одного боку, більш толерантним ставленням до інших конфесій, а з іншого — наявний більш глибокий аналіз православної віри, наголошується на способі залучення саме цієї традиції та її цінностей, способу життя. Проте, навіть маючи альтернативний доступ у мережі інтернет, видання продовжує з'являтися в друкованому вигляді.

Авторами матеріалу зазвичай є позаштатні працівники, представники духовенства, що зацікавлені в даній просвітницькій та інформаційній діяльності, православні воцерковлені батьки, котрі хочуть поділитися своїм досвідом виховання дітей, молодь, яка розповідає про проблеми, ділиться враженнями тощо. Цільова аудиторія друкованого матеріалу часто має пряме відношення до тих, хто її випускає. Зростання кількості друкованих ЗМІ можна пояснити, з одного боку, відсутністю обмежень чи лімітів зі сторони держави, з іншого — реалізацією бажань епархій (зокрема й новоутворених) мати власні видання для висвітлення власних новин та подій. Крім того, варто наголосити й на спрощенні самого процесу випуску газетного видання, теле- і радіопроєкту, сайту тощо.

Мова друкованих видань переважно російська, рідше — українська, деякі видання мають двомовні версії. Слід зазначити, що епархії, які знаходяться в центрі країни, на сході та на півдні, використовують російську мову в друці; навіть Київські епархіальні видання також часто використовують саме російську мову, пояснюючи свій вибір тим, що в такий спосіб друковані видання стануть зрозумілими і доступними поза межами України.

Доведено, що в друкованих виданнях афективний вплив переважає над когнітивним, що проявляє себе в некритичному сприйнятті матеріалу та позицій, переважанні ролі попереднього релігійного досвіду в сприйнятті релігійної організації, новин та дій. Водночас особливості сприйняття релігійної організації відзначаються предметністю, цілісністю, константністю, осмисленістю. У виданнях вузького спрямування цілісність порушується, оскільки ми маємо можливість бачити «православ'я для дітей», «православ'я для жінок» тощо, проте й тут наявність емоційних та чуттєвих характеристик виходить на перший план.

У підрозділі **3.2. «Результати діяльності УПЦ в теле- та радіомовленні України»** акцентовано увагу та тому, що радіопроєкти УПЦ орієнтовані здебільшого на передачу новин та подій, а також на конструктивні дискусії та обговорення нагальних проблем, відповіді на актуальні питання зі сторони духовенства. Регіональні проєкти орієнтовані на локального слухача, проблеми конкретної епархії. Тривалість ефіру проєкту залежить від наданої інформації та часу ефіру: новини – це більш короткі програми; створені майданчики для спілкування духовенства, віруючих та світських осіб – більш тривалі.

Крім того, телепроєкти регіонального характеру також направлені на передачу офіційних новин УПЦ в цілому та епархіальних, зокрема. Більш масштабні проєкти мають на меті розповісти глядачеві про відомі історичні постаті, подвиги святих, історію існування православ'я в Україні, поглиблюючи тим самим їхні знання. Фільми духовного та морального спрямування — це те, чого сьогодні, на думку представників церкви, не вистачає українському суспільству. Програми, котрі несуть інтелектуальні та глибинні роздуми, налаштовують глядача на добрі та порядні справи, а не

вносять деструктив та негатив. Тобто, особливість сприйняття в теле- та радіоефірах відзначається тим, що вплив на слухачів на когнітивному рівні відбувається лише в інформаційних проектах (переважно новинах). Решта просвітницьких проектів здійснює вплив на афективному рівні, зачіпаючи сферу емоційних та чуттєвих характеристик. Предметність, цілісність, структурність, константність, осмисленість та вибірковість сприйняття УПЦ продовжує бути представленою так само, як і в друкованих виданнях церкви.

У підрозділі **3.3. «Динаміка репрезентації УПЦ в мережі інтернет»** йдеться про те, що інтернет-проекти — найбільш новий та якісний продукт, оскільки до його створення найчастіше долучена молодь, яка говорить «доступною мовою» та може донести слова православної істини до реципієнта. Широка мережа сайтів пришвидшує обмін інформацією, формує більш відкриту позицію церкви до суспільства, наголошуючи проте й на тому, що інтерактивне спілкування ніколи якісно не замінить живої душевної розмови.

Так, представники УПЦ сприймають мережу інтернет як альтернативний спосіб передачі інформації, розширення сфери свого впливу, а не як альтернативу традиційній комунікації. Саме тому доцільно говорити про те, що модернізація комунікації в православній церкві в цілому та в УПЦ, зокрема, має свої межі. Альтернативний доступ до матеріалів не замінює культові практики, традиції, не виключає знання православних істин та дотримання заповідей.

Саме тому ми констатуємо, що попри ту значну інформаційну функцію, котру здійснюють церковна преса та аудіовізуальні ЗМІ в інформаційному просторі України, роль світоглядної та просвітницької функцій у цьому контексті є невід'ємною, а тому сприймати активну представленість УПЦ в мас-медіа України без урахування прозелітизму у цій діяльності неможливо. Водночас, відмічаючи значні впливи інформаційних технологій на когнітивний рівень сприйняття, констатуємо, що останній має місце і в сприйнятті УПЦ. Як дослідниками, так і віруючими відзначається прагнення представників церкви налагодити контакт із суспільством через мережу інтернет і суттєві результати цієї діяльності. Завдяки мережі church.ua УПЦ в мережі інтернет сприймається як цілісна організація з окремим представленням єпархій, монастирів та храмів. І хоча рано говорити про тотальність і цілісність сприйняття усіх структурних складових церкви, все ж відмічаємо тенденцію до розбудови інформаційної діяльності. Осмисленість сприйняття УПЦ проявляється в озвученні й розумінні позицій церкви, що знаходить своє вираження в мережі інтернет, тим самим формується вибірковість сприйняття церкви щодо ставлення до новітніх засобів комунікації та зв'язку. Таким чином, особливості сприйняття УПЦ представлені через ряд властивостей, котрі характеризують процес сприйняття в цілому.

Отже, маючи значні ресурси та розширюючи власний потенціал, представники церкви сформували платформу із власних ЗМІ для

представлення та формування особливого сприйняття релігійної організації. Сприйняття УПЦ в цих медіа характеризується прагненням впливу на реципієнтів частіше на афективному рівні, рідше на когнітивному (офіційні новини, заяви). Серед особливостей сприйняття УПЦ у власних засобах масової інформації ми відмічаємо предметність та структурність, що формується з урахуванням історії православної церкви, написаної самими ж представниками церкви. Тут немає місця альтернативі в трактуванні історичних фактів, багатовимірності в розгляді подій та особистостей, їх ролі в житті церкви. Цілісність релігійної організації представлена у ЗМІ віднесенням до ресурсів саме Української православної церкви, наявністю (здебільшого) офіційного матеріалу, передмов та коментарів авторитетних представників церкви та православної традиції в цілому. Осмисленість у розумінні сутності та позицій представників церкви формується у власних ЗМІ шляхом звернення до історичних фактів, авторитетних джерел православної церкви, заяв, висловлювань, думок та праць представників православної традиції в цілому тощо. Константність образу УПЦ наявна, проте може порушуватися, оскільки в діяльності церкви присутнє як тяжіння до консерватизму, так і прояви модернізації, що виявляє себе в прагненні відповідати суспільному запиту та бути представленою як у світських, так і у власних засобах масової інформації. Вибірковість у питанні власних ЗМІ найбільш яскраво представлена, оскільки залежно від ідеї проекту, акцент робиться на відбір тих чи інших новин, подій, різних сфер життя та вікових, статевих, соціальних особливостей реципієнтів тощо. Таким чином, особливість сприйняття УПЦ у власних засобах масової інформації відмічається присутністю всіх складових, що характеризують процес сприйняття в цілому, а також низки специфічних ознак.

У **висновках** репрезентовано теоретичні підсумки дисертації, які в узагальненому вигляді відображають мету, завдання і наукову новизну дослідження:

1. Проаналізувавши світські засоби масової інформації, ми констатуємо, що в них релігійна сфера розглядається як одна із сфер життя суспільства – щоденні видання здебільшого інформують про події з життя церкви, тоді як щотижневі та щомісячні матеріали мають аналітичний характер. Висвітлення цих подій та реакція на них здійснюється через світські видання безпосередньо або у відповідних рубриках та на поліконфесійних платформах. Світські платформи передачі інформації також використовуються представниками релігійних організацій задля непрямих дебатів та закидів до інших релігійних організацій, рідше – задля донесення власної позиції. Так, представники УПЦ частіше виправдовують дії представників своєї церкви або в цілому роз'яснюють свою позицію.

2. Особливість сприйняття УПЦ в світських засобах масової інформації та суспільстві в цілому безпосередньо пов'язана з динамікою суспільно-політичного життя та соціально-політичними настроями в країні, оскільки приналежність церкви до Московського патріархату виступає

ключовою у розгляді організації. Здійснення впливу на реципієнтів, відповідно до моделі М. де Флера і С. Болл-Рокеш, відбувається, здебільшого, на когнітивному рівні (на цьому рівні відбувається раціональне, критичне, логічне сприйняття та переробка інформації). Водночас особливостями такого сприйняття є предметність, цілісність, структурність, константність, вибірковість, осмисленість. Крім того, відмічається плюралізм світських ЗМІ у питанні висвітлення діяльності УПЦ.

3. Інформаційне спрямування поліконфесійних проектів пов'язане із прагненням надавати об'єктивну інформаційно-аналітичну інформацію та експертну оцінку у сфері суспільно-релігійних та державно-церковних відносин в Україні. І хоча деякі проекти не відповідають заявленому курсу, проте сьогодні в Україні функціонують декілька авторитетних інтернет-платформ поліконфесійного спрямування, котрі також здійснюють вплив на сприйняття УПЦ на когнітивному рівні, представляючи релігійну організацію як одну з тих, що діють в Україні, рідше – на афективному рівні. Серед особливостей сприйняття УПЦ варто відзначити предметність, цілісність, константність (частково стереотипну та упереджену), вибірковість у наданні інформації.

4. На підставі проведеного аналізу було встановлено функціональні особливості використання засобів масової інформації представниками іноконфесійних засобів масової інформації (УПЦ КП та УАПЦ). У своїх медіа представники УПЦ КП роблять акцент на проповідь; інформаційна діяльність в епархіях покладена на місцеве духовенство, велика увага приділяється патріарху Філарету та його візитам, проповідям, коментарям. Тобто друковані матеріали церкви мають більш внутрішньо-духовну направленість, тоді як теле-, радіодебати та спілкування з журналістами рідко обходяться без згадування УПЦ. Серед особливостей сприйняття УПЦ тут варто наголосити на частковій предметності, цілісності, структурності, осмисленості та вибірковості у сприйнятті релігійної організації, оскільки про дану релігійну організацію майже не згадують у матеріалах. Тоді як осмисленість та вибірковість більшою мірою виражається у віднесенні УПЦ до певної групи, котра досить сильно відрізняється від поглядів УПЦ КП у питаннях соціально-політичного характеру, об'єднання православних церков тощо. Водночас медіа УАПЦ не відповідають заявленій періодичності виходу та недоступні широкому загалу. У ході дослідження було відзначено відсутність чітко сформованої інформаційної підтримки, прямого контакту з представниками церкви. Оскільки представники церкви не з'являються в ефірах поліконфесійних проектів, то це унеможливує висновки стосовно особливостей сприйняття УПЦ в їхніх медіа.

5. Серед спільних рис світських, поліконфесійних та іноконфесійних видань щодо сприйняття УПЦ варто наголосити на наступному: УПЦ розглядається як одна із православних церков, що діє в Україні; звернення до висвітлення питань з життя церкви відбувається у періоди християнських свят, значимих подій у житті церкви та під час

активних обговорень щодо необхідності залучення церкви до суспільно-політичних подій тощо; фрагментарне та упереджене сприйняття організації внаслідок компрометуючих УПЦ висловлювань та дій окремих представників церкви, котрі відрізняються від офіційної позиції церкви та прикладу життя духовенства в цілому. Серед відмінних рис варто зазначити наступне: конфесійно-орієнтовані видання (матимемо на увазі ресурси УПЦ КП та УАПЦ) у своїх матеріалах не звертаються до висвітлення питань із життя УПЦ, використовуючи для дискусій поліконфесійні або світські платформи; залежно від авторства та суспільних настроїв матеріали світських та поліконфесійних видань можуть носити як об'єктивний, так і упереджений характер відносно УПЦ. Матеріали про УПЦ в іноконфесійних виданнях відсутні; звернення до позиції представників УПЦ зі сторони представників інших православних церков відбувається задля демонстрації відмінностей у позиції з різних питань; конфліктогенні питання православного середовища, що періодично загострюються, отримують своє відображення та активно обговорюються у світських та поліконфесійних ЗМІ. Іноконфесійні медіа не залишають обговорення поза увагою, використовуючи свої платформи лише для озвучення власної позиції. Отже, світські та поліконфесійні ЗМІ мають дещо більше спільних ознак у питанні сприйняття УПЦ, тоді як іноконфесійні видання у власних матеріалах не звертаються до інших релігійних організацій, використовуючи для цього світські та поліконфесійні ЗМІ.

6. Наявність конфліктогенного потенціалу в православному середовищі держави загрожує вже не тільки локальними конфліктами і дестабілізацією всього українського суспільства, оскільки ця полеміка має місце не лише в міжцерковних колах, але й публічно обговорюється в світських та релігійних ЗМІ. З-поміж питань, що мають конфліктогенний характер, в різний час отримують підтримку від тих чи інших науковців та релігієзнавців, формують особливість сприйняття УПЦ, слід назвати такі: відстоювання необхідності об'єднання православних церков в Україні / заперечення необхідності даного об'єднання; реалізація отримання автокефалії через радикальну модель на базі УПЦ КП чи помірковану на базі УПЦ; підтримка УПЦ чи УПЦ КП зі сторони політичних лідерів; належність УПЦ до Московського патріархату може відігравати діаметрально протилежну роль залежно від суспільно-політичних настроїв суспільства та зовнішньої політики держави.

7. Своєрідність сприйняття УПЦ на різних етапах формування державної політики держави та політичних настроїв громадян певною мірою посприяли оформленню інформаційної підтримки церкви, котра формує власне інформаційне поле та здатна закриватися від зовнішніх суспільних настроїв та впливів: УПЦ активно залучена до процесу медіатизації релігії, котрий характеризує сучасний стан розвитку багатьох країн світу та яскраво представлений в українському суспільстві – сьогодні вона має власні друковані видання, випускає радіопередачі, телепроекти, має канали на

відеохостингу Youtube, інтернет-сайти, представлена в найбільш популярних соціальних мережах та є лідером за кількісним показником серед православних церков, що діють в Україні. Власні релігійні ЗМІ представляють діяльність церкви та мають на меті інформувати суспільство про події в церкві, виконувати інформаційну, світоглядну та просвітницьку функцію в її межах, а досить часті реорганізації інформаційної роботи церкви свідчать про намагання удосконалювати роботу та відповідати викликам сучасного інформаційного суспільства.

8. Аналіз та контент-моніторинг друкованих засобів масової інформації церкви щодо функціональних особливостей їх спрямованості показав, що ці ЗМІ створюються синодальними відділами в межах єпархій або за ініціативи представників церкви, відповідальність за цю діяльність покладена на інформаційно-просвітницький відділ церкви та на однойменні єпархіальні відділи та окремі структурні одиниці церкви (наприклад, Свято-Троїцький Іонинський монастир). Вони мають різне спрямування, різну тематику (релігійно-філософську, обрядову, просвітницьку, інформаційну), поділ за віковими категоріями (діти, молодь, старше покоління) тощо.

9. Своєрідність репрезентації церкви в теле- та радіомовленні полягає в існуванні низки теле- та радіопередач, котрі мають свою цільову аудиторію, періодичність виходу та покликані виконувати інформаційну, просвітницьку та світоглядну функцію. Таким чином реалізується прагнення церкви стати невід'ємною складовою інформаційного суспільства, бути авторитетним джерелом надання інформації. Щодо сприйняття, то вплив на реципієнтів на когнітивному рівні відбувається лише у випадку інформаційних проектів, тобто новин. Решта просвітницьких проектів здійснює вплив на афективному рівні, зачіпаючи сферу емоційних та чуттєвих характеристик з акцентом на приналежності до культурної спадщини українського народу, православної традиції, УПЦ. Предметність, цілісність, структурність, константність, осмисленість та вибірковість сприйняття УПЦ продовжує бути представленою (так само як і в друкованих виданнях церкви).

10. У результаті аналізу особливостей використання медійної платформи інтернет представниками церкви було доведено, що присутня динаміка свідчить про значну зацікавленість у процесах переходу до інформаційного суспільства представників церкви, котрі активно використовують інформаційні технології в своїй діяльності. Відмічаючи значні впливи інформаційних технологій на когнітивний рівень сприйняття, констатуємо, що когнітивний вплив присутній і в сприйнятті УПЦ. Як дослідниками, так і віруючими відзначається і прагнення представників церкви налагодити контакт із суспільством через мережу інтернет, і суттєві результати цієї діяльності. Завдяки мережі church.ua УПЦ в мережі інтернет сприймається як цілісна організація з окремим представленням єпархій, монастирів та храмів. І хоча рано говорити про тотальність і цілісність сприйняття всіх структурних складових церкви, все ж відмічаємо тенденцію

до розбудови інформаційної діяльності. Осмисленість сприйняття УПЦ проявляється в озвученні й розумінні позицій церкви, що знаходить своє вираження в мережі інтернет. Тим самим формується вибірковість сприйняття церкви щодо ставлення до новітніх засобів комунікації та зв'язку. Таким чином, особливості сприйняття УПЦ представлені через ряд властивостей, котрі характеризують процес сприйняття в цілому.

11. Головними відмінностями у сприйнятті УПЦ у світських та релігійних засобах масової інформації є те, що автори матеріалу світських медіа частіше прагнуть впливати на реципієнтів на когнітивному рівні (логічному, критичному, аналітичному), тоді як конфесійні видання церкви демонструють вплив більшою мірою на афективному рівні (ціннісний, чуттєвий). Проте говорити про тотальність цих тенденцій нам видається неправильним: і у світських виданнях можна зустріти впливи на афективному рівні, тоді як конфесійні видання можуть впливати на реципієнтів на когнітивному рівні.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях України:

1. Задоянчук О.О. Інформаційно-просвітницька діяльність Української православної церкви / О.О. Задоянчук // Гілея: науковий вісник : збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич. – К.: ПП «Видавництво «Гілея», 2014. – Вип. 82 (№ 3). – С. 323-327.

2. Задоянчук О.А. Особенности восприятия новых религиозных движений в религиозно-церковной прессе / О. А. Задоянчук // Практична філософія: науковий журнал. № 2 / Інститут філософії ім. Г. С. Сковороди; Національна Академія Наук України – К. : Центр практичної філософії : Парапан, 2015. – С.146-150.

3. Задоянчук О.О. Рівень представленості християнських церков в українському інформаційному просторі: порівняльний аналіз / О. О. Задоянчук // Софія. Гуманітарно-релігієзнавчий вісник № 2(4)/2015. – К: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. – С. 27-30.

4. Задоянчук О.О. Роль процесу медіатизації релігії в соціально-політичних процесах сучасності / О.О. Задоянчук // Схід. Аналітико-інформаційний журнал. – Донецьк: Український культурологічний центр, 2014. – №6 (132) листопад-грудень. – С. 111-115.

Статті у наукових фахових виданнях України,

які входять до міжнародних наукометричних баз даних:

1. Задоянчук О.О. Забезпечення свободи слова в державно-церковних відносинах / О.О. Задоянчук // Гуманітарні студії: збірник наукових праць / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2014. – Вип. 21. – С. 30-36.

Статті в іноземних виданнях:

1. Задоянчук О.А. Религиозные СМИ Украины: правовые аспекты деятельности / О. А. Задоянчук // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – Курск. – №4 (106) Апрель 2015. – С. 62-66.

2. Задоянчук О. А. Специфика и стратегии деятельности православных СМИ в Украине / О. А. Задоянчук // Религиоведческие исследования = Researches in Religious Studies. 2016: № 1(13). – М., 2016. – С. 91-102.

Статті в інших виданнях:

1. Задоянчук О.А. К вопросу об отображении религиозной повседневности в СМИ / О.А. Задоянчук // Религия и/ или повседневность: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16-18 апр. 2015 г. – Минск: РИВШ, 2015. – С. 113-117.

Тези наукових доповідей:

1. Задоянчук О.О. Використання інформаційних технологій в діяльності Української православної церкви / О.О. Задоянчук // Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2014», 15-16 квіт. 2014р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. – Ч. 7. – С.55-58.

2. Задоянчук О.А. Трансформация информационной деятельности Русской и Украинской православной церкви: сравнительный анализ / О.А. Задоянчук // Пріоритети розвитку суспільних наук у XXI столітті»: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, Україна, 16-17 травня 2014 року). – Одеса: ГО «Причорноморський центр досліджень проблем суспільства», 2014. – С. 31-33.

3. Задоянчук О.О. Комунікативна функція релігії у її конфесійному прояві / О.О. Задоянчук // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції, 22 вересня 2014 р.: [матеріали доповідей та виступів] (редкол.: А. Є. Конверський та ін.). – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2014. – С. 184-186.

4. Задоянчук О.О. Особливості адаптації сучасного православ'я до модернізаційних процесів в Україні / О.О. Задоянчук // Україна-Ватикан: християнство в контексті його включення в різноманітні сфери суспільного буття. Науковий збірник. За ред. Л.Филипович і П.Яроцького. – К.: УАР, 2015. – С.164-168.

5. Задоянчук О.О. Про роль релігієзнавця у вирішенні міжправославного конфлікту в Україні / О.О. Задоянчук // Сучасні наукові дослідження представників суспільних наук – прогрес майбутнього: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 27-28 березня 2015 року). – Львів: ГО «Львівська фундація суспільних наук», 2015. – С. 25-28.

6. Задоянчук О.О. Представленість релігійних організацій в медіа-просторі як відповідь на виклик суспільства / О.О. Задоянчук // Філософія людини як шлях гуманізму та гідності у граничному бутті суспільства: підхід

філософської антропології як метаантропології: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (30-31 березня 2015 року) / за заг. ред. Хамітова Н.В. – Вип. 1. – Київ: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015. – С.107-110.

7. Задоянчук О.О. Засоби масової інформації УПЦ як об'єкт релігієзнавчих досліджень / О.О. Задоянчук // Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2015», 21-22 квіт. 2015р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. – Ч. 7. – С. 105-107.

8. Задоянчук О.О. Національне законодавство в питанні діяльності релігійних засобів масової інформації / О.О. Задоянчук // Логіка і право. Матеріали VII Регіональної науково-практичної конференції «Логіка і право» та VII Міжнародного круглого столу «Правове регулювання релігійного життя: історія, сучасність, перспективи». Харків, 15 травня 2015 р. / За заг. ред. д-ра філос. наук, проф. О. М. Юркевич. – Х.: Видавництво «ФО-П Корецька Л. О.», 2015. – С. 226-227.

9. Задоянчук О.О. Медіатизація релігії: українські реалії / О.О. Задоянчук // Перші Танчерівські читання: «Методологічні проблеми сучасного релігієзнавства» 26 жовтня 2015 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол.: А. Є. Конверський [та ін.]. – К. : ТОВ «ВАДЕКС», 2015. – С. 32-33.

10. Задоянчук О.О. Поліконфесійність в українському інформаційному просторі / О.О. Задоянчук // Міжнародна наукова конференція «Дні науки філософського факультету – 2016», 20-21 квіт. 2016 р. : [матеріали доповідей та виступів] / редкол. : А. Є. Конверський [та ін.]. – К.: «Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. Ч. 7. – С. 148-149.

АНОТАЦІЯ

Задоянчук О. О. Особливості сприйняття УПЦ в засобах масової інформації України. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук за спеціальністю 09.00.11 – релігієзнавство. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка; Міністерство освіти і науки України. – Київ, 2016.

У дисертації вперше на основі системно-аналітичного підходу до УПЦ було розглянуто особливості сприйняття церкви з урахуванням процесу медіатизації релігії, моделі медіазалежності та розбудови інформаційного суспільства. Розкрито, що особливість сприйняття УПЦ в світських засобах масової інформації та в суспільстві в цілому безпосередньо пов'язане з динамікою суспільно-політичного життя та із соціально-політичними настроями в країні, оскільки приналежність церкви до Московського патріархату виступає ключовою у розгляді організації. Така своєрідність сприйняття УПЦ на різних етапах формування державної політики держави й

політичних настроїв громадян України та процес медіатизації суспільства і релігії, зокрема, посприяли оформленню інформаційної підтримки церкви, котра формує власне інформаційне поле та здатна закриватися від зовнішніх суспільних настроїв та впливів.

Ключові поняття: православна церква, Україна, сприйняття, комунікація, світські та релігійні засоби масової інформації, медіатизація.

АННОТАЦІЯ

Задоянчук О. А. Особенности восприятия УПЦ в средствах массовой информации Украины. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 09.00.11 - религиоведение. - Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко; Министерство образования и науки Украины. – Киев, 2016.

В диссертации впервые на основе системно-аналитического подхода к УПЦ были рассмотрены особенности восприятия церкви с учетом процесса медиатизации религии, модели медиазависимости и развития информационного общества. Раскрыто, что особенность восприятия УПЦ в светских средствах массовой информации и в обществе в целом, напрямую связано с динамикой общественно-политической жизни и с социально-политическими событиями в стране, так как связь с Московским патриархатом выступает ключевой при рассмотрении организации. По нашему убеждению, различное восприятие УПЦ на отдельных этапах формирования государственной политики и политических настроений граждан Украины и процесс медиатизации общества и религии в частности, способствовали оформлению информационной поддержки церкви, которая формирует собственное информационное поле и способна закрываться от внешних общественных настроений и влияний.

Ключевые понятия: православная церковь, Украина, восприятие, коммуникация, светские и религиозные средства массовой информации, медиатизация.

ANNOTATION

Zadoianchuk O. O. Features of the perception of Ukrainian Orthodox Church in the media of Ukraine. – On the right of manuscript.

Dissertation for the Candidate degree of Philosophy, in specialization 09.00.11 – Religion studies. – Taras Shevchenko National University of Kyiv; Ministry of Education and Science of Ukraine. – Kyiv, 2016.

In this thesis for the first time features of perception of the church were considered based on systematic and analytical approach to the UOC, considering process of mediatization of religion, media-system dependency and development of the information society. This thesis reveals that features of UOC perceptions in secular media and society as a whole are directly related to the dynamics of socio-political life and the socio-political mood of the country because the fact that the

church belongs to the Moscow Patriarchate is the key when considering the organization. This uniqueness of perception of the UOC at different stages of formation of state policy and political moods of citizens of Ukraine and the process of mediatization of society and religion especially, contributed to the formation of information support of the church, which actually forms its own information space and is able being closed from external public mood and actions.

It was analysed that information activities of the UOC - its resources and potential impact on the believers through religious media, that have been classified on a territorial basis (in accordance with the diocese, that deals with its release), on the status of these projects (formal-informal), on target audience, that project was basically facing on (children, youth, older generation) and on type (print media (newspapers, magazines, calendars) and audiovisual projects (radio broadcast, TV project, Youtube video channel, website)).

Also legal basis of media activities was reviewed in this thesis (Constitution of Ukraine, Laws of Ukraine "About the print media (the press) in Ukraine", "About information", "About Television and Radio"). There is a task toward secular media, the same as toward religious, to fully comply with current legislation in the matters of freedom of conscience and religion. Religious media, that don't have separate status in the Ukrainian state and act as a part of Ukrainian information space, not always correspond to legislation due to views of own religious organisations.

It was discovered and proved that there are trends in the perception of the Orthodox Church in the secular media of Ukraine as for prejudice attitude to religious organizations, and as of objectively highlight the significant events, analytics and forecasting, while addressing to the events in the church life as a whole is not quite often, depending largely on social and political mood in society and the author of the materials. It was established that the main differences in the perception of the Ukrainian Orthodox Church in secular and religious media are: that the authors of secular media materials often seek to influence the recipient on the cognitive level (logical, critical, analytical), while church religious publications demonstrate impact more on affective level (value, sensitive). But we can't say about the mass character of these differences, and some secular publications can be found that try to effect on affective level, while there are some religious publication that use the cognitive level of impact.

There are further developments for consideration of the role of secular and religious media in the context of mediatization of religion and society in general, and analysis of the process of entering religious organizations in Ukraine's information space.

Keywords: Orthodox Church, Ukraine, perception, communication, secular and religious media, mediatization.