

Стан безпеки країни переконливо свідчить про необхідність посилення уваги з боку держави до діяльності та розвитку соціальних мереж на її території. Також варто звертати уваги на діяльність державних представництв у соціальних мережах, адже сьогодні вони є невід'ємною частиною інформаційної політики України.

Список використаних джерел:

1. Данько Ю. Феномен соціальних сетей у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства [Електронний ресурс] / Данько Ю., / Вісник Міжнародного Слов'янського університету. – 2012. – Режим доступу: <http://ono.org.ua/fenomen-socialnyx-setej.html>
2. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология; под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 505 с.
3. Симонов К. В. Политический анализ: учеб. пособие / К. В. Симонов. – М.: Логос, 2002. – 152 с.
4. Соціальні мережі – засіб формування прозорого образу влади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.obozrevatel.com/publication/sotsialni-merezhi-zasib-formuvannya-prozorogo-obrazu-vladi.htm>
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: Релф-бук; К.: Ваклер, 2002. – 352 с.
6. Почепцов Г. Г. Стратегические коммуникации. Стратегические коммуникации в политике, бизнесе и государственном управлении / Г. Г. Почепцов. – К.: Альтерпрес, 2008. – 224 с.
7. Петрунин А. Н. Пиар-деятельность Минобороны как социально-политический ресурс // А. Петрунин – М.: Власть № 6, 2008. – 100 с.
8. Light P. Ch. New Public Service. Brookings Institution Press / P. Ch Light, 1999. – 239 p.

Кравчук В.В.

студентка;

Науковий керівник: Шендеровський К.С.

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,

Інститут журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТЕМАТИКИ КОНФЕСІЙНОЇ ПРЕСИ УКРАЇНИ

Попри те, що в Україні на законодавчому рівні Церква відокремлена від держави, обидва цих інститути є потужними інструментами впливу один на одного та регулювання суспільного, громадянського життя. Церкви різних конфесій не можуть стояти осторонь важливих суспільних питань, впливає на формування цінностей сімейного життя, життєдіяльності громади, прагне об'єднувати зусилля для розуміння та вирішення соціальних проблем тощо. Ці чинники стають передумовами зміни смислової концепції конфесійної періодики як соціально значущої медіадіяльності.

Метою цього дослідження є розгляд передумов зміни тематики конфесійної преси – від релігійної до релігійної з елементами соціальної, економічної, культурної тощо.

Актуальність нашої роботи полягає в тому, що в Україні збільшується кількість видань, що претендують на роль сегменту конфесійної періодики з елементами різнопланової тематики. Ці видання руйнують стереотипне уявлення про релігійні видання як такі, що висвітлюють лише питання християнського світогляду й конфесійного життя і спрямовані на вузьку аудиторію духівництва та вірян певної деномінації.

Релігійна періодика є об'єктом розгляду багатьох дослідників. А. Бойко вивчала релігійну тематику в медіа [3], історичний аспект православної періодики [4] та католицькі медіа, М. Левчук розглядала контент православної преси Волині [5], О. Оксюк – тематично-жанрову специфіку православних конфесійних часописів [6], І. Скленар – аналіз католицької та православної періодики, розробив типологію релігійної преси [7]. Дослідження преси протестантських церков найґрунтовніше представлено в працях М. Балаклицького, який вивчав історичний аспект зародження та функціонування періодики протестантських церков, зокрема адвентистської преси [1], порушував питання соціальної проблематики в конфесійних медіа [2].

Наукова новизна запропонованого дослідження полягає в тому, що досі в українській науковій спільноті не порушувалася тема зміни змістової концепції конфесійних видань.

Дослідник І. Скленар пропонує таке визначення *релігійної преси*: це періодичні друковані видання, які мають фінансову, ідеологічну та іншу підтримку від конкретної Церкви або релігійної спільноти, приналежної до неї. У цих виданнях пропагується богословська доктрина і світогляд конкретної Церкви чи церковної громади, а також оцінюються суспільні, економічні, культурні процеси з її точки зору» [13].

Наведене тлумачення релігійної преси передбачає наявність у контенті соціальної, економічної та культурної проблематики, що є свідченням виходу конфесійної преси за рамки суто релігійної тематики. У низці релігійних видань особлива увага акцентується на відображенні соціальної проблематики.

Таке явище пропонуємо узагальнено називати «елементи світськості релігійних видань». Під ним варто розуміти певні чинники, які сприяють виходу конфесійної преси за рамки аудиторії із суто представників конкретної деномінації, формують потребу адекватно реагувати на суспільні запити та засвідчують намагання стати повноцінними гравцями на ринку періодики. Термін «секуляризація» не використовуємо через неоднозначність його тлумачення та лінгвістичний оксиморон у словосполученні «секуляризація релігійної преси».

Проаналізувавши контент журналів «Кана», Credo, «Фома», «Фамілія» та «Самарянка», ми виокремили такі елементи світськості релігійних видань:

- *слогани*: суспільно-релігійний часопис, журнал для тих, хто сумнівається, християнський журнал для сім'ї, православний журнал для сім'ї, православний журнал для жінок, для молоді тощо;

- *порушення соціальної, економічної, культурної тощо проблематики*, яка може тлумачитися з різних точок зору: експертами з певних питань виступають психологи, духівництво, редактори інших видань аналізованого сегменту, люди мистецтва тощо;

- *наявність шпальт із публікаціями абсолютно світського характеру*: сторінки з корисними порадами, ідеями для кулінарії та рукоділля, кросвордами, цікавими фактами тощо;

- *авторський склад та редакційна колегія*: головами редколегій чи головними редакторами є духівництво або світські особи, інші посади займають миряни, серед авторів є фахівці з різних галузей: психологи, письменники тощо;

- *підтримування зворотного зв'язку*: діалогічний характер є суттєвим елементом соціальнокомунікаційної діяльності – зокрема в православному журналі для жінок «Самарянка» публікуються листи в редакцію від читачів із проханням розглянути питання, що їх турбують.

Таким чином, трансформація концепції релігійних видань є неодмінною практикою розвитку конфесійної преси в сучасних умовах. Проте варто розуміти, що такі елементи світськості не заперечують ролі релігійної проблематики у виданнях запропонованого сегменту. Вони сприяють перетворенню конфесійних журналів на повноцінних гравців на ринку періодики, а також на активних учасників сфери вирішення соціальних проблем в Україні завдяки своїй цілісній концепції та намаганням оптимально поєднати елемент релігійного світогляду та адекватній відповідності суспільним запитам, реагуванні на важливі соціальні, економічні, культурні проблеми тощо.

Список використаних джерел:

1. Балаклицький М. Перспективи протестанської журналістики // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – К., 2008. – С. 32–36. – (Сер.: Журналістика; вип. 16).
2. Балаклицький М. Соціальна проблематика у протестантських медіа України / М. Балаклицький // Наукові записки Інституту журналістики. – 2008. – Т. 33. – С. 65–68.
3. Бойко А. Преса православної церкви в Україні. Культура. Суспільство. Мораль / А. Бойко. – Дніпропетровськ, 2002.
4. Бойко А. А. Релігія в мас-медіа України: Тексти лекцій / А. А. Бойко. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики. – 2009. – 158 с.
5. Левчук М. А. Висвітлення морально-етичної проблематики на шпальтах преси Православної Церкви Волині (1867-2006 рр.) [Текст]: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 / Левчук Марія Андріївна; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. – К., 2008. – 18 с.
6. Оксюк О. О. Тематично-жанрова специфіка сучасних православних конфесійних часописів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://j-school.kiev.ua/images/uploads/textblog/08_3_Oksiuk_Olga_dyplom2008.pdf (дата звернення: 10.02.2015). – Назва з екрана.
7. Скленар І. М. Сучасна релігійна преса України: типологія, характеристика, домінанти: дис... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04 / Ігор Михайлович Скленар. – Л., 2008. – 194 с.