

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська Академія»
Факультет соціальних наук і соціальних технологій
Кафедра соціології

Кваліфікаційна робота

Освітній ступінь - бакалавр

На тему: "Релігійна комунікація в соціальних мережах"

Виконала студентка 3 р.н.
спеціальності 054 «Соціологія»:
Сірук Олександра Григорівна

Наукова керівниця:
Докторка соціологічних наук,
професорка кафедри соціології
Оксамитна Світлана Миколаївна

Рецензентка:
Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою «_____»
Секретар ЕК: _____
«__» _____ 2024 р.

Київ – 2024

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ | 6 |
| 1.1 Підходи до вивчення соціальної комунікації..... | 6 |
| 1.2 Комунікація в соціальних мережах..... | 9 |
| 1.3 Концептуалізація поняття "релігійна комунікація"..... | 11 |
| 1.4 Релігійна комунікація в соціальних мережах..... | 14 |
| РОЗДІЛ 2. РЕЛІГІЙНА КОМУНІКАЦІЯ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM | 18 |
| 2.1 Методологія дослідження релігійної комунікації в соціальних мережах..... | 18 |
| 2.2 Основні види релігійної комунікації в соціальних мережах..... | 20 |
| ВИСНОВКИ | 30 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 32 |
| ДОДАТОК А | 37 |

ВСТУП

Релігійні практики та вірування завжди були невід'ємними та необхідними складовими культурного та соціального стану суспільства. Проте, наша сучасна епоха стала свідком різкого зростання впливу різноманітних технологій, які видозмінюють більшість сфер людського повсякдення, зокрема впливають на традиційні форми вираження релігійності та взаємодії вірян у цифровому середовищі, як між собою, так і з релігійними діячами. В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та глибоких змін у способі комунікації, люди стикаються з новими можливостями та викликами для вираження своєї релігійності та для взаємодії у релігійній спільноті. Технології змінюють способи сприйняття та виконання релігійних обрядів, сприяючи появі нових форм релігійної практики, таких як онлайн-молитви, віртуальні спільноти вірян, дистанційне сповідання, тощо. Водночас, інформаційні технології створюють певні виклики, такі як приватність та безпека даних у віртуальних релігійних спільнотах, а також перенесення релігійної комунікації у віртуальне середовище сприяє виникненню нових етичних питань, що пов'язані з використанням технологій у сфері релігії.

Пандемія COVID-19 та повномасштабне вторгнення РФ в Україну, що триває вже більше двох років, пришвидили та поглибили ситуацію, коли люди все частіше змушені обирати онлайн-спілкування. Обмеженість, а інколи відсутність можливості зустрічей у реальному житті підкреслила роль соціальних мереж у збереженні контактів, спілкуванні з колегами, рідними та друзями, а також вираженні власних поглядів і переживань. У такому контексті, релігійна комунікація в соціальних мережах набуває особливого значення, адже люди шукають духовної підтримки, взаємодії з релігійними лідерами та спільнотами, а також можливості виражати свої релігійні переконання. Таку можливість наразі надають соціальні мережі.

Актуальність цього дослідження також полягає в тому, що за даними соціологічного дослідження, яке проводилося соціологічною службою Центру Разумкова за підтримки Представництва Фонду Конрада Аденауера в Україні з 4 по 11 листопада 2022 року (Центр Разумкова, 2023), від початку повномасштабного вторгнення РФ на території України збільшилася частка віруючих людей, особливо це стосується молоді: у віковій категорії 18-24 роки такий відсоток становить 60,6%, тоді як в 2021 році в цій віковій категорії віруючими себе вважали 48% респондентів. Відповідно, потреба у розширенні способів комунікації всередині релігійних спільнот зростає, особливо зважаючи на збільшення віруючих людей серед молоді, які є більш активними користувачами соціальних мереж. Також, зважаючи на те, що частка віруючих людей збільшилася саме після початку повномасштабного вторгнення, фокус уваги цієї роботи буде спрямовано на дописи, що опубліковані після 24 лютого 2022 року.

За даними соціологічного дослідження Київського міжнародного інституту соціології (КМІС, 2022), що проводилося упродовж 6-20 липня 2022 року та стосувалося релігійної самоідентифікації населення України, християнами себе вважають 94% респондентів. Відповідно, в цій роботі фокус уваги спрямовано саме на релігійний контент, що публікується в соціальній мережі Instagram та має християнське спрямування.

Об'єктом дослідження є комунікація в соціальних мережах.

Предметом - релігійна комунікація в соціальних мережах.

Метою – виявити та систематизувати основні види релігійної комунікації в соціальних мережах.

Задля досягнення окресленої мети виконувалися такі **завдання**:

1. Систематизувати попередні наукові підходи до вивчення соціальної комунікації.
2. Визначити поняття релігійної комунікації.

3.З'ясувати основні характеристики комунікації в соціальних мережах.

4.Систематизувати види релігійної комунікації, що здійснюється в соціальній мережі Instagram.

Емпірична база роботи: Дані, зібрані за допомогою контент-аналізу публікацій релігійного змісту в соціальній мережі Instagram.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

1.1 Підходи до вивчення соціальної комунікації

У сучасному світі соціальна комунікація відіграє ключову роль у формуванні і підтримці взаємозв'язків між людьми, сприяючи розвитку суспільства в цілому. З моменту появи цього поняття, дослідження соціальної комунікації пройшли великий еволюційний шлях, що відображає різноманітні теоретичні підходи до її вивчення. Від класичних теорій до сучасних концепцій, різноманітні школи мислення намагалися пояснити природу, механізми та значення соціальної комунікації в суспільстві.

Дослідник соціальних комунікацій Олександр Холод у навчальному посібнику "Соціальні комунікації: тенденції розвитку" виділяє п'ять підходів до вивчення соціальних комунікацій: **соціоінжинірний, католицький, метатеоретичний, семіосоціопсихологічний та соціо-комунікаційний підхід.** В контексті соціоінжинірного підходу соціальні комунікації розглядаються як засіб впливу на суспільство, який може бути використаний для здійснення соціальних змін і трансформацій. Вони стають інструментами соціального інжинірингу, сприяючи формуванню нових соціальних норм, цінностей та структур. Католицький підхід розглядає соціальні комунікації як процес спілкування в суспільстві, який охоплює не лише технічні аспекти, а й різноманітні форми взаємодії та обміну інформацією між людьми з різних культурних, етнічних та соціальних груп. В межах метатеоретичного підходу соціальні комунікації розглядаються як міждисциплінарна теорія, що базується на різних наукових дисциплінах. Це узагальнення та синтез знань з різних галузей, що допомагає краще розуміти та пояснювати явища соціальної

взаємодії. Соціальна комунікація як процес взаємодії та обміну інформацією, що відбувається через різноманітні текстові та невербальні сигнали розглядається в межах семіосоціопсихологічного підходу. Він акцентує увагу на способах та механізмах сприйняття, інтерпретації та розуміння соціальних повідомлень. Останній підхід, який виділяє автор, це соціо-комунікаційний. У цьому підході соціальні комунікації вивчаються як соціологічне явище, яке впливає на формування та розвиток суспільства. Вони досліджуються через призму структурних, культурних та інституціональних аспектів взаємодії між людьми [Холод, 2018.].

Для початку варто визначити поняття соціальної комунікації. Як зазначає Чудовська, це поняття в соціологічну науку було введене Чарльзом Кулі, який стверджував, що складні суспільні утворення (інститути, спільноти, тощо.) ґрунтуються на міжособистісній взаємодії, яка у свою чергу може існувати і розвиватися лише завдяки механізму комунікування [Чудовська, 2021].

До прикладу, науковець Холод О. у своїй праці "Соціальні комунікації: тенденції розвитку" пропонує таке визначення: "Соціальні комунікації – це інструментарій соціальної інженерії, який за допомогою комунікаційних технологій створення інформації, її пошуку, упорядкування, трансляції, обміну, збереження й вимірювання впливу на реципієнта спрямований на регулювання соціальних дій, взаємодій і соціальних відносин у суспільстві." [Холод, 2018.]. Тобто, автор розглядає соціальні комунікації як засіб або інструмент для впливу як на окремого індивіда, так і на все суспільство. Він акцентує увагу на тому, що комунікаційні технології не лише забезпечують засоби передачі інформації, але також є механізмом регулювання соціальних процесів і відносин у суспільстві.

М. Сидоров та Д. Табаков у своїй статті "Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу" вказують на те, що процес комунікації не

зводиться лише до передачі та сприйняття певної інформації, а також передбачає перетворення цієї інформації на соціально значущі дії на індивідуальному, груповому або масовому рівні. Що важливо, автори стверджують, що для соціолога саме це перетворення і є основною метою дослідження, де сам процес комунікації дає лише нагоду для проведення дослідження [Сидоров, М., Табаков, Д., 2008].

Натомість В. Ільганаєва пропонує трактування соціальної комунікації як обмін інформацією, що важливо - цілеспрямований обмін, а також "позиціонування в середовищах життєдіяльності людини, організація простору цілей – комунікаційного простору всесвіту " [Ільганаєва В., 2009]. Отже, авторка підкреслює роль соціальної комунікації в позиціонуванні особистості в соціальному просторі, що означає визначення її місця та ролі у взаємодії з іншими людьми, групами чи організаціями. Саме таке розуміння соціальної комунікації пропонується застосовувати у цій роботі.

Автори статті "Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни" Олена Красняк та Сергій Амонс виділяють чотири взаємозалежні завдання соціальної комунікації:

- інтеграція окремих осіб у соціальні групи та спільноти, а цих груп та спільнот – у єдину та цілісну суспільну систему;
- внутрішнє розмежування суспільства, його груп, спільнот, соціальних організацій та інститутів;
- відокремлення суспільства та різних груп, спільнот один від одного під час їх спілкування та взаємодії, що сприяє глибшому усвідомленню їхньої унікальності та більш ефективному виконанню їхніх функцій;
- створення передумов та основних елементів для підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень [Красняк, Амонс, 2023].

Основними функціями соціальної комунікації виділяють **інформаційну, експресивну та прагматичну**. Поширення інформації про предмети, події, явища здійснюється завдяки соціальній комунікації, що й пояснює інформаційну функцію. Експресивна функція соціальної комунікації - це про формування оціночної інформації щодо предметів, явищ, тощо, тоді як спонукання індивіда до реакцій чи дій є прагматичною функцією соціальної комунікації [Курбан, 2009].

Отже, соціальна комунікація - це важливий аспект для підтримки і розвитку взаємозв'язків у суспільстві. Різні теоретичні підходи, такі як соціоінжиніриний, католицький, метатеоретичний, семіосоціопсихологічний та соціо-комунікаційний, підкреслюють її роль у впливі на соціальні норми, цінності та структури. Соціальна комунікація виконує інформаційну, експресивну та прагматичну функції, сприяючи поширенню інформації, формуванню оціночної інформації та спонуканню індивіда до відповідної реакції. В умовах сучасного світу соціальна комунікація є ключовим інструментом для регулювання соціальних процесів і відносин.

1.2 Комунікація в соціальних мережах

В сучасному світі розвиток технологій набуває все більших обертів, що особливо впливає на взаємодію у суспільстві. Сучасні найпопулярніші соціальні мережі мають мільйони користувачів. У глибоку епоху цифрової трансформації соціальні мережі виходять за межі простого засобу спілкування та перетворюються на важливу складову нашого повсякденного життя. Взаємодія в цьому цифровому просторі відображає не лише наші стосунки та інтереси, але й має значний вплив на культурні, економічні та політичні процеси.

Соціальні мережі використовуються з різною метою, зокрема для спілкування, обміну думками, враженнями та ідеями. Вони дозволяють людям з усього світу встановлювати зв'язки, зближувати друзів та родину, обговорювати

теми, що їх цікавлять, та спільно вирішувати проблеми. Соціальні мережі стали важливим інструментом для підтримки соціальних зв'язків і розвитку спільнот.

Соціальну мережу можна визначити як набір онлайн-просторів, де користувачі створюють власні профілі, підтримують та динамічний список важливих для себе контактів для професійних або соціальних питань і активно взаємодіють та спілкуються за допомогою цих веб-сайтів (Krishnan, 2012).

Соціальні мережі базуються на мережевих і мобільних медіа-технологіях, які дозволяють створювати та обмінюватися різноманітним контентом, створеним користувачем (текстові повідомлення, відео, фото, аудіозаписи, тощо), а також забезпечують соціальну взаємодію та комунікацію (Burkhardt, 2009). До них належать соціальні мережі онлайн, блоги, служби локалізації, сайти для обміну відео, тощо (Gómez, 2012).

Важливо, що соціальні мережі це сервіси, які дозволяють користувачам створювати загальнодоступні або напівпублічні профілі, які можуть бути з певними обмеженнями доступу або умовами конфіденційності, що відрізняються залежно від виду соціальної мережі. Основною функцією, яку вони пропонують, є з'єднання з іншими користувачами для спілкування, обміну інформацією та перегляду контактів з іншими профілями, які є з необмеженим доступом (Boyd & Ellison, 2008).

У своїй науковій роботі "Класифікація соціальних мереж", Турчин А. В. пропонує класифікувати види соціальних мереж за різними ознаками. В першу чергу це соціальні мережі для спілкування, прикладами яких є соціальні мережі «Facebook» та «Telegram», які дозволяють користувачам швидко та якісно надсилати повідомлення і так само швидко та якісно отримувати відповіді. Досить популярними є соціальні мережі для обміну медіа контентом, прикладами яких є соціальні мережі «Instagram» та «YouTube», що дають змогу в приватному та публічному просторі розміщувати фото-, відео-, аудіоконтент, тощо. Окремо автор виділяє соціальні мережі для колективних переговорів, що особливо актуально в

сучасному світі, прикладами таких соціальних мереж є «Zoom», «MS Teams », тощо. Такі соціальні мережі як «Threads» та «Twitter» були впроваджені для можливості створення авторських записів. Прикладами сервісів соціальних закладок є соціальні мережі «Pinterest» та «Flipboard». Останнім видом соціальних мереж, які виділяє автор, є соціальні мережі по інтерсам, прикладами яких можуть бути «Goodreads» та «Friendster» [Турчин, 2016].

Отже, у сучасному світі стрімкий розвиток технологій дає нам змогу спілкуватися та обмінюватися інформацією за допомогою соціальних мереж, що стали невід'ємною частиною повсякдення. Соціальні мережі визначаються як онлайн-простори, де користувачі створюють профілі і підтримують контакти, активно взаємодіють через різні види контенту. Важливі функції соціальних мереж включають створення загальнодоступних або напівпублічних профілів з певними умовами конфіденційності та з'єднання з іншими користувачами для обміну інформацією. Наразі існують різноманітні соціальні мережі, які задовільняють різні потреби: від обміну медіа контентом, до можливості вести публічні переговори. Соціальні мережі класифікуються за їхніми функціями: для спілкування, обміну медіа контентом, колективних переговорів, авторського запису, соціальних закладок, та за інтересами.

1.3 Концептуалізація поняття "релігійна комунікація"

Професорка А. Арістова у роботі «Сутність та специфіка комунікативнотранслюючої функції релігії» окреслює релігійну комунікацію як своєрідну систему, у межах якої здійснюється обмін релігійною (релігійнозначущою) інформацією, а також і сам процес обміну такою інформацією, способи взаємодії, за допомогою яких вона створюється, транслюється, отримується і зберігається для наступних поколінь [Арістова, 2016].

В цій роботі пропонується визначення релігійної комунікації як спілкування між віруючими у межах конфесії та міжконфесійні комунікаційні зв'язки, засіб усвідомлення і відтворення ідентичності та цілісності людини у релігійній

площині, що було окреслено Марією Петрушкевич, дослідницею релігійної комунікації [Петрушкевич, 2018].

Релігійна комунікація здійснюється у двох вимірах – **вертикальному та горизонтальному**. Вертикальна комунікація пов'язана із сакральними явищами, вона може носити як колективний (колективні таїнства, молитви, обряди), так і індивідуальний характер. Горизонтальна релігійна комунікація є спілкуванням між самими віруючими і трансформується під постійним впливом викликів масової культури. Специфіка горизонтальної релігійної комунікації проявляється у середовищі релігійних груп та зв'язках у них [Петрушкевич, 2018].

Як стверджує Марія Рожило у своїй праці "Новітні форми релігійної Інтернет-комунікації", релігійна комунікація є цікава тим, що поєднує в собі вербальну та невербальну [Рожило, 2012]. Дослідниця Петрушкевич М. зазначає, що **невербальна релігійна** комунікація є різноплановою, має складну структуру та не завжди піддається розшифруванню, проте саме вона найближче розташовується до таємниці спілкування із божественним і лежить у підґрунті збереження загалом релігійності як такої. **Релігійна вербальна** комунікація є канонічною, проте у масових медіа ця канонічність може згладжуватися внаслідок виявлення потреби в уніфікації. В окремий вид, що знаходиться на стику вербальної та невербальної комунікаційної системи релігії, вноситься **перформансна/подієва** комунікація, яка здійснюється за допомогою особливих подій-заходів. У релігійних масових медіа саме цей вид комунікації є домінуючим [Петрушкевич, 2018].

Релігійна комунікація наділена усіма рисами комунікації як такої, але одночасно має свою **особливу мету** – зв'язок із абсолютном, що і зумовлює використання специфічних засобів, що використовуються для передачі релігійної інформації [Петрушкевич, 2018].

Дослідниця В. Мороз виділяє кілька видів релігійної комунікації, зважаючи на особливості її функціонування на основі біблійних текстів. В першу чергу це

повчальна комунікація, яка простежується у викладі релігійних вчень, їх роз'ясненні, викладення моральних та етичних принципів віровчення. Наступною є **проповідницька** комунікація, що містить в собі поради, напучення у формі проповіді, місіонерської діяльності, тощо. Також науковиця виділяє **заповітну** комунікацію, яка виражається у настановах досвідченого володаря своїм близьким і підлеглим та передачі важливих елементів віровчень, зокрема традицій та обрядів. **Настановча** релігійна комунікація простежується в практичних вказівках і порадах діяти певним чином. Щодо **прогностичної** комунікації, то вона виявляється у пророцтві певного факту, також тлумаченні пророчих послань та передбачень. Останнім видом релігійної комунікації, яку виділяє дослідниця, є **прогностично-констатуюча** - характеризується встановленням певного факту [Мороз, В., 2014].

Як зазначає дослідниця релігійної Інтернет-комунікації Ломачинська С. В., за масштабністю самого процесу релігійної комунікації варто визначити такі її види: **внутрішньо особову, міжособову, групову та масову**. Прикладом внутрішньо особової релігійної комунікації є в першу чергу молитва, яка здійснюється вірянином/-кою у формі особистого звертання до Бога (чи певного абсолюту), святих, Богородиці, тощо. Міжособова релігійна комунікація втілюється зазвичай у формі наставництва та сповіді на вертикальному рівні, а на горизонтальному - постає як спілкування між окремими членами релігійної спільноти, тобто вірянами. Групова релігійна комунікація має різні рівні на яких реалізується комунікаційна діяльність і формується як наслідування: слідування послідовників за наставником, діалог, у вигляді церковних соборів чи управління, у вигляді проповіді священника перед вірянами, тощо. Масова релігійна комунікація опосередкована технічними засобами за допомогою різних видів засобів масової інформації та безпосередні – всі види масових релігійних дійств, такі як патріарші проповіді, публічні релігійні обрядові дійства [Ломачинська, 2019].

Дослідниця Марія Петрушкевич створила узагальнену модель масової релігійної комунікації, при цьому виділила її основні елементи, такі як учасники комунікації, комунікативне середовище, передавач/приймач, інформаційне поле та сакральне/божественне як частина комунікативного процесу. До учасників процесу релігійної комунікації науковиця віднесла адресанта (наприклад, церква) та адресата (наприклад, конкретний індивід, маса, масова людина). М. Петрушкевич також відзначає, що середовище масової релігійної комунікації "відрізняється своєю складністю та безпосередньою впливовістю на конструювання соціального середовища релігійної комунікації" [Петрушкевич, 2018]. Окрім того, дослідниця зазначає про те, що центральною фігурою масової релігійної комунікації є не Бог чи певний абсолют, а саме простір інформаційного поля, тобто головним завданням масової релігійної комунікації стає втримання соціальних зв'язків та приналежність до спільноти, а не безпосереднє передавання інформації [Петрушкевич, 2018].

Отже, релігійна комунікація є складною системою обміну інформацією, що охоплює як індивідуальні, так і колективні аспекти взаємодії віруючих. Вона функціонує у вертикальному вимірі (зв'язок із сакральним) і горизонтальному вимірі (спілкування між віруючими), що постійно змінюється під впливом масової культури. Важливими є вербальні та невербальні форми комунікації, які включають повчання, проповіді, настанови та пророчі повідомлення. Масова релігійна комунікація акцентує на підтримці соціальних зв'язків і належності до спільноти. Технології та соціальні мережі розширюють можливості релігійної комунікації, одночасно створюють при цьому нові виклики та необхідність адаптації до сучасних умов.

1.4 Релігійна комунікація в соціальних мережах

У епоху цифрової революції соціальні мережі стали не лише майданчиком для соціальних взаємодій, але й важливим простором для вираження релігійної ідентичності та спілкування вірян. Релігійна комунікація в цифровому просторі

відкриває нові можливості для сприйняття, розуміння та практикування релігії, але водночас створює нові виклики та динаміку взаємодії між віруючими та суспільством в цілому.

Ломачинська стверджує, що переміщення релігійної комунікації у соціальний простір віртуальної реальності сприяє створенню та розвитку нових комунікативних майданчиків (зокрема на платформах соціальних мережах), завдяки тому, що технології пришвидшують обмін інформацією, відповідно це дозволяє розширити комунікативний потенціал як окремих вірян, так і релігійних діячів [Ломачинська, 2019]. З цього твердження можна зробити висновок, що Інтернет-комунікація, зокрема в соціальних мережах, дає можливість демонструвати певні ідеї представникам різних конфесій і одночасно отримувати зворотній зв'язок від великої кількості людей, що сприяє більш ефективній релігійній діяльності. Натомість Зацепіна Н. у своїй статті "Релігійна комунікація як невід'ємна складова соціальної комунікації" вказує на те, що такий спосіб комунікації може бути викликом для інституційної, тобто "офіційної" релігійної думки, адже те, що відбувається в сфері віртуальної реальності, складно піддається контролю. Наприклад, у групах, що створюються в соціальних мережах за інтересами, зазвичай виділяються авторитети, тобто користувачі, що є лідерами думок та мають вплив на решту людей, відповідно мають змогу поширювати ідеї, які є новими або не є загальноприйнятими [Зацепіна, 2020].

Якщо звертати увагу на особливу роль релігійних авторитетів у середовищі соціальних мереж, то варто зауважити, що завдяки поширенню і розвитку новітніх технологій віряни мають більший доступ до релігійних діячів (пасторів, священників, монахів, тощо), які за твердженням Зацепіної Н. "завжди були дистанційовані від пастви" [Зацепіна, 2020]. Наразі будь-яка людина може обрати собі авторитетного наставника (духовника, як називають наставника у сфері духовного життя серед релігійних людей) за своїми

вподобаннями та уявленнями про те, що вона очікує від цієї особи. Адже наразі релігійні діячі мають змогу в різних форматах (тексти, відеозаписи, аудіозаписи, тощо) подавати інформацію, при цьому кожен з них має свій стиль подання цієї інформації, наприклад, можуть використовуватися елементи гумору, спрощення складної інформації (детальне пояснення термінів, тлумачення давніх релігійних текстів, тощо), наглядне представлення ситуацій, які мають повчальний характер для вірян, тощо.

Що важливо, релігійні діячі можуть ділитися своїм повсякденним життям, що робить їх більш зрозумілими та близькими для вірян, адже "знімається своєрідний комунікативний страх у такій взаємодії" [Зацепіна, 2020]. Про це також зазначає Юліана Лавриш у монографії "Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації", вона стверджує, що присутність релігійних діячів, зокрема священнослужителів, в середовищі соціальних мереж сприяє руйнації стереотипів поділу на "своїх" та "чужих" та демонструє духовенство як звичайних людей, що мають такі ж життєві потреби та проблеми. [Лавриш, 2017]. Також взаємодія в соціальних мережах дозволяє релігійним діячам швидко надавати вірянам відповіді чи поради щодо духовного життя, при чому як в приватному діалозі, так і на широку аудиторію, що також сприяє більш ефективній комунікації.

Такі ж переваги релігійної комунікації в соціальних мережах перелічує Олійник О. у своїй статті "Проповідницький дискурс в соціальній мережі "Інстаграм", але при цьому також вказує на те, що проповідницький аспект релігійної комунікації все ж є більш ефективним у стінах храму чи інших релігійних спорудах, адже умови та атмосфера таких будівель створена саме для релігійних потреб [Олійник, 2022].

Отже, в епоху цифрової революції соціальні мережі стають важливим простором для релігійної комунікації, відкриваючи нові можливості для вираження релігійної ідентичності та взаємодії між вірянами. Хоча це сприяє

більшій доступності релігійних діячів для їхньої пастви і руйнує бар'єри між духовенством і паствою, водночас створюються виклики для інституційної релігійної думки через неконтрольованість інформації в віртуальному просторі. Віряни, зокрема релігійні діячі можуть ефективно використовувати соціальні мережі для поширення своїх ідей, але традиційна атмосфера храмів (та інших релігійних споруд) залишається незамінною для релігійної, особливо проповідницької діяльності.

РОЗДІЛ 2.

РЕЛІГІЙНА КОМУНІКАЦІЯ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

2.1 Методологія дослідження релігійної комунікації в соціальних мережах

Для дослідження релігійної комунікації в соціальній мережі Instagram в емпіричній частині роботи був застосований метод контент-аналізу, тобто "дослідницька техніка для створення відтворюваних і дійсних висновків із текстів (або іншого значущого матеріалу) щодо контексту їх використання" (Krippendorff, 2018). Оскільки в цій роботі досліджуються публікації в соціальній мережі Instagram, тобто це є матеріалом досить великим за обсягом, то використання методу контент-аналізу є найбільш доречним для цієї роботи. Дослідження було проведено у рамках інтерпретативного підходу з використанням якісного контент-аналізу.

Вибірка є спрямованою за своєю характеристикою та створювалася за цілеспрямованим підходом, тобто важливим був не перелік одиниць відбору спостереження, а статистичні дані - опис об'єкта дослідження з найбільш значущих характеристик:

- Допис розміщений в соціальній мережі Instagram;
- Допис містить в собі матеріали релігійного змісту;
- Допис опублікований після початку повномасштабного вторгнення, тобто після 24.02.2022р.;

- Кількість "вподобань" на публікації від 1 тис.;
- Контент, що розміщений на Instagram-сторінці, є представленим українською мовою.

При цьому вибір одиниць аналізу здійснювався за методом найпопулярніших публікацій (які мають найбільшу кількість вподобань, коментарів та поширень). Також відбір дописів здійснювався за тим принципом, щоб було розглянуто лише дописи, що мають християнське спрямування.

Пошук матеріалів здійснювався за допомогою пошукової системи соціальної мережі Instagram за такими хештегами (ключовими словами): **#християнство, #християни, #віра, #бог, #релігія, #Ісус, #Христос, #біблія, #Господь, #СловоБоже, #богослужіння, #церква, #Богородиця**, тощо. В результаті пошуку матеріалів було відібрано **20 дописів**, що мають текстові повідомлення, або текст, що розміщений на візуальній частині допису.

Одиницями аналізу є текстові повідомлення, що супроводжують публікації релігійного спрямування в соціальній мережі Instagram, а також тексти на візуальних частинах дописів в соціальній мережі Instagram. **Категоріями аналізу** є види релігійної комунікації. Категоріальна модель була побудована на основі матеріалів, що розглядалися в теоретичній частині роботи (таб. 2.1.).

Таблиця 2.1

Види релігійної комунікації та їх характеристики

| Категорії | Субкатегорії |
|----------------------------|---|
| Повчальна комунікація | <ul style="list-style-type: none"> • Теологічні виклади та роз'яснення вірувань. • Релігійна освіта та навчання. • Етичні настанови та моральні принципи певного віровчення. |
| Проповідницька комунікація | <ul style="list-style-type: none"> • Публічні проповіді та промови. |

| | |
|--------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Релігійні місії та місіонерська діяльність. |
| Заповітна комунікація | <ul style="list-style-type: none"> • Демонстрація релігійних традицій та обрядів. |
| Настановча комунікація | <ul style="list-style-type: none"> • Практичні поради щодо вірувань та духовного розвитку. • Релігійні канони та правила поведінки. |
| Прогностична комунікація | <ul style="list-style-type: none"> • Тлумачення пророчих послань та передбачень. • Релігійні погляди на майбутнє та віру в божественне провидіння. • Апокаліптичні ідеї та вірування у кінець світу. |

2.2 Основні види релігійної комунікації в соціальній мережі Instagram

В результаті аналізу зібраних матеріалів насамперед вдалося виявити елементи **повчальної релігійної комунікації**, тобто певні виклади релігійних вчень та релігійних догматів, а також демонстрацію принципів і цінностей якими мають керуватися віряни у своєму повсякденному житті. До прикладу, може надаватися текст певної молитви, перелік заповідей, демонстрація обряду:

"Господи і Владико життя мого! Духа лінивства, безнадійності, владолюбства і пустомовства не дай мені! Духа ж ціломудрості, смиренномудрості, терпеливості й любові даруй мені, рабу Твоєму. Так,

Господи Царю, дай мені бачити провини мої і не осуджувати брата мого, бо Ти благословен єси на віки віків. Амінь." (Додаток А, Рис. Д.2.15).

"Боже, будь ласка, заспокій серця кожного, хто відчуває тривогу, депресію або страх. Будь ласка, доторкнися Своїми ласкавими руками до тих, хто не може заснути, часто відчуває стурбованість і сум, і принеси спокій у їхні неспокійні серця." (Додаток А, Рис. Д.2.12).

Далі, надається роз'яснення викладеного матеріалу. Наприклад, після самої молитви, надається детальне пояснення її змісту та значення, а також конкретні поради щодо того, коли і в яких обставинах найкраще використовувати цей текст. Наприклад, певна молитва може бути рекомендована для включення в щоденне ранкове або вечірнє молитовне правило, особливо в періоди випробувань у житті вірянина, коли потрібна особлива духовна підтримка. Такі роз'яснення та настанови допомагають вірянину краще розуміти та використовувати молитву для своєї духовної практики:

"Молитву цього святого ми особливо підносимо упродовж Чотирнадцятниці." (Додаток А, Рис. Д.2.15).

"Молитва від хвилювань і тривоги." (Додаток А, Рис. Д.2.12).

Також надається інформація щодо автора/-ки молитовного тексту, інколи додаються подробиці його/її духовного життя, які можуть бути значимими для вірян, адже зазвичай це людина, які своїм життям показувала значимість та важливість релігії, слідуванням установлених правил і цим заслужила "святість", відповідно вона може слугувати прикладом того, як варто діяти за певних ситуацій у житті:

"Єфрем Сирін – один із найяскравіших видатних письменників та вчителів Церкви. " (Додаток А, Рис. Д.2.15).

В соціальній мережі публікується інформація про певні особливі моменти та періоди в житті практикуючих вірян (свята, періоди постів,


особливі дні споминання померлих, тощо) з поясненням значення цих подій, їх походження, роз'ясненням, як розуміти духовну і культурну основу цієї події, а також що і яким чином варто робити в ці дні, або чого точно варто уникати. Наприклад, під час періоду посту надають рекомендації про відмову від певних видів їжі чи звичок, а також поведінкові настанови, спрямовані на підтримку духовної чистоти та внутрішнього світу:

"Піст - особливий період для християнина. Час на оновлення душі і її відсторонення від дії зла, набуття нових емоційних, фізичних і духовних сил. Загальна атмосфера посту, богослужінь і навіть вигляду храмів - закликає нас до покаяння і вдосконалення свого життя. Піст НЕ варто вважати дією для зменшення ваги тіла, адже можливості посту набагато масштабніші!" (Додаток А, Рис. Д.2.7).

"Благовіщення - це «блага звістка» ♡ За переказами, цього дня Діві Марії з'явився архангел Гавриїл і приніс благу звістку, що Вона незабаром народить Спасителя: «Радуйся, Благодатна! Господь із тобою! Благословенна ти між жінками!» Саме з цього моменту і починається втілення в життя задуму Божого - відкрити віруючим дорогу в Царство Боже." (Додаток А, Рис. Д.2.9).

Не менш важливими є роз'яснення та настанови щодо повсякденного життя вірян (сімейного, професійного, побутового, тощо), на яке, так чи інакше, впливає приналежність до певної конфесії, адже в кожній з них є особливі вимоги, а інколи навіть умови до людини, що називає себе вірянином/-кою. Наприклад, існують рекомендації щодо побудови стосунків людей у шлюбі, виховання дітей, взаємодії батьків з дітьми, тощо:

"Сім'я – це домашня церква. Святий Іоан Золотоуст говорить: «Де чоловік, дружина і діти з'єднані узами чесноти, злагоди й любові, там серед них Христос». І якщо сім'я – це союз, то в ньому повинні бути духовні, авторитетні, впевнені та готові жертвувати собою особистості.

Як це сприймати? Давайте розглянемо ці принципи детальніше:
 *Ми маємо бути духовними. Адже без глибоких стосунків з Господом ви не зможете вийти на рівень справжніх сімейних та християнських цінностей ..."* (Додаток А, Рис. Д.2.11).

До повчальної релігійної комунікації також варто віднести публікації, в яких наведено цитування певних релігійних текстів (Євангеліє, Псалтир, послання апостолів, тощо) з посиланнями на першоджерела. Такі цитати автори/-ки зазвичай супроводжують тлумаченнями (релігійних діячів, або власними), які можуть висловлювати у формі певних образів, афоризмів, переносного значення, тощо:

*"Прийдіть до Мене, усі струджені та обтяжені, і Я вас заспокою!
 Візьміть на себе ярмо Моє, і навчіться від Мене, бо Я тихий і серцем покірливий, і знайдете спокій душам своїм.*

"Ісус - лікар грішників, його консультація безкоштовна, а його ліки не мають терміну придатності." (Додаток А, Рис. Д.2.14).

Користувачі соціальних мереж також публікують дописи, які демонструють лише цитати релігійних текстів, при цьому розуміння та тлумачення цих цитат залишається на розсуд тих, хто переглядає ці дописи. Така практика створює простір для різноманітних інтерпретацій та особистих роздумів серед читачів, що сприяє активному діалогу та обміну думками на тему духовності та релігії:

"Господи, Ти мене випробував, і Ти мене вивчив. Псалом 139:1-6. "
 (Додаток А, Рис. Д.2.4).

Автори/-ки дописів з релігійним змістом в соціальній мережі Instagram публікують поради та настанови вірянам, які були сформовані з власного досвіду, особистих релігійних практик, або ж вони запозичені з інших джерел, таких як релігійні тексти, традиційні обряди, або думки відомих релігійних діячів:

"Те, що сьогодні здається поразкою, завтра буде великою перемогою, довіряйте Божим планам." (Додаток А, Рис. Д.2.17).

"Бог зцілив тебе не для того, щоб ти повернувся до нездорової поведінки, яке привело тебе до сокрушення і розбитого серця. Не біжи назад до звичного. Біжи до Бога. Дозволь Йому познайомити тебе з тим, що залишиться надовго, що допоможе тобі рости і продовжувати слідувати за Ним " (Додаток А, Рис. Д.2.13).

"Одного дня ти будеш дуже вдячний Богові за те, що він дав тобі те, що потрібно, замість того, чого ти хотів." (Додаток А, Рис. Д.2.8).

"Перегнавши Бога, не пришивидиши досягнення мети чи отримання відповіді, але можеш потрапити не туди. Вчися віддавати все, із чим не можеш впоратися, Богові. Спробуй довіряти Богові хай там що. Завжди. На кожному етапі життя. Кожної миті. Не віритимеш Богові — просто не вистойи. Повіриши — побачиши Божу славу. У Його терміни. " (Додаток А, Рис. Д.2.2)

Під час аналізу зібраних матеріалів було виявлено елементи **заповітної релігійної комунікації**, тобто дописи в соціальній мережі Instagram, в яких демонструються релігійні традиції та обряди, що є невід'ємною частиною життя практикуючих християн. В дописах автори/-ки можуть лише демонструвати певне релігійне дійство візуально, або описувати його в текстовій формі, а також пояснювати значення певного обряду для вірян, його елементів, історії встановлення, розвитку та інших значущих моментів, що з цим пов'язані:

"Чому одягають корони (вінці) при вінчанні? Кульмінаційний момент Таїнства Вінчання – покладання вінців на голови молодят. Святий Іоанн Золотоустий говорив, що вони уособлюють перемогу над пристрастями. Вінці, що надягають на голови жениха і нареченої, мають три головних

значення: *Корона як символ королівської влади, у нашому випадку – прояв Господньої влади...* " (Додаток А, Рис. Д.2.6).

"Коли люди одружуються, вони дають обіцянки один одному перед Богом у такому приблизно форматі: «Любити в радості й горі, багатстві й бідності, здоров'ї й хворобах»... " (Додаток А, Рис. Д.2.16).

"Щиро увірувала в Господа і прийняла хрещення. Перед тим як хреститися, попросила зайти в воду глибше. Хрестившись, спитала: «А можна плути?» Я відповів: «Можно»:" (Додаток А, Рис. Д.2.5).

Досить важливим видом релігійної комунікації в соціальній мережі Instagram є **настановча комунікація**, яка стосується певних практичних порад щодо життя вірянина. Ці поради стосуються не лише духовних аспектів життя, а й повсякденності (сім'ї, роботи, побуту, тощо.). Вірянам надають рекомендації як діяти в різних ситуаціях, коли виникають певні складнощі, або ж коли стоїть складний вибір, тощо. До прикладу, можуть бути опубліковані дописи, в яких зазначається до яких релігійних текстів варто звернутися в разі певної життєвої потреби:

"Біблійні номери:

- засмучена? - Івана 14 розділ*
- немічна? - Псалом 18:1-29*
- самотня? - Псалом 23*
- згрішила? - Псалом 51*
- схвильована? - Матвія 8:19-31*
- занепокоєна? - Филип'ян 4:4-9*
- нещаслива? - Колосян 3:12-17*
- у небезпеці? - Псалом 91*
- розчарована? - Псалом 27*
- зневірилася? - Вихід 14 розділ*

- *навколо погані люди?* - Івана 15 розділ
- *потрібна мужність?* - Ісуса Навина 1 розділ
- *потрібна вказівка?* - Псалом 73:21-26
- *прагнеш миру?* - Матвія 11:25-30" (Додаток А, Рис. Д.2.1).

Також автори/-ки надають поради щодо того як проводити особливі періоди, які зазвичай стосуються лише вірян, адже мають релігійне підґрунтя, а тому вирізняються певними особливими вимогами (пости, святкові дні, особливі спомини померлих, тощо). Наприклад, рекомендації можуть стосуватися правил харчування під час посту, особливих молитовних практик у святкові дні, а також способів вшанування пам'яті померлих на релігійних обрядах:

"Піст - особливий період для християнина. Час на оновлення душі і її відсторонення від дії зла, набуття нових емоційних, фізичних і духовних сил. Загальна атмосфера посту, богослужінь і навіть вигляду храмів - закликає нас до покаяння і вдосконалення свого життя " (Додаток А, Рис. Д.2.7).

"Піст НЕ варто вважати дієтою для зменшення ваги тіла, адже можливості посту набагато масштабніші!

Менше: прогнозувати погане, негативно висловлюватись , обговорювати людей, ображатись, марнувати час, порівнювати себе з іншими, критикувати і засуджувати, бути «кисляком», «сидіти» в смартфоні, хвилюватися, шукати винних, шкодити здоров'ю, забруднювати навколишнє середовище, конфліктувати.

Більше: звертатись до Господа у молитві, молитись за наших захисників, бути вдячним (за все!), робити хороші вчинки, читати Святе Письмо, посміхатись, спокійно реагувати на життя, говорити «люблю», проводити часу з близькими, навчатися, оздоровлюватися, висловлюватись ГАРНО, набувати корисних звичок, вибачати, рухатись, радіти життю" (Додаток А, Рис. Д.2.7)

Настановча релігійна комунікація може проявлятися в заклику до піднесення молитви з подальшим поясненням того, до кого і в який спосіб краще звертатися в своїх молитвах. Наприклад, автори закликають вірян звертатися до Бога, ангелів або до конкретних святих з проханнями чи подяками, і водночас пояснювати, чому саме така форма молитви є ефективною або підходящою для певних ситуацій:

"Закликаємо всіх сьогодні до молитви, а саме до Пречистої Диви Марії про те, щоб вона покрила нас своїм омофором та просила свого сина, а нашого Господа Ісуса Христа про допомогу в цій війні" (Додаток А, Рис. Д.2.9).

Також настановча релігійна комунікація може бути виражена у наполегливій формі, що має спонукати до більш серйозного сприйняття поданої інформації, або у формі передбачень, що очікує на вірянина у разі виконання чи невиконання певних настанов:

"Ми маємо бути духовними. Адже без глибоких стосунків з Господом ви не зможете вийти на рівень справжніх сімейних та християнських цінностей."

Ми маємо бути авторитетними і рухатися разом. Бо без спільних цілей наші мрії так і залишаться у голові, а замість них буде сум та хвилювання."

"Ми маємо бути впевненими. Адже лише такі стосунки дійдуть до поставлених цілей." (Додаток А, Рис. Д.2.11).

"А як було б добре і мудро, якби ми не перевіряли на міцність Біблійну істину: «Коли даси обітницю перед Богом, то не зволюй виконати її, бо Він не благоволить до нерозумних, і що пообіцяв, то виконай». (Біблія, Екклесіаста 5:3)" (Додаток А, Рис. Д.2.16).

Ознаки проповідницької релігійної комунікації також присутні серед відібраних для аналізу дописів. Проповідницька комунікація зазвичай поєднує в собі розгляд притч (розповідей, що мають повчальний характер), ситуацій з

повсякденного життя, певних алегорій або ситуацій, що описані в релігійних книгах, їх тлумачення та перенесення на життя слухачів/читачів, що має на меті краще засвоєння думок та ідей, які намагається донести автор/-ка. І, хоча така форма комунікації є більш притаманна для спілкування "наживо", в середовищі соціальних мереж її також застосовують:

"Хто спустить тебе на ношах, коли ти будеш «паралізований»?

Цю історію ти, певно, знаєш так само добре, як і ті моменти свого життя, коли сил немає ні на що. Чи то час, в який нам довелося жити, чи то недосконалі ми змушують заплющувати очі, наче це дитяче «заховатись від всіх». Але постійні емоційні вершини та низини в певний момент роблять відчуття «паралізованості» видимим. Це не про регулярне лежання на ліжку (хоча в когось мабуть і так), це про те, що класні люди навколо наповнюють тільки тоді, коли ти поруч із ними, а коли сам — пустота." (Додаток А, Рис. Д.2.3).

"Зайшовши до будь-якої церкви, ви побачите ряди лавок чи стільців. Деякі стоять ближче до кафедри, деякі — далі, деякі — за колонами і на балконі... А деякі взагалі на складі. Розміщені в різних місцях і позиціях, вони однаково цінні й потрібні, тому що придатні до сидіння і виконують своє призначення.

А тепер подумаймо про нас, християн. Звісно, порівняння з лавками не дуже коректне, однак добре ілюструє наші позиції і функції.

Іноді складається враження, що коли людини в церкві не видно, то вона не служить. Або ж взагалі збайдужіла до служіння, церкви і християнства..." (Додаток А, Рис. Д.2.20).

В соціальних мережах є публікації, що містять в собі безпосереднє звертання до вищих сил: Бога, Богородиці, святих, тощо. Таким чином віряни намагаються виразити свої прохання чи побажання не лише у вигляді

приватної молитви, а також у публічному просторі, можливо очікуючи при цьому підтримки чи схвалення від однодумців:

"Любий Господь, я просто хочу подякувати Тобі за новий день."
(Додаток А, Рис. Д.2.10).

Публікації в соціальних мережах також містять демонстрацію прикладів із сучасного життя вірян, які вже довгий час вважають себе релігійними людьми, або ж ті, хто лише нещодавно прийшов до цього розуміння. Такі дописи мають на меті показати "хороший" (такий, що співпадає з уявленнями автора/-ки про правильність) чи "поганий" (такий, що не співпадає з уявленнями автора/-ки про правильність) приклад поведінки, те як варто чи не варто діяти іншим вірянам:

"Познайомтесь люди Божі з Людмилою Петрівною!!! Під час окупації Ірпеня вона приймала в свій дім 40 наших воїнів. Почала відвідувати Церкву. Постійно. Навіть постійно служила де могла.Завжди думає, як допомогти нашим захисникам!!! Постійно робить щось корисн е!!! Щиро увірувала в Господа і прийняла хрещення ... Ось такі прекрасні люди приходять сьогодні в наші Церкви!!! Приймайте, Божі люди їх, дружіть з ними і діліться з ними своєю вірою!!!" (Додаток А, Рис. Д.2.5).

Такими прикладами можуть слугувати не лише віряни та ситуації з їхнього життя, а й люди, що не є членами релігійної спільноти, або загалом суспільство:

"Трагедія суспільства - якщо воно живе без зобов'язань та без приналежності. Воно буде кероване почуттями і зруйнує себе, тому що мораль падатиме дедалі нижче. А далі спрацює сатанинський обман «серцю не накажеш». Ось і спостерігаємо тепер пів країни, що живе в розлученнях, у повторному активному пошуку, і безбатькових дітей за живих батьків (рідше навпаки)..." (Додаток А, Рис. Д.2.16).

У процесі аналізу було виявлено, що дописи з релігійним змістом можуть мати **елементи гумору**. Наприклад, висвітлювати невдалі аспекти духовного життя вірян, тимчасові невдачі на шляху до певного ідеалу, кумедні ситуації під час релігійних обрядів чи богослужінь. Або ж зображують вірян які є досить зануреними в релігійне життя та намагаються в нав'язливій формі демонструвати це іншим:

"До Різдва: "Рита", після Різдва: "Римба" (Додаток А, Рис. Д.2.18).

"-Гьотя Ліна, а нашо ви дзвонили 12 разів? Я спав в цей час, телефон був на беззвучному. Щось сталося?"

"-Христос Воскрес!" (Додаток А, Рис. Д.2.19).

Варто зазначити, що серед відібраного матеріалу не спостерігається ознак **прогностичної релігійної комунікації**, яка стосується певних передбачень, релігійних поглядів на майбутнє, віру в божественне провидіння, апокаліптичні ідеї та вірування у кінець світу. Можливо, такі теми та ідеї є не надто популярними та обговорюваними серед українських християн в соціальній мережі Instagram.

В результаті контент-аналізу дописів релігійного спрямування, що розміщені в соціальній мережі Instagram протягом останніх двох років, було виявлено ознаки таких видів релігійної комунікації: повчальної, проповідницької, заповітної, настановчої. Ці ознаки проявляються у викладі релігійних вчень, роз'ясненні догматів, поясненні молитов та обрядів, а також практичних порадах щодо духовного життя вірянина. Дописи також містять в собі інформацію про особливі моменти в житті вірян та роз'яснення щодо повсякденного життя в контексті релігійної приналежності. Також надаються цитати з релігійних текстів, які зазвичай супроводжуються їх тлумаченням. В процесі аналізу також було виявлено елементи гумору, які, наприклад, висвітлюють кумедні ситуації з релігійного життя вірян. Серед досліджуваного матеріалу не було виявлено ознак прогностичної релігійної

комунікації, що може свідчити про меншу популярність у соціальних мережах тем, які пов'язані з релігійними поглядами на майбутнє, вірою в божественне провидіння, тощо.

ВИСНОВКИ

Соціальна комунікація відіграє ключову роль у формуванні і підтримці взаємозв'язків між людьми, сприяючи розвитку суспільства в цілому. Дослідження соціальної комунікації пройшли великий еволюційний шлях, що відображає різноманітні теоретичні підходи до її вивчення, а, отже, й трактування самого визначення. В цій роботі соціальна комунікація трактується як цілеспрямований обмін інформацією, а також наголошується на важливості соціальної комунікації в позиціонуванні особистості в соціальному просторі, що означає визначення її місця та ролі у взаємодії з іншими людьми, групами чи організаціями.

Соціальні мережі визначаються як сервіси, які дозволяють користувачам створювати загальнодоступні або напівпублічні профілі, а основною їх функцією є з'єднання вас з іншими користувачами для обміну інформацією.

Поняття релігійної комунікації трактується як спілкування між вірянками та засіб усвідомлення і відтворення ідентичності та цілісності

людини у релігійній площині. Виділяють такі види релігійної комунікації: повчальна, заповітна, настановча, проповідницька, прогностична, прогностично-констатуюча.

Релігійна комунікація в соціальних мережах є більш ефективною, адже дозволяє швидко та якісно передавати інформацію, до того ж для великої кількості користувачів соціальних мереж. При цьому існують виклики, що пов'язані зі швидким впровадженням сучасних технологій в релігійну сферу, наприклад для офіційних представників релігійних конфесій, адже інформацію, що шириться Інтернет-простором складно контролювати. Також існують сумніви щодо ефективності проповідницького аспекту релігійної комунікації в соціальних мережах, адже атмосфера храму (чи інших релігійних споруд) краще сприяє розумінню та засвоєнню релігійної інформації.

В процесі емпіричного етапу дослідження, що мав на меті проаналізувати дописи релігійного, а саме християнського спрямування, що були опублікованими після 24 лютого 2022 року, було виявлено, що елементи окремих видів релігійної комунікації присутні серед українських користувачів соціальної мережі Instagram. **Повчальна** релігійна комунікація, елементи якої найчастіше були поміченими серед досліджуваного матеріалу, виявляється у публікації релігійних вчень, молитов, інформації щодо особливих днів чи періодів у житті вірянина, цитуванні релігійних текстів та їх тлумачень, інформації про релігійних діячів, тощо. Також під час проведення аналізу були виявлені ознаки **заповітної** релігійної комунікації: демонстрація релігійних звичаїв обрядів, яка супроводжується поясненням їх сенсу, елементів та значення для вірян.

Не менш важливою є **настановча** релігійна комунікація, яка теж виявлена серед українських користувачів соціальної мережі Instagram та виявляється у практичних порадах щодо духовного та повсякденного життя

вірян, інколи у наполегливій формі. Ознаки **проповідницької** релігійної комунікації присутні серед відібраних для аналізу дописів: їх автори/-ки розповідають певну історію чи ситуацію, яку потім тлумачать задля кращого засвоєння ідеї, яку намагаються донести.

За результатами емпіричного дослідження ознак **прогностичної** релігійної комунікації, яка стосується певних передбачень, релігійних поглядів на майбутнє, віру в божественне провидіння, апокаліптичні ідеї та вірування у кінець світу, виявити не вдалося. Натомість в процесі аналізу було виявлено, що дописи з релігійним змістом можуть мати **елементи гумору**: висвітлювати невдалі аспекти духовного життя вірян, тимчасові невдачі на шляху до певного ідеалу, кумедні ситуації та зображують вірян які в нав'язливій формі демонструють іншим свої релігійні переконання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Арістова А. (2016). Сутність та специфіка комунікативно-трансляючої функції релігії / А. Арістова // Українське релігієзнавство. № 78.
- Верескун, І. [@ivanvereskun]. (2024, 18 березня). *РОЗПОЧАВСЯ ВЕЛИКИЙ ПІСТ* 🙏
Піст - особливий період для християнина. Час на оновлення душі і її відсторонення від дії зла, набуття нових [Фотографія].
Instagram. <https://www.instagram.com/p/C4qQEXQt-ZR/>
- Гоцуляк, А. [@drunyagots]. (2023, 20 жовтня). *Хто спустить тебе на ношах, коли ти будеш «паралізований»? Цю історію ти, певно, знаєш так само добре, як і ми* [Фотографія]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CyoWlsoqt-C/>
- Зацепіна, Н. О. (2020). Релігійна комунікація як невід'ємна складова соціальної комунікації. *Hileya: Scientific Bulletin/Gileya*

- Ільганаєва В. О. (2009). Соціальна комунікація як об'єкт теоретизації / В. О. Ільганаєва // Філософія людського спілкування: філософія, психологія, соціальна комунікація.
- Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). (2022). *Динаміка релігійної самоідентифікації населення України: результати телефонного опитування, проведеного 6-20 липня 2022 року*
<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1129&page=1>
- Курбан, О. В. (2009). Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання. Інформаційне суспільство, (10)
- Красняк, О., & Амонс, С. (2023). Соціальні комунікації: особливості їх запровадження в період війни. Економіка та суспільство, (48).
- Лавриш, Ю. (2017). Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації : монографія
- Ломачинська, С. В. (2019). *Релігійна Інтернет-комунікація у місійній діяльності християнських церков в Україні* [Thesis]. Електронна бібліотека Житомирського державного університету. http://eprints.zu.edu.ua/29420/1/avt_Lomachynska.pdf
- Мороз, В. Я., (2014). . *Релігійна комунікація як соціокультурний і духовний феномен*. Наукові записки Інституту журналістики
- Олійник, О., (2022). Проповідницький дискурс в соціальній мережі "Інстаграм"
- Омельчук, В. [@volodymyr_om]. (2023, 1 жовтня). *Познайомтесь люди Божі з Людмилою Петрівною!!! Під час окупації Ірпеня вона приймала в свій дім 40 наших воїнів. Почала відвідувати* [Відео]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cx3W-0kKF28/>
- Омельчук, В. [@volodymyr_om]. (2024, 10 лютого). *ВМІЙ БУТИ ВІРНИМ СВОЇМ ОБІЦЯНКАМ ! Коли люди одружуються, вони дають обіцянки один одному перед Богом у такому приблизно форматі: «Любити* [Фотографія]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C3KEtdSKSK3/>

- Петрушкевич, М. (2018). Релігійна комунікація у контексті масової культури:[монографія].
- Рожило, М. (2012). Новітні форми релігійної Інтернет-комунікації. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*
- Сидоров, М., & Табаков, Д. (2008). Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу. Політичний менеджмент. <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/123456789/59836>
- Тимчук, Ю. [yuliantymchuk]. (2022, 11 березня). Молитва св. Єфрема Сиріна більша, ніж здається. Єфрем Сирін – один із найяскравіших видатних письменників та вчителів Церкви. Молитву цього святого [Фотографія]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Ca88zstqYwo/>
- Тимчук, Ю. [@yuliantymchuk]. (2022a, 23 липня). Чому одягають корони (вінці) при вінчанні? Кульмінаційний момент Таїнства Вінчання – покладання вінців на голови молодят. Святий Іоан Золотоустий говорить, що [Фотографія]. <https://www.instagram.com/p/CgXMv7YD5H/>
- Тимчук, Ю. [@yuliantymchuk]. (2022, 31 жовтня). Сім'я – це домашня церква. Святий Іоан Золотоуст говорить: «Де чоловік, дружина і діти з'єднані узами чесноти, злагоди й любові, там [Фотографія]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CkYogVWjWx5/?img_index=1
- Турчин, А. В. (2016). Класифікація соціальних мереж (Doctoral dissertation, КНТУ).
- Холод, О. М. (2018). Соціальні комунікації: тенденції розвитку. <http://hdl.handle.net/123456789/4189>
- Центр Разумкова. (2023). *Війна і Церква. Церковно-релігійна ситуація в Україні 2022р. (листопад 2022р.)* <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/viina-i-tserkva-tserkovnoreligiina-sytuatsiia-v-ukraini-2022r-lystopad-2022r>
- Чудовська, І. (2021). Соціологія масових комунікацій: навч. посіб. Київ.

- Åhman, H., & Thorén, C. (2021). When Facebook Becomes Faithbook: Exploring Religious Communication in a Social Media Context. *Social Media + Society*, 7(3). <https://doi.org/10.1177/20563051211041644>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Burkhardt, P. (2009). Social software trends in business: Introduction. In P. Tiako (Ed.), *Software applications* (pp. 3180–3195). Pennsylvania: Information Science Reference. 10.4018/978-1-60566-060-8
- Campbell H., Lövheim M. (2011). Introduction. *Information, Communication & Society*, 14(8).
- Gómez, L. (2012). Análisis de la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa a través de internet: Una mirada crítica al uso de páginas web y medios sociales corporativos (Tesis Doctoral) [Analysis of Corporate Social responsibility through internet communication: A critical look at the use of websites and media social corporate] (Doctoral thesis). Universitat Jaume I, Castellon.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc.
- Krishnan, A. (2012). Individual differences in users of online networking sites: The interplay between personality traits, communication and social motives, attitudes and level of activity (Phd work). University of Connecticut, Storrs, Connecticut, EE.UU.
- @biblevision.ua. (2024, 3 лютого). *Господи, Ти мене випробував, і Ти мене вивчив. Псалом 139:1-6. #biblevision #бібліяукраїнською #біблія Використано сучасний переклад Українського Біблійного Товариства* [Фотографія]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C25J8MgKg9Q/>
- @daaasshkaaa. (2024, 26 квітня). *Пише Амінь 🍷 якщо згоден . . Бог зцілив тебе не для того, щоб ти повернувся до нездорової поведінки, яке привело тебе* [Фотографія]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6OshYiIpYu/>

@g_.mark. (2024, 1 січня). *Хай не буде так 😊🙏* [Фотографія].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/C1id7GfKvhP/>

@jesus_saves_you_ua. (2024, 1 лютого). *Молитва від хвилювань і тривоги. Боже, будь ласка, заспокій серця кожного, хто відчуває тривогу, депресію або страх. Будь ласка, доторкнися* [Фотографія].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/C20YJINsiY-/>

@marebelua. (2024, 7 травня). *Є у Вас така тьотя Ліна? 😊🙏* [Фотографія].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6qLmMDoJLg/>

@nebo_on. (2023, 21 травня). *Одного дня ти будеш дуже вдячний Богові за те, що він дав тобі те, що потрібно, замість того, чого ти* [Фотографія].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cse5HwtPt23/>

@realkingsdaughters. (2024, 10 квітня). *розгорни ↓ Біблійні номери: • засмучена? - Івана 14 розділ • немічна? - Псалом 18:1-29 • самотня? - Псалом 23 • згіршила? - Псалом 51* [Фотографія].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/C5kkBTHuAyf/>

@ukrainian_karpaty. (2024, 25 березня). *Благовіщення - це «блага звістка» ♡ За переказами, цього дня Діві Марії з'явився архангел Гавриїл і приніс благу звістку, що Вона незабаром* [Відео].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/C47RTOGNpX3/>

@vira_v_dushi. (2023, 14 грудня). *Те, що сьогодні здається поразкою, завтра буде великою перемогою, довіряйте Божим планам.* [Фотографія].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6Luh8kCmI/> <https://www.instagram.com/p/C01iJ0JiAZZ/>

@vira_v_dushi. (2024, 25 квітня). *Прийдіть до Мене, усі втомлені та обтяжені, і Я вас заспокою! Візьміть на себе ярмо Моє, і навчіться від Мене* [Фотографія]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6Luh8kCmI/>

@womenministry_ua. (2024, 19 квітня). *Тяжко уявити, як це — не спішити? Складно не думати про все й одразу? Не можеш не хвилюватися через те, що* [Відео].

Instagram. <https://www.instagram.com/p/C585TljAq4P/>

@womenministry_ua. (2024, 30 квітня). *Зайшовши до будь-якої церкви, ви побачите ряди лавок чи стільців. Деякі стоять ближче до кафедри, деякі — далі, деякі — за колонами* [Фотографія].

Instagram. https://www.instagram.com/p/C6ZFT1yxFFS/?img_index=1

@xlib.vichnosti. (2023, 10 листопада). *Дяка Господу за кожен прожитий день* [Фотографія]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Czd-BLCKkBO/>

Додаток А

Приклади дописів, що містять релігійний зміст, в соціальній мережі Instagram від 24.02.2022 р.

realkingsdaughters • **Стежити**
shayazamora • Оригінальне аудіо

realkingsdaughters розгорни ↓

Біблійні номери:

- засмучена? - Івана 14 розділ
- немічна? - Псалом 18:1-29
- самотня? - Псалом 23
- згіршила? - Псалом 51

НОМЕРИ ЕКСТРЕНИХ СЛУЖБ НА ВИПАДОК
КОЛИ ВОНИ ЗНАДОБЛЯТЬСЯ

Рис. Д.2.1 Відібраний допис № 1.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C5kkBTHuAyf/>

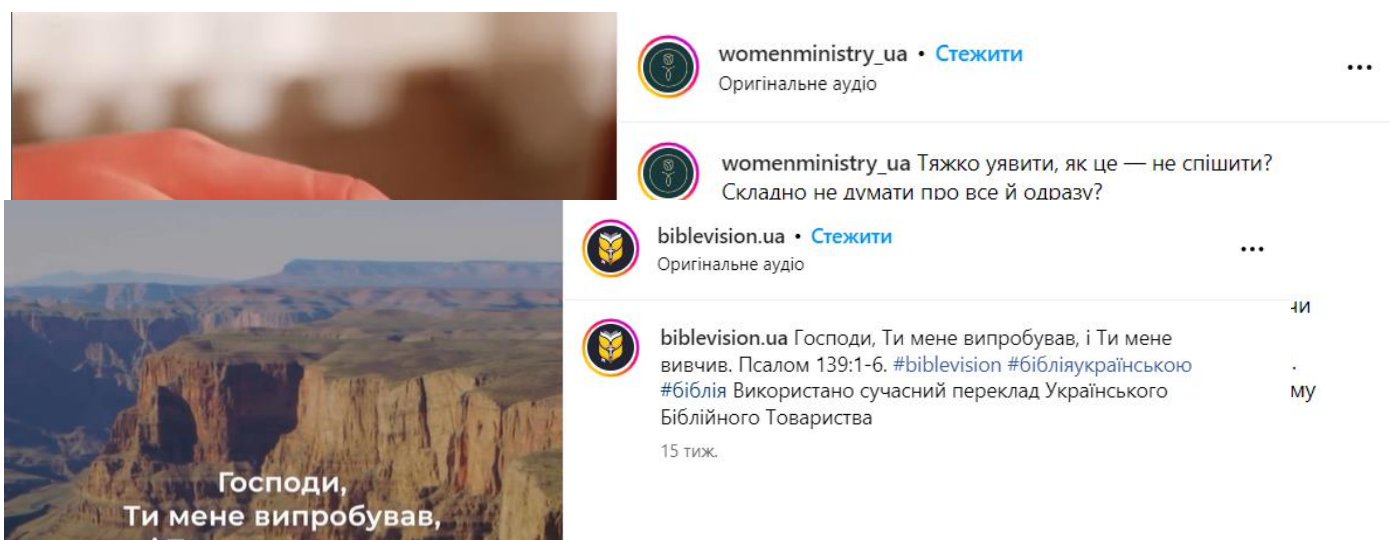


Рис. Д.2.2 Відібраний допис № 2.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C585TljAq4P/>



drunyagots • **Стежити**



drunyagots Хто спустить тебе на ношах, коли ти будеш «паралізований»?

Цю історію ти, певно, знаєш так само добре, як і ті момент свого життя, коли сил немає ні на що. Чи то час, в який нам довелось жити, чи то недосконалі ми змушують заплющувати очі, наче це дитяче «заховатись від всіх». Але постійні емоційні вершини та низини в певний момент роблять відчуття «паралізованості» видимим. Це не про регулярне лежання на ліжку (хоча в когось мабуть і так), це про те, що класні люди навколо наповнюють тільки тоді, коли ти поруч із ними, а коли сам — пустота.

Коли ти класний для всіх, але не для себе. Коли жодна розкопка себе не дає артефактів, які бодай трішки пояснять тобі тебе.

Рис. Д.2.3 Відібраний допис № 3.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/CyoWlsoqt-C/>

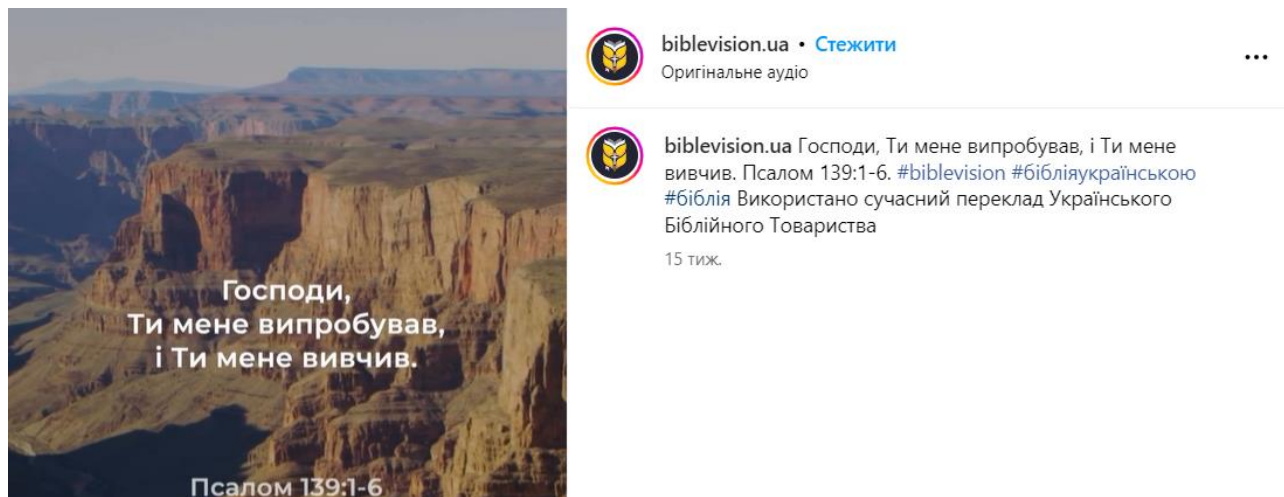


Рис. Д.2.4 Відібраний допис № 4.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C25J8MgKg9Q/>



volodymyr_om • **Стежити**

Оригінальне аудіо



volodymyr_om Познайомтесь люди Божі з Людмилою Петрівною!!!

Під час окупації Ірпеня вона приймала в свій дім 40 наших воїнів.

Почала відвідувати Церкву. Постійно. Навіть постійно служила де могла.

Завжди думає, як допомогти нашим захисникам!!! Постійно робить щось корисне!!!

Рис. Д.2.5 Відібраний допис № 5.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/Cx3W-0kKF28/>yuliantymchuk • [Стежити](#)

Kosiv



yuliantymchuk Чому одягають корони (вінці) при вінчанні?

Кульмінаційний момент Таїнства Вінчання – покладання вінців на голови молодят. Святий Іоан Золотоустий говорив, що вони уособлюють перемогу над пристрастями.

Вінці, що надягають на голови жениха і нареченої, мають три головних значення:

• Корона як символ королівської влади, у нашому випадку – прояв Господньої влади. З моменту, коли молодят перехрестили вінцями, давши їм поцілувати, вони стають одне для одного королем та королевою.

• Мученицькі вінці, які розпинають щодня у вінчанні власний егоїзм. Те, що вінці одягають нареченим у день весілля означає, що їм наділяють багатьма новими можливостями, возвеличують та об'єднують в одне подружжя. А єднаючись, люди повинні спільно долати проблеми.

Рис. Д.2.6 Відібраний допис № 6.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/CgXMv7YD5H/>



ivanvereskun • **Стежити**

Храм Благовіщення Пресвятої Богородиці



ivanvereskun РОЗПОЧАВСЯ ВЕЛИКИЙ ПІСТ 🙏

Піст - особливий період для християнина. Час на оновлення душі і її відсторонення від дії зла, набуття нових емоційних, фізичних і духовних сил. Загальна атмосфера посту, богослужінь і навіть вигляду храмів - закликає нас до покаяння і вдосконалення свого життя 🙏

👉 Піст НЕ варто вважати дією для зменшення ваги тіла, адже можливості посту набагато масштабніші!

Менше:

- прогнозувати погане 🙏
- негативно висловлюватись 🗨️
- обговорювати людей 🗨️
- ображатись 😡
- марнувати час 🙏

Рис. Д.2.7 Відібраний допис № 7.

<https://www.instagram.com/p/C4qQEXQt-ZR/>

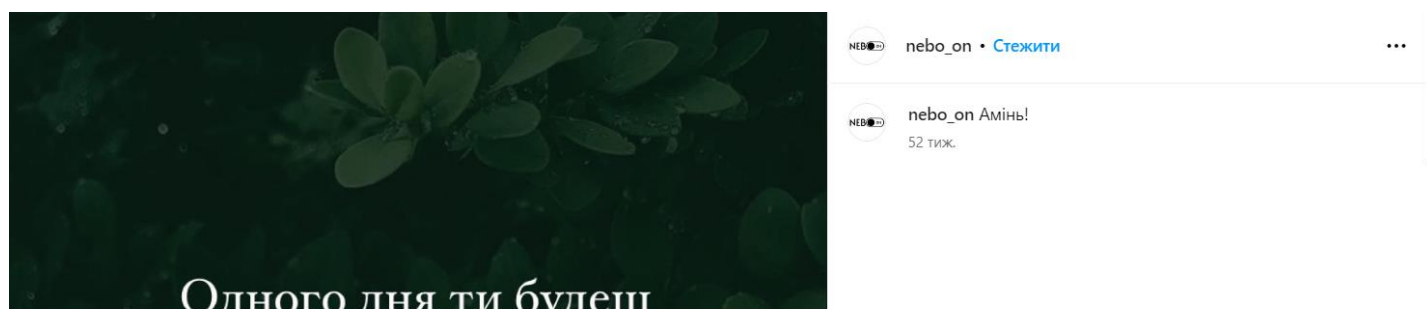


Рис. Д.2.8 Відібраний допис № 8.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/Cse5HwtPt23/>

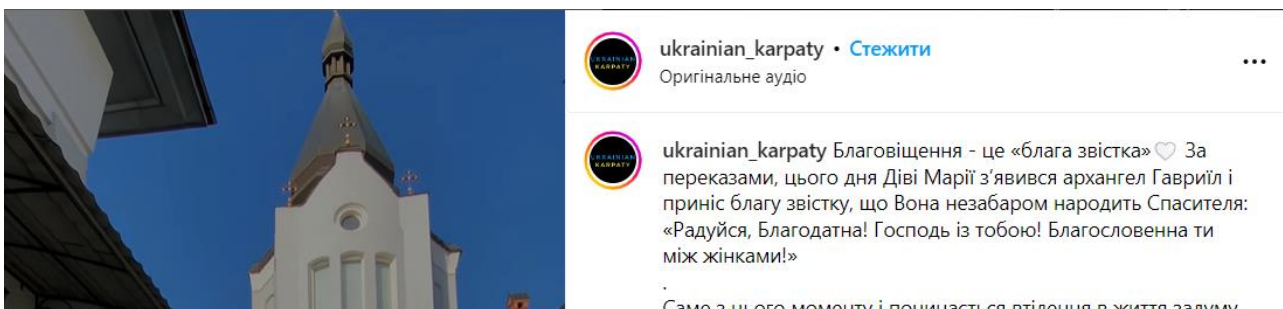


Рис. Д.2.9 Відібраний допис № 9.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C47RTOGNpX3/>

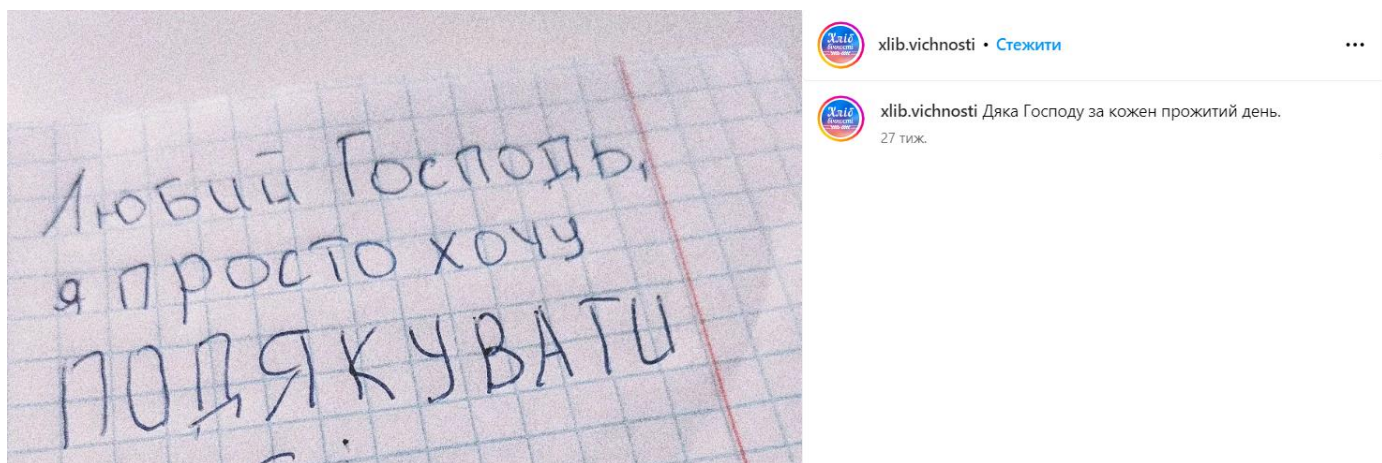


Рис. Д.2.10 Відібраний допис № 10.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/Czd-BLCKkBO/>

yuliantymchuk
та
zhenysche
Kosiv



yuliantymchuk Сім'я – це домашня церква.

Святий Іоан Золотоуст говорить: «Де чоловік, дружина і діти з'єднані узами чесноти, злагоди й любові, там серед них Христос». І якщо сім'я – це союз, то в ньому повинні бути духовні, авторитетні, впевнені та готові жертвувати собою особистості.

Як це сприймати? Давайте розглянемо ці принципи детальніше:

Рис. Д.2.11 Відібраний допис № 11.

Джерело: https://www.instagram.com/p/CkYogVWjWx5/?img_index=1

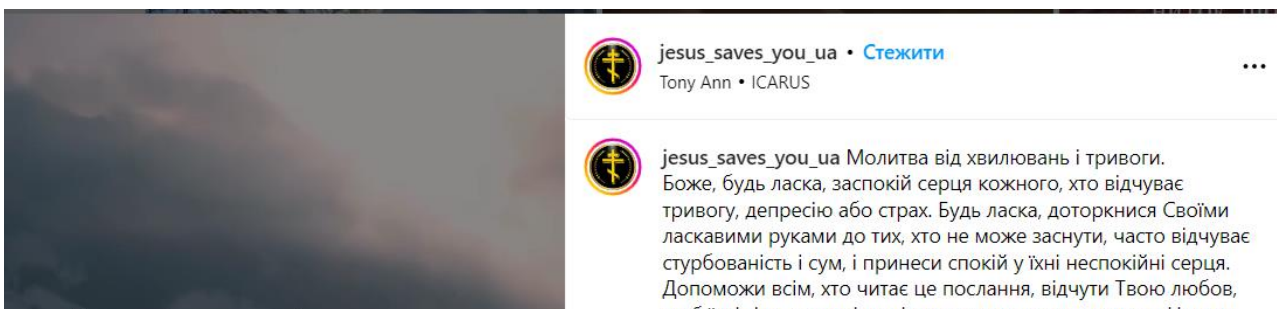


Рис. Д.2.12 Відібраний допис № 12.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C20YJINsiY-/>

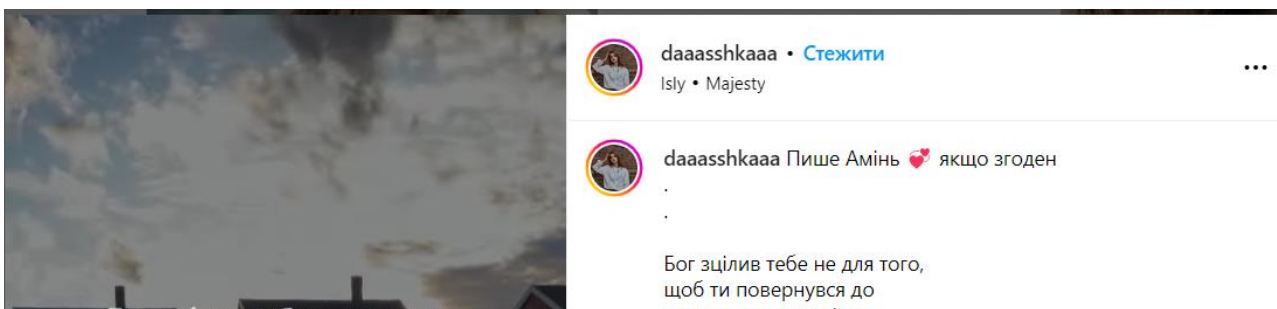


Рис. Д.2.13 Відібраний допис № 13.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C6OshYiIpYu/>

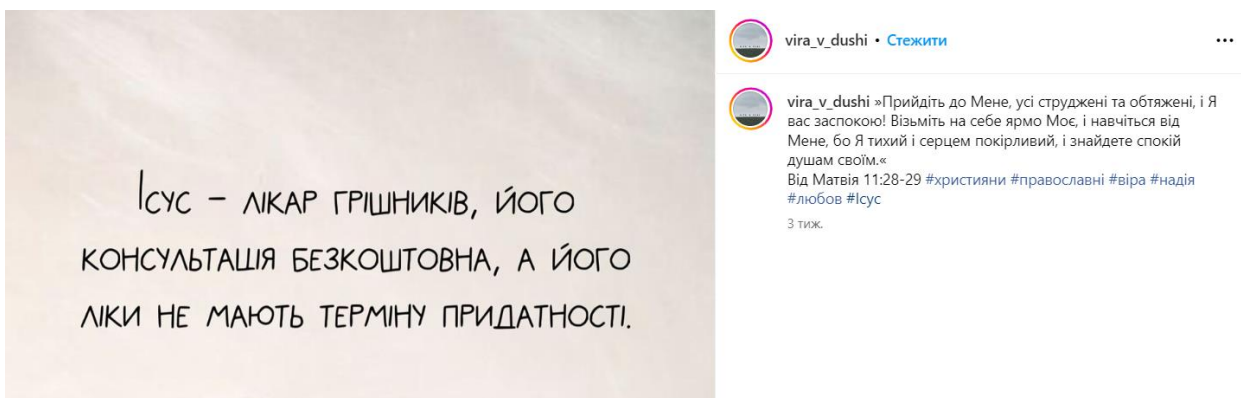


Рис. Д.2.14 Відібраний допис № 14.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C6Luh8kCmI/>

yuliantymchuk
та
oleksiy_filiuk
Тернопільська область

yuliantymchuk Молитва св. Єфрема Сиріна більша, ніж здається.

📖 Єфрем Сирін – один із найяскравіших видатних письменників та вчителів Церкви.

Молитву цього святого ми особливо підносимо упродовж Чотиридесятиці.

🙏 «Господи і Владико життя мого! Духа лінивства, безнадійності, владолюбства і пустомовства не дай мені! Духа ж ціломудрості, смиренномудрості, терпеливості й любові

Рис. Д.2.15 Відібраний допис № 15.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/Ca88zstqYwo/>



Рис. Д.2.16 Відібраний допис № 16.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C3KEtdSKSK3/>

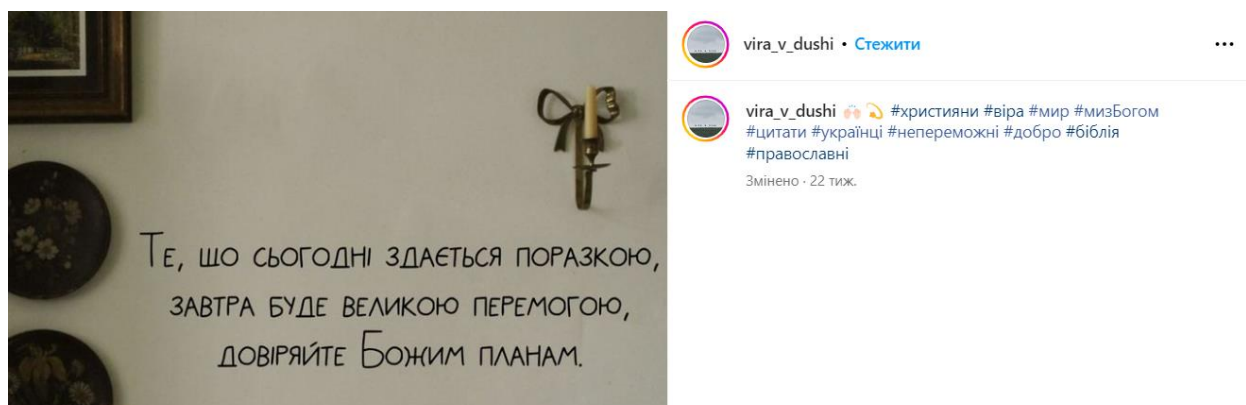


Рис. Д.2.17 Відібраний допис № 17.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C01iJ0JiAZZ/>



Рис. Д.2.18 Відібраний допис № 18.

Джерело: <https://www.instagram.com/p/C1id7GfKvhP/>

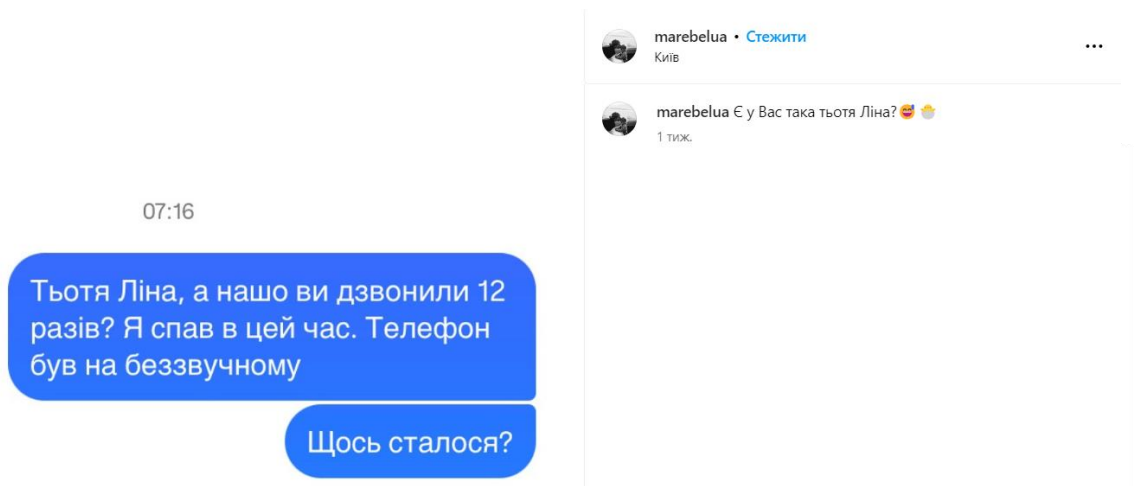


Рис. Д.2.19 Відібраний допис № 19.

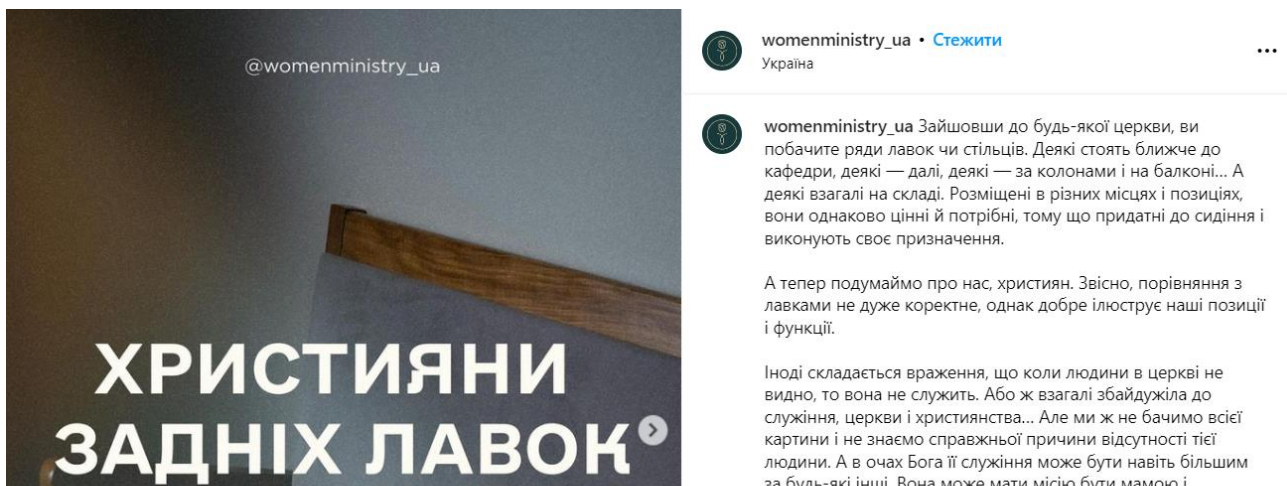
Джерело: <https://www.instagram.com/p/C6qLmMDoJLg/>

Рис. Д.2.20 Відібраний допис № 20.

Джерело: https://www.instagram.com/p/C6ZFT1yxFFS/?img_index=1