

БЛОГОСФЕРА ЯК ІННОВАЦІЙНА СОЦІАЛЬНА ПЛАТФОРМА МІСІОНЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: СПЕЦИФІКА ТА МОЖЛИВОСТІ

THE BLOGOSPHERE AS AN INNOVATIVE SOCIAL PLATFORM OF MISSIONARY ACTIVITY: SPECIFICITY AND CAPABILITIES

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями. У другій половині ХХ – початку ХХІ ст. почалося формування суспільства нового типу. Соціологи називають його «постіндустріальним», «мережевим» або, найчастіше, – «інформаційним» суспільством. Базовою інфраструктурою інформаційного суспільства став Інтернет. З погляду сучасної соціології, Інтернет належить до інститутів соціальної комунікації – засобів спілкування та обміну інформацією. Тут сформувався унікальний простір, який називають «Віртуальною проєкцією реальності», «кібер-простором», або «блогосферою». Завдяки своїй мережевій структурі та специфічним властивостям – «інтерактивності», «мультимедійності» й «гіпертекстуальності» – Інтернет сприяє формуванню нового типу

Статтю присвячено з'ясуванню особливостей блогосфери як інноваційної соціальної платформи для місіонерської діяльності та пастирського служіння в мережі Інтернет. Витлумачено основні переваги й складнощі місіонерської практики православного пастиря у віртуальному просторі. Витлумачено авторське релігійно-богословське розуміння понять «блог», «блогер», «блогосфера» та унаочнено найусталеніші різновиди блогів й схарактеризовано їх особливості. Сформульовано та обґрунтовано систему класифікації блогів, в основу якої покладено чотири характерні ознаки: 1) авторство (один автор чи авторський колектив), 2) наявність мультимедіа, 3) ідейно-ціннісна спрямованість та зміст, 4) технічна база. Головний зміст

* Аспірант Київської православної богословської академії.

** Post-graduate Student of the Kyiv Orthodox Theological Academy.

соціальних зв'язків і розвитку нових ЗМІ [Гинкель А., 2010], у тому числі церковного походження.

Кардинальні зміни в соціально-політичному й науково-освітньому житті кожного суспільства докорінним чином позначилися на його духовно-культурній та релігійно-комунікативній сферах. Релігійні спільноти мимоволі не лише піддаються впливу бурхливого розвитку інформаційних технологій, а й вступають у цей діалог якомога активніше. Сегмент церковної (і взагалі релігійної) інформації, яка передається, зберігається й інтерпретується в мережі Інтернет, а надто ж завдяки блогосфері, стає щораз більшою. Блогосфера претендує на оформлення та закріплення за собою статусу окремої самостійної інтернет-структури з чітко вираженими, характерними лише для неї рисами та прикметами. З огляду на вагомість, а нерідко й контраверсійність її впливу на суспільство та індивіда актуалізується проблема богословського осмислення потенціалу блогосфери і, зокрема, аксіологічного.

Не менш важливою складовою цієї проблематики є потреба соціально-богословської рефлексії блогосфери як інноваційної соціальної платформи місіонерської діяльності, що у свою чергу актуалізує витлумачення її специфіки та можливостей забезпечувати іманентні місіонерству функції. Науковий прагматизм нашого дослідження полягає в тому, що блогосфера є явищем відносно новим і, як на-

статті – науково-богословська рефлексія місіонерської діяльності священнослужителів у блогосфері, а тому тут ґрунтовно схарактеризований методологічний інструментарій (методи, способи, соціально-психологічні, педагогічні та власне душпастирські прийоми). Проаналізовано особливості спілкування в блогах, головною метою якого має бути, з одного боку, спільне вивчення основ православної віри, морально-етичних принципів й соціальної доктрини Церкви, а з іншого – формування динамічної вселенської (всесвітньої) православно-інформаційної оболонки з її мемами як одиницями соціально-релігійної і духовно-культурної взаємодії. Розглядаючи блогосферу як складову частину комунікативного простору інтернет, дослідницьку увагу зосереджено також на виявленні дисфункції, її явних і латентних функцій.

Ключові слова: *пастирська діяльність, місіонерство, блог, блогер, блогосфера та її функції, інтернет.*

The article deals with the features of the blogosphere as an innovative social platform for missionary activity and pastoral ministry on the Internet. The main advantages and difficulties of Orthodox pastoral missionary practice in the virtual space are explained. The author's religious-theological understanding of the concepts of «blog», «blogger», «blogosphere» is interpreted

голошують дослідники, «практично не досліджувалося соціологією в Україні» [Brenner J., Smith A., 2013]. Але соціологічний аналіз – це лише зовнішньо-статистичні маркери цього явища, комплексна об'єктивація якого, на нашу думку, потребує водночас і філософського, і культурологічного, і соціально-правового та багатьох інших наукових зрізів, які, однак, не дадуть чіткої картини, якщо не братиметься до уваги структурно-функціональний вплив блогосфери на формування релігійно-богословської думки, мислення, ба навіть практики. Власне в цьому ключі тема заявленої у статті проблематики є не лише актуальною, а й такою, що має вагоме теоретичне та соціально-практичне значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Усвідомлюючи масштаби, а водночас і суперечливість впливу блогосфери на користувача (воцерковлена це чи наближена до Церкви людина, а чи непрактикуюча релігійне життя) науковці, серед яких чимраз більше зринає імен священнослужителів, осмислюють спектр найбільш актуальних питань, які увиразнюють складність взаємодії Церкви і новітніх медіа. Але навіть це пожвавлення дослідницької активності не дає підстав вести мову про ґрунтовне вивчення усієї ідейно-сміслової та комунікативно-ціннісної поліфонії блогосфери в сучасній науці, а надто ж у богословській думці.

Та все ж таки за останні роки вдалося скласти певний корпус історіографії цієї проблематики. У цьому контексті на увагу за-

and the most established types of blogs are identified and their peculiarities are characterized.

A blog classification system has been formulated and substantiated, which is based on four distinctive features: 1) authorship (one author or author's team), 2) multimedia availability, 3) ideological value orientation and content, 4) technical base.

The main content of the article is a scientific and theological reflection of the missionary activities of clergymen in the blogosphere. Therefore, the methodological toolkit (methods, methods, socio-psychological, pedagogical and proper pastoral techniques) is thoroughly characterized. The peculiarities of communication via blogs are analyzed, whose the main goal, on the one hand, is studying jointly the foundations of the Orthodox faith, moral and ethical principles and social doctrine of the Church, and, on the other hand, the formation of a dynamic universal (world) Orthodox information envelope with its memes as units of socio-religious and spiritual-cultural interaction.

Considering the blogosphere as an integral part of the communicative space of the Internet, research has also focused on identifying dysfunction, its explicit and latent functions.

Keywords: *pastoral activity, missionary, blog, blogger, blogosphere and its functions, internet.*

слуговують дослідження таких учених, як М. Балаклицький [Балаклицький М., 2010], М. Петрушкевич [Петрушкевич М., 2009], Л. Филипович [Филипович Л., 2001], М. Черенков [Черенков М.] та ін. Ці дослідники доволі комплексно підійшли до вивчення сучасних форм і засобів телекомунікації і, зокрема, в її взаємодії та взаємовпливах із церковно-релігійним середовищем. Варто наголосити, що окремі аспекти взаємодії Церкви та постмодерної культури, хоч і фрагментарно, проте доволі ґрунтовно висвітлено в працях А. Гінкеля [Гинкель А., 2010], А. Дудченка [Дудченко А.] та ін.

Однак переваги, проблеми й способи використання блогосфери як середовища та засобу для власне християнської комунікації, а отже, і поля діяльності православного пастиря й місіонера висвітлені доволі побіжно; спостерігається скочування авторів до суто соціального, техногенного аналізу блогосфери, без урахування її антропогенного, комунікативно-ціннісного впливу, не говорячи вже про те, що наукових праць, які би комплексно розглядали блогосферу як інноваційну соціально-релігійну платформу місіонерської діяльності, по суті, одиниці. У зв'язку з цим виникає необхідність здійснення науково-богословського аналізу блогосфери та чіткого визначення способів використання блогів у пастирському служінні й місіонерській діяльності зокрема.

Мета нашого дослідження полягає у витлумаченні структурно-функціональної природи блогосфери (визначенні її функцій і дисфункцій) та в чіткому унаочненні способів використання блогів у пастирсько-місіонерській практиці.

Для досягнення мети окреслено такі дослідницькі завдання:

- дати чітке визначення понять «блог» і «блогосфера» з урахуванням комунікативно-ціннісного потенціалу цих джерел інформації й систем соціальної комунікації;
- схарактеризувати загальні та специфічні риси блогів і класифікувати їх за різновидами;
- з'ясувати специфіку, переваги (найефективніші опції), а також і недоліки місіонерства у блогосфері;
- проаналізувати найпоширеніші та найефективніші способи пастирського служіння за допомогою блогу;
- обґрунтувати, що місіонерство в блогосфері є можливою і невід'ємною формою сучасного місіонерства, проповіді Євангелія, донесення позиції Церкви до пастви.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Використання інтернету Церквою виявилось звичним і природним, тому що він відтворює структуру донесення інформа-

ції та структуру комунікації, яка існувала під час прямолінійного руху, починаючи з доби апостольської проповіді.

Між тим, у перші роки появи інтернету багато експертів зазначали, що світова павутина частково затягує суспільство в «додрукарську» епоху, коли основним способом поширення інформації було усне спілкування. І справді, адже суб'єктам інтернет-комунікації, а надто ж у блогосфері, притаманні соціально-спільнотні ознаки.

П. Брубейкер і М. Хай, вивчаючи, з якою метою християни користуються соцмережами, з'ясували, що тут є чотири основні причини: служіння, духовна просвіта, пошук релігійної інформації, розваги [Brubaker P.]. А. Вершоор-Кірс спростовує поширену думку, що взаємодія між релігією та технологіями має обов'язково бути антагоністичною, вважаючи, що остання може, навпаки, сприяти розповсюдженню релігії завдяки її поширенню і створенню релігійних спільнот [Verschoor-Kirss A., 2012].

На нашу думку, саме тому блогосфера виступає надто звичним, природним соціально-релігійним комунікативним майданчиком. І це не лише тому, що особливе місце й значення для впливу на суспільство в інтернет-просторі займають блоги, а тому, що блог – це, по суті, величезний, якщо не всеохоплюючий віртуальний щоденник.

За даними ресурсу «Вікіпедія», українське слово «блог» походить від «blog» скор. від англ. weblog «мережевий журнал» чи «щоденник подій», неологізм від log «вахтовий журнал») – це web-сторінка, розташована на сайті (блогхостингу), що регулярно оновлюється, матеріали якої представлені в хронологічному порядку з найширшими можливостями для коментування. Для блогів є характерними невеликі за об'ємом записи тимчасової значущості [Вікіпедія. Блог].

Зазвичай блоги розрізняють за такими чотирма особливостями: за автором (чи авторами), за наявністю мультимедіа, за особливостями змісту та за технічною основою. За ознакою авторства блоги можуть бути: а) особисті, що ведуться однією особою (як правило, його власником); б) «примарні» – блоги, які ведуть від імені чужої особи невизначеною персоною; в) колективні, або соціальні блоги, що, як правило, веде група осіб за правилами, які визначає власник; г) корпоративні блоги – блоги, які ведуть співробітники однієї організації спільно (колективно) [Вікіпедія. Блог].

За наявністю мультимедіа блоги поділяють на: а) текстові – блоги, основним змістом яких є тексти; б) фотоблоги – блоги,

основним змістом яких є фотографії; в) музичні блоги – блоги, основним змістом яких є музичні файли; г) подкасти і блогкастинги – блоги, основний зміст яких надиктовується та викладається у вигляді аудіофайлів, наприклад, МРЗ-файлів; д) відеоблоги – блоги, основним змістом яких є відеофайли [McClure P.].

За змістом блоги можна умовно поділити на такі підвиди: а) контентний блог – блог, який публікує первісний авторський текст; б) мікроблог – блог, дописами в якому є короткі щоденні новини з власного життя користувачів; в) моніторинговий блог – блог, основним змістом якого є прокоментовані посилання на інші сайти чи блоги; г) цитатний блог – блог, основним змістом якого є цитати з інших блогів; д) сплог – спам-блог. За технічною основою блоги умовно поділяють на: а) блог Stand-alone – блог на окремому хостингу та рушії (CMS); б) блог на Блог-платформі – блог, який ведеться на потужностях Блог-служб (LiveJournal, LiveInternet та ін.); в) моблог – мобільний блог, який наповнюється з мобільних чи портативних пристроїв [Вікіпедія. Блог].

Отже, блогосфера постає як сукупність усіх блогів Інтернету. Загалом блогосфера (від англ. *blogosphere*) – термін, побудований аналогічно до терміну «ноосфера», що означає сукупність всіх блогів як спільноти або ж соціальну мережу, простір публікації і читання блогів. Десятки мільйонів блогів, що існують у світі, зазвичай тісно пов'язані між собою. Користувачі блогів читають і коментують один одного, посилаються один на одного і в такий спосіб створюють свою субкультуру [Вікіпедія. Блогосфера].

Поняття блогосфери робить наголос на одну з основних відмінностей блогів від звичайних веб-сторінок та інтернет-форумів: пов'язані між собою блоги можуть становити динамічну всевітню інформаційну оболонку [Вікіпедія. Блогосфера].

За останні роки блогосфера стала найпомітнішим явищем у процесі розвитку інтернету, розвинувши його комунікативну функцію і можливості впливу не лише на суспільне, а й релігійне та глибоко індивідуальне життя. Стрімке зростання кількості блогів зумовило появу феномену «суспільної (громадської) журналістики» – поширення користувачами блогів інформації, оминаючи ЗМІ.

Найпопулярніша платформа серед українських блогерів – це LiveJournal. За даними компанії СУПІ, яка опікується сектором «кириличних» країн на LiveJournal, кількість українських блогів становить близько 100 тисяч [Вікіпедія. Блогосфера].

Окрім того, наявна певна кількість блогів на інших платформах – англомовних та російських (Wordpress.com, Blogger.com,

LiveInternet.ru, Diary.ru, Mail.ru); спільнота stand-alone блогерів; та кілька спільнот на українських блогерських платформах (Bigmir.net, Meta.ua, Hiblogger.net) [Вікіпедія. Блогосфера].

Livejournal відрізняється не тільки за кількістю зареєстрованих блогів, але й за якістю контенту. Середній вік осіб, що ведуть блоги на цьому ресурсі, вищий, ніж на інших. Саме тут розташовані блоги політиків, письменників, журналістів, суспільних діячів.

Блоги стали популярними і знайшли своїх шанувальників не лише завдяки тому, що виявилися вдалою формою об'єднання творчого вираження особистості й інтерактивного потенціалу Інтернету. Блоги також стали варіантом реалізації і в якомусь сенсі символом однієї з тенденцій розвитку сучасної культури – стирання межі між приватною й публічною сферами життя. Блоги адресовані всім і водночас – нікому. Якщо ж розглядати сучасне суспільство в контексті теорії «мережевого суспільства», запропонованої американським соціологом М. Кастельс [Кастельс М.], то виходить, що блог – один із способів створення й зміцнення горизонтальних громадянських зав'язків. Блогосфера як явище тяжіє до формування мережевої або корпоративної субкультури.

Останнім часом в україномовному Livejournal налічується понад 50 «ком'юніті» (тобто тематичних об'єднань користувачів), присвячених різним аспектам церковного життя. Їх умовно можна поділити на три групи: «сімейна» (це найчисельніша група, до якої належать не лише ком'юніті про проблеми шлюбу та виховання дітей, а й про різні «побутові» аспекти православ'я), «церковно-наукова» і «журналістська» (ком'юніті, пов'язані з різними аспектами місії через ЗМІ). Одне з найактивніших православних ком'юніті називається «Церковний устав у всій його повноті» (<http://community.livejournal.com/ustav>) і нараховує понад 1400 членів і читачів. Тут православні користувачі обговорюють питання, пов'язані з богослужінням Православної Церкви, канонічним правом і його застосуванням у сучасному церковному житті. Крім тематичних спільнот і співтовариств, існує власне те, що становить основу «Живого журналу» – самі блоги, мережеві щоденники православних авторів. Тут люди пишуть про свої щоденні радощі і прикрощі, враження, прочитані книги, переглянуті фільми. Хтось у жанрі коротких реплік, а хтось – художніх або філософських есе. У кожного користувача є можливість формування «стрічки друзів» для щоденного читання нових записів цікавих йому авторів.

Останнім часом популярність здобули соціальні мережі – сайти з можливістю створення особистих сторінок, що поєдну-

ють користувачів за інтересами і надають можливість вступати в діалоги і дискусії. Найчастіший принцип організації соціальних мереж – загальні місця навчання або роботи, хобі. Як засвідчує опитування кампанії Pew Research Center's Internet @ American Life Project, 72 % дорослих користувачів інтернету є також активними користувачами соцмереж [Brenner J., Smith A.].

Найзатребуванішими мережами в Україні до початку Російсько-української війни (2014 р.) були соціальні мережі «Ру-нет»: «Однокласники.ру» і «Вконтакте.ру». Сьогодні, завдяки офіційному блокуванню та політичній позиції влади й самих громадян, серед українських користувачів помітно зменшився інтерес до російських соціальних мереж, натомість популярності набула американська соціальна мережа FaceBook. У 2014 р. кількість користувачів Facebook в Україні сягнула 13 мільйонів. Всього в Україні на той час було 21,4 млн. користувачів Інтернету. Найбільше проникнення соціальної мережі в Києві та західних обласних центрах України: Львові, Ужгороді, Тернополі, Івано-Франківську, Чернівцях. Друга за охопленням соціальна мережа, якою користуються зараз українці, це Instagram [Детектор медіа]. Значний вплив на відвідуваність найпопулярніших соцмереж склало впровадження в 2017 р. державного регулювання доступу до російських інтернет-ресурсів (Додаток 2).

Станом на липень 2020 року, за даними Цифрового Агентства PlusOne, аудиторія мережі Facebook в Україні вже має 15 млн. користувачів; а Instagram – 11,5 млн. Варто зазначити, що в 2019 році було 14 млн. користувачів Facebook в Україні [Фейсбук та Інстаграм в Україні]. Для наочності в кінці статті додається графік зростання чисельності користувачів Фейсбук та Інстаграм в Україні (Додаток 1).

У блогах і соціальних мережах поширені світоглядні етичні дискусії, полеміка з найрізноманітніших питань, серед яких чільне місце належить світоглядним і, зокрема, питанням віри, моралі, обрядово-культової практики, церковних приписів, настанов, протидії поширенню сектанства, окультизму, магії тощо. МакКлур так окреслює вплив блогосфери на релігію: «Усі релігійні опції стали товаром широкого вжитку і ресурсами, серед яких люди можуть обирати, що відповідає їх індивідуальним потребам» [McClure P. K.]. Саме тому є вельми актуальними вчасне і авторитетне пояснення, слово, настанова, проповідь, діалог зі священником або воцерковлених мирян між собою. Тому такі стосунки в блогосфері є доволі затребуваними в спільнотах. Користувачі, що подорожують просторами блогосфери, шукають

відповідей не лише на духовно-релігійні питання. Їх цікавить ставлення Церкви до війни і миру, до стратегії оборони, медицини, освіти, науки, права тощо. І для громадян є важливим і цікавим почути думку священника з цих питань. А отже, є поле для місіонерської діяльності, адже місія можлива там, де є тематика, цікава для людей, і в якій місіонер теж компетентний.

Щодо пастирського використання блогосфери важливо розуміти ті лекала, за якими тут відбувається комунікація. Часто місія в блогосфері буває ускладнена неадекватною поведінкою вірян, які погано засвоїли правила спілкування в Інтернеті. У блогосфері сформований стиль спілкування, чутливий до інородного вторгнення. Так, неприпустимим є нав'язування обговорення православної тематики і православного світогляду в спільнотах, де обговорення цих питань, як правило, не ведеться. В окремих випадках висловлювання церковного погляду є актуальним, але з певними застереженнями. Часто початківці серед православних користувачів дозволяють собі довжелезні розлогі коментарі з рясним цитуванням Писання і Святих Отців, – такі коментарі не тільки не досягають мети, але й створюють їх автору імідж «дивненького зануди». Також неефективною і недоречною є заборонна тактика ведення дискусій, висловлювання негативу від імені Церкви, коли православний користувач висловлюється в стилі «так не годиться, а так не благословляється». Багато проблем виникає, коли особиста позиція окремих кліриків і мирян видається як позиція Церкви.

Як показує досвід, у жодному випадку не можна плутати церковне спілкування й місіонерське служіння: у світських блогах, спілкуванні з нецерковними користувачами є зайвим обговорення внутрішніх проблем Церкви. Православним блогерам, виступаючи публічно на зовнішню аудиторію, потрібно виробляти спільну позицію, навіть якщо вони не згодні між собою з тонших церковних тем. Ідеї, у яких користувач сумнівається, краще перевіряти, опублікувавши їх у закритому режимі, доступному для вузької групи однодумців. Дискусії не потрібно затягувати, тези повинні бути сформульовані чітко, стисло, але компетентно. Абсолютно неприпустимим є перехід на особистості: дуже часто у відповідь на спірну тезу користувач отримує образи на свою адресу, а не заперечення по суті. Загалом, вступаючи в інтернет-спілкування, на мою думку, важливо твердо стояти на принципах християнської етики: від коректної поведінки православних користувачів в Інтернеті місіонерський ефект набагато вищий, ніж від нахабної «проповіді», повної зневаги до «мирських людей».

Отже, ми бачимо, що розвиток Інтернету перебуває на етапі становлення медіа-конвергенції. Конвергенція – це злиття різних типів ЗМІ, перехід до нових інтерактивних медіа-систем. У міру вдосконалення інформаційних технологій мультимедійність, що забезпечує конвергенцію, стає найзатребуванішою характеристикою інтернет-ресурсів. На практиці це означає, що одна і та сама інформація, різні аспекти «меседжу» можуть бути представлені не лише в традиційному вигляді тексту і допоміжної ілюстрації, а й з використанням відео- або аудіофрагментів (віджетів і підкастів), анімації, інфографіки. До проявів конвергенції належать також трансляції через інтернет радіо- й телеканалів. Сьогодні, по суті, всі активовані православні канали транслюються через інтернет.

Православним місіонерам важливо навчитися визначати, яка форма буде найефективнішою для подання кожної конкретної одиниці змісту – інформаційне сповіщення, довірчий запис у блозі, довідка у «Вікіпедії» або аудіозапис коментаря авторитетного духівника чи священноначалія. Не виключено, що і перше, і друге, і третє, а також відеосюжет будуть актуальними одночасно.

Варто пам'ятати, що давно склалися пріоритетні тематичні напрямки, за якими православна інтернет-спільнота могла б формувати «порядок денний» у соціальних мережах і блогосфері. До таких належить, наприклад, тема любові й сімейно-шлюбних стосунків, виховання дітей, морально-етичні цінності та психологічні проблеми. Очевидно, що ці теми обговорюються в різноманітних інтернет-спільнотах регулярно, але найчастіше їх віддають на відкуп сектантам, прихильникам різних психоаналітичних шкіл тощо. Але ж саме тут багатьом важливо почути думку Церкви, і важливо, щоб ця думка була представлена в Інтернет-просторі.

Часто корисно самим ініціювати обговорення, іноді навіть у провокативній формі, щоб представити християнську точку зору. У зв'язку з цим важливо формувати ядро православної спільноти мирян і кліриків, яке неформально, але з достатнім ступенем легітимності могло би представити думку Церкви в інтернеті з різноманітних етичних, ідеологічних та інших питань. Сьогодні така спільнота стихійно сформована в «Живому журналі», однак досвід її взаємодії з неправославним сегментом має нерегулярний і непереконливий характер [Гинкель А., 2010].

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, підсумовуючи результати нашого дослідження, можемо стверджувати, що блогосфера є доброю місіонерською можливістю для звершення пастирського служіння принаймні у плані донесення до

користувачів офіційної позиції Церкви з того чи іншого питання, проблеми, ситуації, що склалася, чи явища, яке увірвалося в життя громади, суспільства. За допомогою блогосфери Церква може збагатити віртуальних читачів християнським світоглядом, утвердити у вірі, впливати на загальний стан моралі та освіти суспільства.

Власне, служіння в блогосфері і є різновидом заповіді Божої: «Ідіть по всьому світу і проповідуйте Євангеліє всьому творінню!» (Мк. 16, 15). Отже, християнин не тільки може користуватися можливостями, які надає блогосфера, але і співдіяти тут Христові, виконуючи працю Господню. Саме це і має бути для православного пастиря головним мотивом перебування в середовищі блогосфери. Обґрунтовуючи твердження про важливість використання блогосфери для місіонерського служіння, ми, однак, усвідомлюємо потребу й доречність подальшої глибшої науково-богословської розробки, зокрема, теоретико-методологічного ресурсу (церковно-інноваційної термінології, методів і принципів) теорії та практики пастирського служіння й місіонерства у блогосфері. Звісна річ, що комплексного аналізу потребує й низка інших не менш важливих сегментів цієї практики та, зокрема, з'ясування проблем і викликів, що постають перед місіонером у віртуальному просторі.

Більш зваженої об'єктивації та чіткішої класифікації потребують також пастирсько-педагогічні, соціально-комунікативні підходи до роботи зі спеціальними групами користувачів інтернету.

1. Brenner J., Smith A. 72 % of Online Adults are Social Networking Site Users. Pew Research Center's Internet @ American Life Project [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/08/05/72-of-online-adults-are-social-networking-site-users/>. [Електронний ресурс].
2. Brubaker P. J., Haigh M. M. The Religious Facebook Experience: Uses and Gratifications of Faith-Based Content // *Social Media + Society*. 2017. № 3 (2). P. 1–11. [Електронний ресурс].
3. McClure P. K. Faith and Facebook in a Pluralistic Age: The Effects of Social Networking Sites on the Religious Beliefs of Emerging Adults // *Sociological Perspectives*. 2016. Vol. 59 (4). P. 818–834. [Електронний ресурс].
4. Verschoor-Kirss A. Even Satan Gets Likes on Facebook: the Dynamic Interplay of Religion and Technology in Online Social Networks // *Journal of Religion & Society*. 2012. Vol. 14. P. 1–12. [Електронний ресурс].
5. Балаклицький М. А. Сегментація аудиторії протестантських мас-медіа України // Вісник Харківської державної академії культури. 2010. Вип. 31. С. 114–121.
6. Вікіпедія. Блог [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>.
7. Вікіпедія. Блогосфера [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0>.
8. Гинкель А., свящ. Миссиология: Учебное пособие. 2-е изд. Москва: Миссионерский отдел Русской Православной Церкви, 2010. 400 с.

9. Детектор медіа. Кількість користувачів Facebook в Україні досягла 13 мільйонів – дослідження [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/kilkist_koristuvachiv_facebook_v_ukraini_dosyagla_13_milyoniv_doslidzhennya/.
10. Дудченко А., прот. Благовестие в сети Интернет: проблемы и перспективы [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://arhiv2.orthodoxy.org.ua/page-2078.html> (дата звертання: 24.12.18).
11. Кастельс М. Становление общества сетевых структур [Электронный ресурс] / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на западе / [под ред. В. Иноземцева]. – Режим доступу: <http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html>.
12. Петрушкевич М. С. Интернет та християнська комунікація. // Наукові записки / І. Д. Пасічник [та ін.], 2009. С. 144–151.
13. Фейсбук та Інстаграм в Україні [Електронний ресурс].
14. Филипович Л. Сучасна релігійна ситуація й український Інтернет // Релігійна свобода: мас-медіа, школа і церква як суспільні фактори утвердження: науковий щорічник / за заг. ред. д. філос. н. А. Колодного. Київ: Інститут філософії НАН України, 2001.
15. Черенков, М. Перспективи розвитку євангельського протестантизму в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.religion.in.ua/7940-perspektivi-rozvitku-yevangelskogo-protestantizmu-v-ukrayini.html> (дата звертання: 26.03.2019).

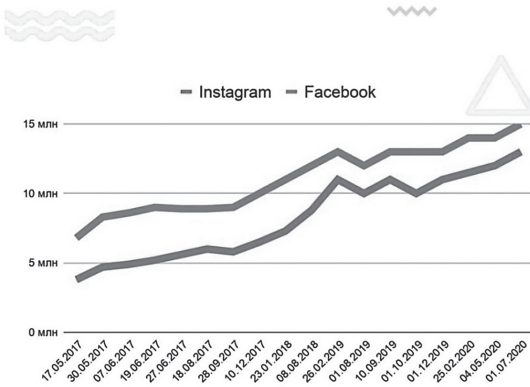
1. Brenner J., Smith A. 72 % of Online Adults are Social Networking Site Users. Pew Research Center's Internet @ American Life Project [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.pewresearch.org/internet/2013/08/05/72-of-online-adults-are-social-networking-site-users/>. [Електронний ресурс].
2. Brubaker P. J., Haigh M. M. The Religious Facebook Experience: Uses and Gratifications of Faith-Based Content // Social Media + Society. 2017. № 3 (2). P. 1–11. [Електронний ресурс].
3. McClure P. K. Faith and Facebook in a Pluralistic Age: The Effects of Social Networking Sites on the Religious Beliefs of Emerging Adults // Sociological Perspectives. 2016. Vol. 59 (4). P. 818–834. [Електронний ресурс].
4. Verschoor-Kirss A. Even Satan Gets Likes on Facebook: the Dynamic Interplay of Religion and Technology in Online Social Networks // Journal of Religion & Society. 2012. Vol. 14. P. 1–12. [Електронний ресурс].
5. Balaklytskyi M. A. Sehmentatsiia audytorii protestantskykh mas-media Ukrainy // Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury. 2010. Vyp. 31. S. 114–121.
6. Vikipediia. Bloh [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>.
7. Vikipediia. Blohosfera [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0>.
8. Hynkel A., sviashch. Myssyolohyia: Uchebnoe posobyе. 2-e yzd. Moskva: Myssyonerskyi otdel Russkoi Pravoslavnoi Tserkvy, 2010. 400 c.
9. Detektor media. Kilkist korystuvachiv Facebook v Ukraini dosiahla 13 milioniv – doslidzhennia [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/kilkist_koristuvachiv_facebook_v_ukraini_dosyagla_13_milyoniv_doslidzhennya/.
10. Dudchenko A., prot. Blahovestye v sety Internet: problemy i perspektivy [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <http://arhiv2.orthodoxy.org.ua/page-2078.html> (data zvernennia: 24.12.18).
11. Kastels M. Stanovlenye obshchestva setevykh struktur [Elektronnyi resurs] / M. Kastels // Novaia postyndustrialnaia volna na zapade / [pod red. V. Ynozemtseva]. – Rezhym dostupu: <http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html>.

12. Petrushkevych M. S. Internet ta khrystyianska komunikatsiia // Naukovi zapysky / I. D. Pasichnyk [ta in.], 2009. S. 144–151.
13. Feisbuk ta Instahram v Ukraini [Elektronnyi resurs].
14. Fylypovych L. Suchasna relihiina sytuatsiia y ukrainskyi Internet // Relihiina svoboda: mas-media, shkola i tserkva yak suspilni faktory utverdzhennia: naukovi shchorichnyk / za zah. red. d. filos. n. A. Kolodnoho. Kyiv: Instytut filosofii NAN Ukrainy, 2001.
15. Cherenkov, M. Perspektyvy rozvytku yevanhelskoho protestantyzmu v Ukraini [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu: <https://www.religion.in.ua/7940-perspektivi-rozvitku-yevangel'skogo-protestantizmu-v-ukrayini.html> (data zvernennia: 26.03.2019).

Додаток 1.

Динаміка чисельності аудиторії соцмереж «Фейсбук» та «Інстаграм» в Україні

Аудиторія: динаміка чисельності

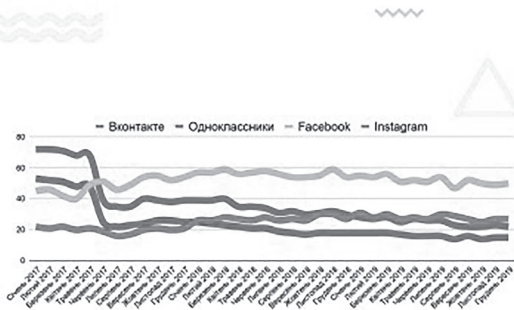


За останні пів року аудиторія Facebook зросла на 1 млн і становить 15 млн користувачів. Аудиторія Instagram збільшилася на 1,5 млн — до 13 млн користувачів.

Додаток 2.

Вплив впровадження в 2017 р. державного регулювання доступу до російських інтернет-ресурсів на відвідуваність найпопулярніших соцмереж в Україні

Відвідуваність соцмереж (десктоп + мобільний браузер на ОС Android)



У грудні 2019-го 50% користувачів хоча б раз перевіряли свою сторінку на Facebook через десктоп або мобільну версію браузера на Android (проти 54% у грудні 2018-го). 22% один раз на місяць заходили у ВКонтакте — минулого року цей показник сягав 30%. Втрачає популярність і мережа Одноклассники — 15% проти 18%.

Відвідуваність Instagram трохи зросла.

Одна з головних причин зниження відвідуваності соцмереж на десктопах та мобільних браузерах — перехід користувачів на використання соцмереж через мобільні додатки.

*дані Factum Group (соціальні мережі на десктопі та через мобільний браузер Android)