

УДК 007 : 304 : 659.3

## НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ФУНКЦІЇ КАТОЛИЦЬКИХ ЗАСОБІВ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ

**Наталія Гадьо**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,  
e-mail: [natalia\\_gado@yahoo.com](mailto:natalia_gado@yahoo.com)*

У статті досліджено головні функції інтернет-медій Католицької Церкви з погляду нових можливостей, які вони мають в Інтернеті.

*Ключові слова:* функції, Інтернет, Католицька Церква, комунікація, віртуалізація.

Швидкий розвиток Інтернету та його розуміння Католицькою Церквою (КЦ) як одного зі засобів комунікації, що його широкі можливості (як і можливості кіно, преси, радіо та телебачення) варто використовувати «у місії Церкви» [30, с. 54] та творенні двосторонньої комунікації [30, с. 63], зумовили появу інтернет-версій традиційних католицьких медій і виникнення католицьких засобів комунікації суто в онлайн-овому форматі.

Дослідження католицьких засобів комунікації відбуваються найчастіше фрагментарно (Петрушкевич М., Крячко В. І.), в контексті вивчення системи усієї релігійної комунікації в Інтернеті (Тишук О., Козиряцька С.) або ж зосереджені лише на інтернет-ресурсах одного з обрядів Католицької Церкви – римсько-католицького (Керц О., Бондарев А.), чи греко-католицького (Різун Т., Рижко О.). Найгрунтовнішими дослідженнями щодо католицьких засобів комунікації залишаються праці А. Юраша [32; 33] та І. Скленера [22], які хоч й стосуються друкованих видань КЦ, однак закладають термінологічні та поняттєві підвалини будь-яких подальших досліджень у цій царині.

Оскільки немає таких досліджень щодо сегменту католицького Інтернету, то вслід за сучасними дослідниками (А. Бойко, С. Козиряцькою, О. Керц, В. Крячко) варто ствердити, що є потреба провести ґрунтовне дослідження українських католицьких засобів комунікації в Інтернеті, які є невід'ємною частиною релігійної комунікації та медіакомунікації в Україні.

Передумовою появи та функціонування католицьких засобів комунікації, як вже було згадано, є їх розуміння КЦ як ще одного способу, «ареопагу для проголошення Євангелії та творення можливості зустрічі з Христом, тобто головної місії КЦ» [30, с. 340–342].

Вчення КЦ про комунікацію загалом та Інтернет зокрема вчені називають «найширшою і найгрунтовнішою богословською розробкою всього спектру проблем, пов'язаних з інформаційним суспільством та інформаційною політикою Церкви» [28], вважаючи, що «католицька єрархія найактивніше висловлюється щодо сучасних комунікаційних технологій і їхнього практичного застосування, демонструючи свою сучасність і прогресивність» [26]. Згадуючи про щорічні послання Папи Римського з нагоди Всесвітнього дня комунікації дослідник

протестантської комунікації М. Балаклицький вказує, що «католики розробляють теорію соціальної комунікації постійно» [1].

Перші документи про комунікацію з'являються ще 1487 і 1515 рр., а найгрунтовнішими документами дослідники вважають декрет «Inter mifica» (1963) та інструкцію «Communio et Progressio» (1992) [32, с. 29].

Як ми вже дослідили раніше, для католицьких медій головною метою комунікації є «нести вістку про Христа, добираючи відповідні до вимог часу засоби» [5, с. 465]. Тому використання нових можливостей комунікації через Інтернет слід вважати послідовним продовженням медіастратегій КЦ.

Таке ставлення КЦ збігається з думкою дослідників медій, які вважають нові технології перспективнішими для комунікації майбутнього [25, 31, 18]. З огляду на це, на нашу думку, зараз доцільно дослідити особливості (як нові можливості для усіх засобів комунікації КЦ) та функції засобів комунікації КЦ.

Однак заздалегідь слід зауважити, що жодні технологічні можливості не змінюють сакрального виміру та канонічних особливостей функціонування КЦ, а лише доповнюють їх. І якщо прослухати проповідь чи навіть отримати папське благословення можна через Інтернет, то особисту присутність на Літургії (зокрема участь у Таїнстві Євхаристії та Сповіді) не замінить її перегляд через Інтернет чи через жоден інший засіб комунікації. Це чітко вказано у документі Папської ради з соціальної комунікації «Церква та Інтернет» [45].

Католицькі засоби інтернет-комунікації в Україні охоплюють різні за наповненням та призначенням сайти (офіційні та неофіційні сайти, персональні сторінки та блоги, інтернет-версії традиційних медій, власне інтернет-медії, портали). І перш ніж говорити про їхні функції, варто згадати про функції Інтернету, якими переважно вважають комунікативну, інформаційну, ціннісно-регулятивну та розважальну, та особливості засобів комунікації в Інтернеті. Грунтуючи свої твердження на дослідженнях польських науковців М. Робака і Л. Ольшанського, зробимо спробу виокремити найголовніші особливості засобів комунікації в Інтернеті:

- глобальна доступність (матеріали, опубліковані на інтернет-сайтах, одночасно доступні в кожному куточку світу, де є доступ до Інтернету);
- оперативність розміщення інформації (розмістити інформацію можна з будь-якого місця і будь-якого технічно пристосованого для цього засобу, а також транслювати події наживо);
- мультимедійність (можна поєднати кілька форм переказу одночасно: текст, зображення, звук, відео);
- інтерактивність (користувач Інтернету може впливати на почерговість і спосіб отримання інформації та брати участь у її творенні);
- гіпертекстуальність (можливість переходити з одного матеріалу до іншого через гіперпосилання);
- багатоструктурність доступу (одну і ту ж інформацію можна отримати різними шляхами – через гіперпосилання, банери, пошук, теги);
- легкість модифікації (будь-яку інформацію в інтернет-ресурсах можна оновити, доповнити або ж знищити);
- анонімність (читач може бути співтворцем ресурсу, але зберегти свою анонімність через вигаданий логін);
- легкість проведення соціопитувань та досліджень (залежно від технічних параметрів сайту, можна досліджувати активність та вподобання кожного відвідувача, якими засобами перегляду вони користуються чи з яких країн походять);

- персоналізованість (використання особистих «закладок», можливість отримувати тематичні добірки інформації через пошук чи розсилання);
- архівування та спрощений доступ до архівної інформації.

Католицькі сайти як соціальні, окрім виокремлення суто медійних і конфесійних функцій [9], розглядають у контексті служіння суспільству [30, с. 20]. Для них виокремлюють просвітницьку, аксеологічну (порівняльну, оцінювальну), контрольну-критичну, зворотного зв'язку, комунікативну, футурологічну (прогностичну) функції. Американський вчений Р. Лассуелл вважав, що усі соціальні комунікації виконують три основні функції: спостереження дійсності; кореляцію реакції поміж різними соціальними суб'єктами через донесення звітів поведінки; передавання культури (знання, цінностей, норм, традицій) у часі, тобто для прийдешніх поколінь [43, с. 74]. У свою чергу Х. Райт назвав ці функції інформаційною, інтерпретаційною та функцією соціалізації [43, с. 74]. Окремі дослідники типологізували функції перспективи результату, вважаючи одним з них «узалеження особи від засобів комунікації» [43, с. 75–76].

Оглядаючи медіадослідження, вважаємо за потрібне як головні виокремити інформативну, комунікативну, презентаційну, формування громадської думки, контролю, впливу, розважальну або рекреаційну функцію, культуротворчу та освітню функції, функцію соціальної організації засобів комунікації [43, с. 77–105; 44; 23]. Для блогінгу, який став інтегральною складовою багатьох інтернет-ресурсів, виділяють «функції творчої самореалізації, самовираження, саморозвитку, соціалізації, формування інформаційного «порядку денного» та ціннісно-регулятивну функцію» [23].

У власне конфесійних ресурсах в Інтернеті дослідники переважно виокремлюють як головні місіонерську, евангелізаційну, катехитичну функції та функцію встановлення зв'язків поміж членами релігійної громади, підвищення рівня їхньої інформованості [9], світоглядну, комунікативну, просвітницьку, пропагандистську, виховну, інформаційну, культурологічну [20, с. 183–184]. Іноді згадують про прозелітичну функцію (примусове перетягування вірян інших конфесій), яка на думку дослідників, не притаманна ні вченню КЦ, ані діяльності КЦ в Україні [6; 34], ані, на нашу думку, католицьким сайтам.

Л. Филипович згадує про дві функції Інтернету в конфесійній сфері: інформаційну як ознайомлення користувачів з існуючими релігіями, суттю їхніх віровчень, структурою організаційних утворень, діяльністю церков та релігійних громад у різних сферах як та політичну як проблеми взаємин різних конфесій, які були заполітизовані [27, с. 88–89].

Щодо функцій сайтів церков виокремлюють інформаційно-презентаційну, новинарну функції, створення архівів і репозитаріїв, баз даних, координацію служінь церкви, евангелізаційну функцію [14]. Зважаючи на специфіку католицьких інтернет-ресурсів, варто припустити, що вони найперше виконують функції, які заздалегідь наголошені в згаданих документах КЦ щодо комунікації. А також й те, що **функції католицьких медій творять послідовно-ціннісну систему.**

Оскільки «місією КЦ є нести спасіння усім людям» [30, с. 79], тобто «проповідувати Христа» (1 Кор. 1:23), який її заснував, то «Церква вважає своїм обов'язком і природнім правом евангелізувати також і за допомогою засобів соціальної комунікації» [30, с. 79]. Відтак головною функцією усіх католицьких сайтів в Інтернеті варто вважати **евангелізаційну**. Як це визначають і документи КЦ, зокрема «декрет «Inter mirifica», в якому йдеться про уважність Церкви до комунікації та її засобів, зважаючи на їх евангелізаційний вимір» [15], і цер-

ковні ерархи та медіадослідники [40; 43]. Не можна не погодитися, що «усі інші функції мають їй підпорядковуватися (освітня, інформаційна, розважальна та ін.). У цьому реалізується головна засада, що євангелізація тоді є ефективна, коли медіа є її місцем, а не лише засобом (тобто місцем, де свідчать, моляться, катехизують)» [40]. У контексті євангелізаційної функції варто згадати про **ре-євангелізацію (нову євангелізацію)**, тобто євангелізацію вже євангелізованих раніше, які з різних причин перестали брати участь у сакраментальному житті КЦ. А також про **катехитичну функцію**, оскільки катехизація (вивчення правд віри та утвердження у вірі) невідемна складова процесу євангелізації.

У вимірі такого зв'язку з вірними виявляється **комунікативна функція католицьких засобів комунікації**. Комунікативна функція виникає з самої природи КЦ, де чільне місце займає особисте спілкування з Богом та взаємопов'язаність вірних (Церква з грец. Ἐκκλησία, «зібрання вірних») як рівноправних членів одного тіла (Кор.12:12–26).

До творення двосторонньої комунікації закликав ще Папа Пій XII [30, с. 63]. Однак саме поява католицьких медіа в Інтернеті зробила цю комунікацію значно ефективнішою через інтерактивність, притаманну більшості з них. Якщо раніше свої враження, доповнення, незгоду читачі могли висловити лише після виходу друкованого номера, радіо- чи телепрограми, то через миттєвість коментаря під інтернет-матеріалом, можливості проголосувати, оцінити, подати прохання про молитву, вони не лише комунікують з творцями сайту, а й стають їх активними співтворцями. До того ж, необмеженість текстового наповнення сайту уможливорює присутність матеріалів і блогів читачів католицького медіа.

Папа Франциск вважає, що комунікативні здібності Церкви мають допомогти «включитися у діалог з людьми сьогодення, щоб зрозуміти їхні очікування, сумніви, сподівання», оскільки в «ері глобалізації» ми є свідками розгубленості, самотності, втрати сенсу життя, труднощів у творенні глибоких зв'язків, тому важливо уміти діалогувати, входячи з духом розпізнавання також і у середовища, породжені новими технологіями, у соціальні мережі [15]. Аналізуючи масову комунікацію глобального суспільства, С. Квіт стверджує, що нові можливості в інформаційних технологіях ведуть до діалогу в соціумі [7, с. 183]. Це стосується й католицької комунікації. Католицькі сайти та медіа в інтернеті часто заохочують до такого діалогу на форумах (напр. форум УГКЦ), у коментарях під матеріалами («Кредо», «Рісу»), у рубриках, у яких можна отримати відповідь священника на запитання («Радіо Ватикан»), запрошеннях до спільного творення текстового наповнення («Католицький Оглядач», «Credo»). Можливості комунікативної функції розширюються через спілкування поміж самими вірянами на сайті парохії чи читачами медіа. В. Різун, говорячи про зміни в комунікації доби інтернету, називає цю можливість спілкуванням в середині маси [19, с. 20].

Нові комунікативні технології не просто, як зауважують вчені, «підсилюють та поглиблюють вплив релігії на суспільство» [21], а уможливають її ґрунтовніше пізнання, що веде до свідомого вибору індивіда почати жити життям віри (євангелізаційно-катехитична функція католицької комунікації) або ж відновити його (реєвангелізаційно-катехитична функція). Однак можна лише частково погодитись, що комунікація в Інтернеті дає можливість «залучити до віри релігійно неактивних людей, тобто тих, кому не вистачає часу відвідати богослужіння у церкві, почитати релігійну періодику, подивитись чи послухати духовну теле- чи радіопередачу» [21]. Оскільки в КЦ, як ми вже згадували, поняття комунікації включає особисту присутність та участь у Святих Тайнах, то Інтернет може стати або поштовхом до навернення релігійно неактивних, або

доповненням у комунікації релігійно активних [45]. Це, радше, спосіб досягти різних людей і сприяти культурі зустрічі, про яку Папа Франциск говорив у своєму останньому посланні на Всесвітній день соціальної комунікації [29].

Така комунікація веде до глибшого пізнання проблем вірних і дає ширші можливості їм допомогти, тобто до душпастирства цифрового світу, яке «покликане бачити людей невірних, зневірених і тих, які в глибині прагнуть не до ефемерної, а до абсолютної істини, оскільки нові медіа дозволяють входити в контакт з послідовниками всіх релігій, з невірними і людьми всіх культур». [16]. Отже, можемо говорити і про **душпастирську функцію** католицьких засобів комунікації, яку часто реалізують через рубрики «Ваше питання – наша відповідь», «Запитуємо священника», «Важкі питання», «Запитуйте – відповідаємо!», що їх містять найпопулярніші католицькі ресурси в інтернеті.

Визначення католицької преси, яке міститься у декреті «*Inter mirifica*» визначає як головну її **функцію формування, розвитку і зміцнення громадської думки**, згідно з природним правом та католицькими доктринами та настановами [30, 83]. Дослідниця А. Бойко, вважає, що церковна преса найперше була покликана формувати світоглядні засади суспільства, тісно поєднуючись з виховною та організаційною функціями, прищеплювати аудиторії християнські засади, формувати загальнолюдські принципи існування суспільства та особистості, критично осмислювати явища соціального та політичного життя країни [4]. Інтернет-сайти КЦ, як і її преса, теж покликані виконувати функцію формування громадської думки через оцінювання соціального і політичного життя. Декрет «*Inter mirifica*» заохочує, окрім новин про життя Церкви, давати й коментарі [30, 83]. Часто це офіційні заяви щодо політичних подій та статті священників та мирян-католиків. Ставлення КЦ до проблем у суспільстві пояснюють через відповідні уривки зі Святого Письма, з документів КЦ та Катехизму.

**Новинна функція** [38, с. 399–404] у сучасних засобах комунікації КЦ полягає у висвітленні новин про життя Церкви, а також усіх важливих суспільних подій. У вченні КЦ особливо наголошено на принципах реалізації цієї функції: комунікатори мусять «дистанціюватися від недозволених різновидів пропаганди» і «збирати різні погляди, порівнювати їх і повідомляти так, щоб люди могли прийняти правильне рішення» [30, с. 99].

Поява католицьких сайтів в інтернеті уможлиблює **інформативно-презентаційну** функцію, яка не була ефективною у друкованих медіях КЦ чи будь-якої іншої конфесії. Оскільки релігійна преса, за своєю суттю, як це подає у визначенні дослідник релігійної преси І. Скленар, була призначена здебільшого для віруючих читачів і духовенства конкретної конфесії [22, с. 22]. Тобто, залежно від спрямування конкретного видання, містила, радше, інформацію евангелізаційного, катехитичного та богословського спрямування. Оскільки офіційні друковані католицькі медії зазвичай мають невеликий тираж і не завжди розповсюджуються за передплатою, то доступ до них мають здебільшого парафіяни окремих церков, тобто – вузькі кола читачів. А через сайти конкретної церковної спільноти, єпархії чи головного представницького сайту КЦ *vatican.va* та офіційних сайтів УГКЦ та РКЦ в Україні будь-хто може знайти систематизовану інформацію про КЦ, її догматичні та обрядові особливості, географічне розташування, усі найновіші документи та ін. Жодне періодичне друковане видання не може вмістити цієї інформації повністю ані не ставить за мету це робити.

КЦ, окрім переказування евангельських правд, особливу увагу звертає на участь засобів комунікації в охороні моральних цінностей, пропагуванні моделі здорової сім'ї, любові, суспільної справедливості, миру, братерства, солідар-



ності, міжлюдської інтеграції, відповідальної свободи і правди, розвитку культури, науки та освіти, а також у медіаосвіті та навчанні правильного відпочинку [43] та попередженні узалежнення особи від засобів комунікації. Таку участь у житті людини в цифровому вимірі можна визначити як **ціннісно-регулятивну, культуротворчу, освітню та виховну функції католицьких сайтів**. Однак треба визнати, що разом з тим у засобах комунікації КЦ поки що недостатньо добре реалізується **апологетична функція** (захисту правд віри і самої КЦ від часто неправдивих закидів з боку суспільства чи неправильного трактування її вчення).

Польська дослідниця богословського виміру католицьких медій М. Ласковська вважає, що однією з функцій власне католицьких медій є виховання до галеносфери (гр. γαλήνη – *galeno* – тиша) як одного з важливих, але водночас найменшого, елементів медіосфери [39, с. 139]. Згадані вище особливості Інтернету й справді виключають цей елемент, наголошуючи на іконосфері (образ), логосфері (слово) та соносфері (звук). Натомість КЦ закликає до гармонізації усіх сфер людського життя, відтак і її засоби комунікації, на нашу думку, покликані до **функції гармонізації дійсності**. Папа Бенедикт XVI присвятив цій функції послання «Мовчання і Слово як шлях евангелізації» на 46-ий Всесвітній день соціальної комунікації. Папа наголошує, що мовчання є інтегральною частиною комунікації, і вона лише тоді набуває значення, коли мовчання і слово доповнюють один одного [2]. «Це особливо важливо для тих, хто бере участь у ділі евангелізації: і мовчання, і слово є важливими і невід'ємними елементами діяльності Церкви в галузі засобів комунікації, щоб знову проповідувати Христа в сучасному світі [2].

Католицькі медії мають мати ще одну особливість, якою є сакральність [43], тобто мають виконувати **функцію сакралізації** (освячення) як самих засобів комунікації як знаряддя утвердження сакральних понять, так і тих, хто ці засоби творить і є їхнім користувачем.

У документах КЦ про соціальну комунікацію неодноразово наголошено про важливість воцерковленості працівників католицьких засобів комунікації, щоб вони були не лише добрими фахівцями у галузі медій, а також отримали ґрунтовне виховання, пройняте християнським духом, і були добре обізнані з католицьким вченням [30, 84–85].

**Розважальну функцію** католицькі засоби комунікації в Інтернеті реалізують через можливість перегляду католицьких фільмів, розважальних радіо- і телепередач, розміщення інтерв'ю та статей на розважального змісту. Це, скажімо, інформація про перемогу католицької монахині на італійському співочому шоу або стаття з рецептами страв до різдвяного чи великоднього столу.

Отже, можемо зробити висновки, що висунута нами гіпотеза відповідає дійсності: функції засобів комунікації КЦ в інтернеті дійсно творять ціннісно-послідовну систему. Відтак ми дослідили, що найголовнішими є: евангелізаційна функція (і її різновид – реєвангелізаційна), катехитична, комунікативна, душпастирська, функція формування, розвитку і зміцнення громадської думки, новинна, інформативно-презентаційна, ціннісно-регулятивна, культуротворча, освітня та виховна функції, а також функція гармонізації дійсності, функція сакралізації та розважальна функція.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балаклицький М. Історіографія протестантської комунікації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст: <http://www.asd.in.ua/uploads/observe.pdf>.
2. Бенедикт XVI, Папа. Мовчання і Слово як шлях євангелізації – Послання на Всесвітній день комунікації. 2012 [Електронний ресурс] / Папа Бенедикт XVI. – Режим доступу: [http://www.vatican.va/holy\\_father/benedict\\_xvi/messages/communications/documents/hf\\_ben-xvi\\_mes\\_20120124\\_46th-world-communications-day\\_en.html](http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/documents/hf_ben-xvi_mes_20120124_46th-world-communications-day_en.html).
3. Бойко А. А. Релігія в мас-медіа України : тексти лекцій / Алла Анатоліївна Бойко. – К., 2009. – 158 с.
4. Бойко А. Церковна преса: якою вона мусить бути [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1896>.
5. Гадьо Н. Передумови та особливості трансформації засобів комунікації Католицької Церкви (на прикладі «Радіо Ватикану») / Вісник Львівського університету. – Серія Журналістика. – 2013. – Вип. 38. – С. 460–469.
6. Єленський В. Прозелітизм // Людина і світ. – 1999. – №3–4. – С. 37–40.
7. Квіт С. М. Масові комунікації: підручник для студентів вищих навчальних закладів / Сергій Квіт. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
8. Керц. О. WEB-сайти римсько-католицької церкви в Україні: інформаційні ресурси, інтернет-видання [Електронний ресурс] / Ольга Керц. – Режим доступу до ст: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/nzizh/2010\\_41/Kerts.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2010_41/Kerts.pdf).
9. Козиряцька С. А. Місце та функції конфесійних Інтернет-ресурсів у медійному мейнстрімі / Світлана Козиряцька // Вісник Харківської державної академії культури. – 2012. – Вип. 38. – С. 172–180. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak\\_2012\\_38\\_22.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/hak_2012_38_22.pdf).
10. Козыряцкая С. А. Конфессиональные издания УкрНета: типологические характеристики [Текст] / С. А. Козыряцкая // Веснік БДУ. Сер. 4, Філологія. Журналістыка. Педагогіка : Навукова-тэарэтычны часопіс Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. – 2013. – № 1. – С. 78–81.
11. Крячко В. І. Активності католицької церкви в українському Інтернет-просторі: медіа-освітній та етнічний аспекти В. І. Крячко // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент : збірник наукових праць / Ред. кол. : Євтух В. Б. (гол. ред.). – Київ : Фенікс, 2013. – Вип. 14. – С. 71–84.
12. Кулик В. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. – К.: Критика, 2010.
13. Лукіна М. Всесвітня павутина / Марія Лукіна // Людина і світ. – К., 1998. – № 7. – С. 46–49.
14. Мокренчук О. Сайт церкви – не розкіш, а ефективний інструмент служіння [Електронний ресурс] / О. Мокренчук // Релігійно-інформаційна служба України. Релігія і мас-медіа. – Режим доступу: <http://theology.in.ua/ua/index/projects/masmedia/38701/>. – Назва екрана.
15. Папа Франциск: Нашим завданням є включитися у діалог сьогодення [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст: <http://popefrancis.org.ua/?p=1528>.
16. Папа – католицьким ЗМІ: Виходьте у цифровий світ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст: <http://catholicnews.org.ua/papa-katolickim-zmi-vihodte-v-cifrovij-svit>.

17. Петрушкевич М. Католицька комунікативна система/ Марія Петрушкевич // Наукові записки. Серія «Культура та соціальна комунікація» / За заг. ред. Л. В. Квасюк. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2010. – Вип. 2. – С. 106–114.
18. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 246 с.
19. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В.В. Різун. – К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
20. Рожило М. Інтернет-сайти Православної Церкви Волині як інноваційні канали релігійної комунікації // Теле- та радіожурналістика. – Львів, 2011. – Вип. 10. – С. 182–186.
21. Рожило, М. А. Новітні форми релігійної інтернет-комунікації / М. А. Рожило // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – № 2. – С. 41–43.
22. Скленар І. М. Сучасна релігійна преса України: типологія, характеристика, домінанти : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Ігор Михайлович Скленар. – Л., 2008.
23. Тонкіх І. Завдання та функції читацьких блогів на сайтах інтернет-видань «Українська правда» та «Корреспондент.net» / Науковий збірник КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2013. – Т. 53. – С. 273–278.
24. Україна увійшла в Топ-10 країн з високим рівнем розвитку інтернет-простору [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст: [http://texty.org.ua/pg/news/movchun/read/49675/Ukraina\\_uvijshla\\_v\\_Top10\\_krajin\\_z\\_vysokym](http://texty.org.ua/pg/news/movchun/read/49675/Ukraina_uvijshla_v_Top10_krajin_z_vysokym).
25. Українська секція Радіо Ватикан святкує 70-літній ювілей [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ст: <http://risu.org.ua/ua/index/exclusive/reportage/35038>.
26. Урина Н. В. Церковь online: вечное и виртуальное [Електронний ресурс] / Наталья Урина. – Режим доступу до ст: <http://mediascope.ru/node/132>.
27. Филипович Л. Сучасна релігійна ситуація й український Інтернет / Л. Филипович // Релігійна свобода: мас-медіа, школа і церква як суспільні фактори утвердження: науковий щорічник / [за заг. ред. д. філос. н. А. Колодного]. – К., 2001. – № 5. – 177 с.
28. Филипчук С. В. Інформаційна політика українських християнських церков [Електронний ресурс] / Світлана Филипчук. – Режим доступу до ст: <http://naub.oa.edu.ua/2009/informatsijna-polityka-ukrajinskyhhrystyanskyh-tserkov/#respond>.
29. Франциск, Папа. Комунікація на служінні справжній культурі зустрічі – Послання на 48-ий Всесвітній день суспільних комунікацій. 2014 [Електронний ресурс] / Папа Франциск. – Режим доступу до ст: <http://catholicnews.org.ua/poslannya-papi-franciska-na-48-iy-vsesvitniy-den-suspilnih-komunikacij>.
30. Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа / [упорядник і наук. ред. М. Перун]. – Львів: Видавництво Українського Католицького Університету, 2004.
31. Чабаненко М. В. Особливості та загальні тенденції становлення і розвитку мережевих ЗМІ / Мирослава Чабаненко // Вісник Київського міжнародного університету (журналістика, медіалінгвістика, кінотелемистецтво) : Зб. наук. ст. / К. : КиМУ, 2008. – Вип. 7. – С. 193-200.



32. Юраш А. В. Католицька концепція журналістики // Вісн. Львів, ун-ту. Сер.: Журналістика. – 1997. – Вип. 20: Українська журналістика: історія і сучасність. – С. 25–30.
33. Юраш А. Українська церква у контексті сучасних політично-конфесійних комунікативних процесів (історико-політологічний аспект): Дисертація канд. політ. наук. 23.00.01. – теорія та історія політологічної науки/ Андрій Юраш. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 1996. – 245 с.
34. Юраш А. Релігійнознавчі аспекти поняття «канонічна територія» Доповідь на семінарі «Україна: чия канонічна територія?» [http://irs.ucu.edu.ua/wp-content/uploads/2010/08/canonochna\\_terytoria.pdf](http://irs.ucu.edu.ua/wp-content/uploads/2010/08/canonochna_terytoria.pdf)
35. CBOS: Polacy a religijne strony internetowe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gosc.pl/doc/2035665.CBOS-Polacy-a-religijne-strony-internetowe>.
36. Jeleśniański M., Definicja dziennikarstwa internetowego [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eredaktor.pl/teoria/definicja-dziennikarstwa-internetowego-final/>
37. Koziowska A. Oddziaływanie mass mediów. Warszawa, 2006, 225 s.
38. Kudra A. News jako funkcja. «Folia Litteraria Polonica» 13 (2010), s. 399–404.
39. Laskowska M. Teologiczne podstawy wychowania do galenosfery «Paedagogia Christiana» 2(2009), s. 139–150.
40. Лера, Вр. Mediów katolickich misja specjalna [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ekai.pl/biblioteka/dokumenty/x1133/wyklad-bp-adama-leru-pt-mediow-katolickich-misja-specjalna/?print=1 3/3](http://ekai.pl/biblioteka/dokumenty/x1133/wyklad-bp-adama-leru-pt-mediow-katolickich-misja-specjalna/?print=1%2F3).
41. Olszański L., Dziennikarstwo internetowe, Warszawa 2006, s. 78.
42. Robak M., Dziennikarstwo internetowe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.waw.org.pl/internet\\_skrypt.pdf](http://www.waw.org.pl/internet_skrypt.pdf).
43. Sapeta J. Prasa i media katolickie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZS/parzych\\_prmedia.html](http://www.opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZS/parzych_prmedia.html).
44. Trobisz K. Mass media: opis zjawiska i główne funkcje [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.wosnastopocent.pl](http://www.wosnastopocent.pl).
45. The Church and Internet – Документ Папської ради у справах соціальної комунікації. 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_it.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_it.html)

## THE NEW NEW OPPORTUNITIES AND THE FUNCTIONS OF CATHOLIC MEANS OF COMMUNICATION ON THE INTERNET

**Nataliya Gado**

*Ivan Franko National University of Lviv  
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine,  
e-mail: natalia\_gado@yahoo.com*

This article explores the main functions of the Internet catholic media in terms of the new opportunities that they have online.

*Key words:* the function, the Internet, the Catholic Church, communication, virtualization.

## НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ФУНКЦИИ КАТОЛИЧЕСКИХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ

**Наталья Гадьо**

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львов, Украина  
e-mail: natalia\_gado@yahoo.com*

В статье исследованы главные функции интернет-медий Католической Церкви с точки зрения новых возможностей, которые они имеют в Интернете.

*Ключевые слова:* функции, Интернет, Католическая Церковь, коммуникация, виртуализация.