

УДК 316.77:2

**Марія Петрушкевич****ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУЮВАННЯ МАСОВОЇ РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ:  
РЕЛІГІЙНЕ РАДІО**

*Радіо є потужним засобом масової комунікації як світської, так і релігійної. Воно конструє релігійну комунікацію ґрунтуючись на продовженні традиції інтимного, приватного спілкування у якому присутні елементи канонічної релігійної комунікації, містично-сакрального, екзистенційного зв'язку. Особливість використання радіо в релігійній комунікації пов'язана і з масовим характером цього медіа, воно є механізмом культурної гегемонії, несилового способу маніпуляції.*

**Ключові слова:** радіо, мас-медіа, релігійна комунікації, гегемонія, масова культура.

**Maria Petrushkevych****DESIGN PECULIARITIES OF RELIGIOUS MASS COMMUNICATION: RELIGIOUS RADIO**

*Radio is a marker of popular culture. For certain time it set the pace of mass culture development, defined its borders until the rapid spread of television and the Internet. On radio's basis new media culture began to develop, feature of which is to target new semantic basis for communication that does not alter the traditional forms of communication, but rather encourages the development of new communication paradigm. Radio can be interpreted as a means of communication that becomes a message.*

*Radio made a cardinal revolution in communicative sphere. During its development, it is actively used if necessary in the mass influence and mass communication. The mass nature of religious radio is a clear marker of its activities. It provides a broad audience and significant thematic volume (mainly within religious communication).*

*A landmark feature of religious radio is narrow specialization (unlike TV), for radio stations notion of niche is very important. Radio generally more focused on certain target audience than other media. Privacy is a special distinction of radio. Being individualized media, radio is able to convert religious individualism to collectivism (using McLuhan's semantic unit – retribalized humanity).*

*Although radio is focused on private, personal communication, it is the means of mass impact, of cultural hegemony. In the field of this religious media thoughts and feelings seem ready for perception. The word is not that pronounced, but that is listened to. The word becomes not pronounced, but what you are listened to.*

*Radio in religious mass communication, on the one hand, continues the tradition of intimate, private communication; on the other – promotes mass culture and hegemony of the media.*

**Keywords:** radio, media, religious communication hegemony, mass culture.

**Марія Петрушкевич****ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ МАССОВОЙ РЕЛИГИОЗНОЙ КОММУНИКАЦИИ:  
РЕЛИГИОЗНОЕ РАДИО**

*Радіо являється потужним засобом масової комунікації як світської, так і релігійної. Оно конструє релігійну комунікацію, ґрунтуючись на продовженні традиції інтимного, личного общення, в котором присутствуют элементы канонической релігійної комунікації, містично-сакральної, екзистенційної зв'язку. Особливість використання радіо в релігійній комунікації зв'язана і з масовим характером цього медіа, оно являється механізмом культурної гегемонії, несилового способу маніпуляції.*

**Ключевые слова:** радио, масс-медиа, религиозная коммуникации, гегемония, массовая культура.

Радіо, безперечно, є маркером масової культури, навіть більше – воно певний час задавало темп її розвитку, окреслювало межі до стрімкого поширення телебачення та Інтернету. На його основі активно почала розвиватися медіа-культура, особливість якої полягає в орієнтуванні на нову смислову основу комунікації, яка не скасовує традиційні форми спілкування, а навпаки стимулює розвиток нової комунікативної парадигми.

Ця аудіовізуальна культура має дуже особливі стосунки із носіями традиційних цінностей, а також по-особливому входить у поле релігійної комунікації. Церква є доволі традиційним інститутом суспільства, розвивається за інерцією і змінюється повільно. Основа церковної традиції – усний переказ і книжковий канон. А територія мас-медіа лежить за межами будь-якої традиції, виходить за межі тексту в реальне повсякденне життя посередньої людини [16].

Жодна релігія чи церковна організація не можуть довго перебувати (або ігнорувати) поза тенденціями у сфері масових комунікацій, бо за такої ситуації випадають за смислові межі сьогодення. Тому

очільники церков, релігійні лідери намагаються чітко представити позиції своєї церкви щодо розвитку мас-медіа і їх місця в релігійній комунікації.

Радіо, безперечно, зробило кардинальний переворот у комунікативній сфері. Протягом свого розвитку воно активно використовувалося (як і до сьогодні використовується) в разі потреби в масовому впливі та масовій комунікації. Є достатньо наукових досліджень цього мас-медіа, що свідчить про важливість та безперечну потребу в аналітичному осмисленні результатів впливу радіо на свою аудиторію.

До досліджень радіомовлення належать праці Дж. Брауна, Л. Гейдж, М. Голядкіна, О. Гояна, О. Гриценка, Т. Кийта, У. Коула, В. Лизанчука, Д. Любосветова, В. Мариновича, А. Музирі, В. Смирнова, В. Хелемендика, В. Цвіка, А. Шереля [8, с. 27].

Безперечно, у будь-якому випадку радіо можна трактувати як засіб комунікації, що стає повідомленням (за М. Маклюеном). А це означає, що особистісні та соціальні наслідки такого засобу комунікації – тобто будь-якого нашого розширення ззовні – випливають із нового масштабу, спричиненого кожним таким розширенням, або новою технологією, у наші справи [7, с. 9].

У М. Маклюена вплив радіо зовсім не залежить від його програмного наповнення, тому і релігійне, і світське радіо діє однаково. Радіо є гарячим засобом комунікації. Воно забезпечує прискорення інформації, що викликає, у свою чергу, прискорення в інших засобах. Воно виразно стискає світ до розмірів села. Але в той час як радіо стискає світ до сільських параметрів, воно не викликає гомогенізації сільських кварталів [7, с. 349].

Тобто національний, етнічний елемент у цьому мас-медіа безперечно наявний. Щодо цього можна говорити і про традицію – це відчуття всього минулого як присутнього зараз. Її пробудження є природним результатом впливу радіо і взагалі електричної інформації. Радіо повернуло до життя стародавній досвід родових павутин глибокого племінного залучення [7, с. 343].

Наприклад, на таких традиціоналістських засадах в Україні діє протестантське радіо «Голос надії», яке себе позиціонує як просвітницьке, музичне медіа, головною метою якого є виховання висококультурного та духовного громадянина в душі любові до своєї сім'ї, країни, релігійної та національної терпимості. Тут стверджуються традиційні родинні цінності, духовне виховання, соціальна гармонія та здоровий спосіб життя. Основна мета «Голосу надії» в проблемно-тематичному контексті – підтримка сімейних цінностей, патріотичне виховання дітей, духовне та культурне відродження наших співвітчизників, задоволення найглибших емоційних потреб особистості та емоційне відновлення [12].

Ці завдання радіо «Голос надії» реалізує через духовні, науково-просвітницькі, пізнавальні, соціальні, дитячі, музичні, сімейні програми та програми про здоров'я.

Інший приклад оприявлення міфологічного, навіть племінного є діяльність неорелігійного радіо «Вікторія Ра», яке належить Великому білому братству ЮСМАЛЮС (хоча сам цей синтетичний напрям не є суто українським, проте з Україною він пов'язаний через його головного агента Вікторію Преображенську (Марію Цвигун), яка вела релігійну діяльність в Україні, а також через поширення діяльності своїх мас-медіа на українській території). Особливість його діяльності – у переважанні естетико-містичної комунікації, що має синтетичну релігійну основу. Зокрема в анонсуванні цього радіо зазначається, що тут «є унікальна можливість почути у виконанні Вікторії Преображенської її Поезію, Пісні, Науково-Теософські Роботи та Музично-Театралізовані Містерії. Обертон голосу Вікторії Преображенської несе досконалу гармонію і вібрацію чистоти, переповнившись якими, слухач зможе відкрити для себе незвідані світи Вселенської Космічної Реальності» [10]. Хоча тут використовується форма мас-медіа, але смислове наповнення є суто традиційно-містичним, орієнтованим на міфологічну свідомість, та подієву сакральність.

Поряд із тим *масовий характер релігійного радіо* є чітким маркером його діяльності. Він забезпечується, найперше, широкою аудиторією та значним тематичним об'ємом (зрозуміло, переважно в межах релігійної комунікації). Так, екуменічне радіо «Воскресіння» (яке почало діяти в Україні з 1989 року і фактично орієнтується на УГКЦ) представляє себе як «християнський радіоголос серед багатьох, що зберігає першість щодо тематики радіоматеріалів. Програми розраховані на слухачів різних вікових та соціальних категорій, віросповідань та суспільних груп. Це – репортажі та інтерв'ю про непересічні події в Українських Церквах, радіопроповіді священників та виступи єпископів різних конфесій, розповіді про візантійський та латинський церковні обряди, радіоверсії сучасних богословських праць, знайомство з літургичним роком, розповіді про мистецтво іконопису, сакральну архітектуру, церковний спів та музику. У редакційному доробку радіо «Воскресіння» – художнє читання популярної та класичної християнської літератури, повчань, повістей та дитячих казок вітчизняних і зарубіжних християнських авторів зі світовими іменами» [11].

Масовістю аудиторії вирізняється також католицьке «Радіо Марія» щоденна аудиторія якого складає близько 50 тис. слухачів. Це радіо веде мовлення також в Інтернеті ([www.radiomaria.org.ua](http://www.radiomaria.org.ua)). Фактично «Радіо Марія» – всесвітня родина католицьких радіостанцій, що об'єднані у всесвітню мережу більше, ніж у 70 країнах світу на всіх континентах. В Україні це радіо почало мовлення 2010 року в м. Києві. На початку в ефірі звучала лише музика, згодом почали з'являтися окремі програми, насамперед, молитовні трансляції. На сьогоднішній день «Радіо Марія» є цілодобовим. Це радіо має хвилі у Вінницькій, Рівненській, Хмельницькій, Житомирській та Волинській областях [14].

Хоча б якою великою не була аудиторія радіо, незалежно від того світське воно чи релігійне, його знаковою рисою є вузька спеціалізація (на відміну від телебачення). Зараз для радіостанцій актуальним є поняття нішевості. Радіо в цілому більше орієнтоване на визначену цільову аудиторію, ніж інші медіа. Життєздатність вузьких форматів на радіо пояснюється тим, що цей медіа-носіє найбільш доступний та близький до споживача в порівнянні з іншими, за винятком Інтернету. Радіостанція створює своєрідний ефект «камерності», що дозволяє спілкуватися із слухачем на хвилі довіри [3, с. 132].

Навіть самі релігійні радіостанції чітко себе позиціонують не лише як конфесійно спрямовані, але часто й протиставлені світській масовій комунікації. Існує ціла низка наукових робіт, у яких вузько канонічні уявлення про діяльність та призначення мас-медіа досить кардинально відрізняються від позаконфесійних. Так, М. Пейтер, використовуючи схему комунікації Г. Ласвелла, наполягає на принциповій відмінності християнської комунікації від світської та твердить: «Християнам не слід віддавати журналістику на служіння миру, вони повинні мати свою... ми... можемо і повинні говорити не по-мирськи, освітлюючи події навколишнього світу» [9]. Християнську комунікацію, за М. Пейтером, характеризує участь бога у процесі спілкування мовника та аудиторії. Основою християнської журналістики є біблійна інтерпретація фактів. Вона передбачає духовне відродження слухача; мета християнського радіомовлення: невіруючого привести до Бога, для віруючого – поглибити стосунки з ним. Слухач повинен вирішити або на користь вічного життя, або проти нього. Автор визнає, що засоби масової інформації не тільки звертаються до аудиторії, але й створюють її. Діалог з аудиторією повинен будуватися на пошуку спільних інтересів, із яких універсальними є екзистенційна невдоволеність, відчуття внутрішньої порожнечі, самотності, вини, страх смерті. Апеляція до цих потреб може компенсувати нестачу знань про аудиторію [1, с. 20].

Уже згадуване католицьке «Радіо Марія» зазначає, що має виключно християнське мовлення. Тут усі програми можна поділити на три великі формати. Перший: майже третину ефіру складають молитовні програми (Літургія годин, Розарій, св. Літургія). Другий: інша третина ефіру належить катехизації та навчанню церкви. Щодня на прями ефіри запрошують священників, які викладають основи віри та відповідають на питання слухачів. Третій: програми соціального спрямування, що покликані давати відповіді на щоденні життєві питання слухачів. Тематика цих програм є різною – від психології та педагогіки до екологічних проблем сучасності. «Радіо Марія» не має у своєму ефірі комерційної реклами та політичної агітації [14].

Вузькою спеціалізацією мовлення характеризується також і міжнародне російськомовне «Веда-радіо» (<http://vedaradio.fm>) на якому під час щоденних ефірів транслюються цитати з ведичної літератури в рубриці «Мудрість дня». Тут можна назвати і два ісламських радіо «Mplus» (<http://islam.net.ua/online-radio-mplus-fm>) – із читанням «Корану» та азаном до намазу і міжнародне радіо «Quran24» (<http://quran24.fm/>), ефір якого повністю присвячений читанню «Корану». Потрібно додати, що ці ісламські медіа-ресурси – українського виробництва.

Говорячи про характеристики релігійного радіо, як засобу масової комунікації, необхідно обов'язково наголосити на функціональному, дієвому зв'язку між різними видами мас-медіа. Тут можна говорити про зв'язок радіо із телебаченням, Інтернетом, пресою. Прикладом такого зв'язку є діяльність Islamic media (заснованого в 2013 році) при Духовному управлінні мусульман України, що займається виробництвом і просуванням просвітницької мультимедійної продукції. Islamic Media є засновником різноманітних проектів, покликаних поширювати інформацію про іслам актуальними і доступними на сьогоднішній день засобами [5, с. 2].

Одним із численних впливів, який зробило на радіо телебачення, стало перетворення його з розважального засобу комунікації у свого роду нервову інформаційну систему. Випуски новин, сигнали точного часу, інформація про ситуацію на дорогах і, насамперед, прогнози погоди служать підвищеною здатністю радіо залучати людей до життя один одного [7, с. 340], зазначає М. Маклюєн.

З Інтернетом радіо пов'язане через Інтернет-радіо або веб-радіо – це радіостанція, що використовує для транслювання технологію потокового мовлення в Інтернеті. На відміну від періодики, що легко інтегрується в Інтернет, радіомовлення належить до нетекстових мас-медіа, тому найголовнішою технічною проблемою є власне передача змісту повідомлення. Тут для формування успішного

радіомовлення потрібна наявність веб-сайту, який би дав змогу використовувати такі властивості гіпертексту, як наявність електронного архіву, напрями пошуку, забезпечення зворотного зв'язку [8, с. 27–28].

Прикладом такого засобу зв'язку в українському полі релігійної масової комунікації є католицьке «Радіо Марія», радіо «Вікторія Ра», протестантське радіо «Голос надії», православне радіо Свято-Троїцького Іонинського монастиря «Покров», міжнародне ведичне радіо «Веда-радіо» (яке пропонує можливість прослуховування прямих ефірів у записі), Інтернет-радіо на Ісламському інформаційному порталі Islam.net.ua «Mplus» (основні передачі: «Сім'я в ісламі», «Уроки муфтія України», «Подорож країнами», «Читання Корану», «Східна медицина», «Ритуали ісламу», «Азан» та ін.), ісламське радіо «Quran24» та ін.

Має радіо зв'язок і з писаною (точніше друкованою) комунікацією. Наприклад, редакція київської студії протестантського «Трансвітового радіо» видає щоквартальний журнал «Антенa», у якому публікує друковані варіанти радіопрограм, інтерв'ю з ведучими та новини християнського радіомовлення [15]. Особливість цього радіо і в тому, що воно двомовне: з 2008 року в ефір виходять 16 передач українською і російською мовами, які готують київська і харківська студії [15].

Особливою відзнакою радіо є його *приватний характер*. На більшість людей радіо впливає інтимно, віч-на-віч, пропонуючи світ комунікації між мовцем і слухачем. Це безпосередній аспект радіо, приватний досвід [7, с. 341].

У радіо, як і в інших засобів масових комунікацій, є свої секрети, своя магія. Воно приходить до слухача наочно, «з приватною та інтимною прямою взаємину». У нього є магічна здатність торкатися до далекого і забутого через історичний або літературний текст; воно розширює сприйняття сучасного світу. Будучи потужним фактором аудіальної культури, радіо... змагається з писемною культурою і природою самої людської мови [6, с. 99].

Підпорогові глибини радіо заряджені резонуючими відголосками племінних горнів і стародавніх барабанів. Це закладено в самій природі такого засобу, що володіє здатністю перетворювати душу і суспільство в єдину ехокамеру [7, с. 342], пише М. Маклюен.

Приватність цього мас-медіа пов'язана і з тим, що «у радіо, як і у будь-якого іншого засобу комунікації, є свій плащ-невидимка. Воно приходить до нас відчутно, з приватною та інтимною прямою безпосередніх взаємин, в той час як більш важливий факт полягає в тому, що воно насправді є підпороговою ехокамерою магічної здатності торкатися до далеких і забутих гармоній. Радіо навіть ще більше, ніж телефон або телеграф, є розширенням центральної нервової системи, змагатися з яким може тільки сама людська мова. Чи не варто нам тоді поміркувати над тим, що радіо має бути особливо співзвучне цьому найпростішому розширенню нашої центральної нервової системи, цьому аборигенному засобу масової комунікації, яким є рідна мова?» [7, с. 345] – запитує М. Маклюен.

Радіо, що було колись формою групового прослуховування, що спустошило церкви, з появою телебачення знову повернулося в приватне та індивідуальне користування [7, с. 350]. Недаремно релігійні діячі в Україні закликають до того, що християнські мас-медіа повинні зберігати особистісну спрямованість, підводити людей до глибоких і особистісних стосунків [16].

Таким чином, ми можемо говорити про парадоксальну ситуацію. З одного боку, радіо орієнтоване на приватну, особистісну комунікацію, а з іншого, це ж *радіо є засобом масового впливу, культурної гегемонії*. Ця гегемонія пов'язана із тим, що після Першої світової війни радіо мало значний вплив. Його контролював уряд, воно було централізоване, з широкою слухачською аудиторією, орієнтоване на традиційні погляди. Радіо було авторитетним, давало людям знання. Ситуація залишалася такою до 50 – 60 років минулого століття [2, с. 13].

У зв'язку із такою ситуацією М. Маклюен зазначав: якщо держава монополізує радіо, то за допомогою простого повторення і виключення протилежних точок зору воно може визначати думки населення. Про те, як реально працює цей монополістичний ефект, відомо не так багато, але важливо відзначити його винятковість. Здатність радіо глибоко залучати людей проявляється у використанні його молодими людьми під час роботи вдома, а також багатьма іншими, що носять із собою транзисторні приймачі, щоб створити для себе приватний світ у гущі натовпу [7, с. 340]. Фактично за півстоліття нічого не змінилося – це доказ того, що радіо реально може створити інформаційну стіну, відгородити від інших. У такій ситуації воно є фоном.

У полі дії цього мас-медіа думки і почуття представляються напрокат, уже готовими для сприйняття. Слово стало вже не тим, що вимовляється, а тим, що слухається. Все це зводиться до того, що людина стає слухняним недіездатним підопічним. Кінцевий ефект такий: виникає тип людини-слухача, який сам не говорить, бо йому нічого сказати, він слухає і стає слухняним – зазначає австрійський філософ Андерс Гюнтер [4].



Гегемонія пов'язана і з характеристикою радіо як формою для фіксації нашого спільного усвідомлення абсолютно нового світу – світу загальної людської участі у всіх людських подіях, приватних і колективних [7, с. 346]. Таким чином, будучи індивідуалізованим мас-медіа, радіо здатне перетворювати індивідуалізм у колективізм (використовуючи смисловий апарат М. Маклюєна – детрайбалізувати людство).

Проте, зрозуміло, що в релігійному радіомовленні гегемонія здійснюється найперше через форму цього засобу комунікації. Також як способи здійснення гегемонії мас-медіа можна маркувати і ті завдання, які ставлять перед собою релігійні радіостанції. Наприклад, єпархіальне радіо УГКЦ «Дзвони», яке діє з 1996 року і має власну хвилю та щоденний цілодобовий ефір, описуючи свої завдання пов'язує їх із несиловим способом маніпуляції: «Давати опис світових подій, щоб відображати сучасну реальність та коментувати події, шукаючи їх розв'язок із християнської точки зору; залучати до радіопрограм спеціалістів, щоб вони ознайомили слухачів з актуальними проблемами сучасності, а також давали католицький погляд на специфічні сфери життя; піднімати культурний рівень населення через пізнання творів мистецтва та літератури (музичні програми, літературні читання, вислови видатних митців); інформувати про життя і події церкви у світі та Україні» [Радіо «Дзвони»]. Головним у цих завданнях є інтерпретація з ідеологічних позицій.

Механізми маніпуляції в цьому мас-медіа можуть бути й іншими. Наприклад, ведичне російськомовне радіо «Yoga Radio» (<http://yogaradio.fm/>), яке орієнтоване на російську та українську аудиторію, послуговується музичним форматом у поєднанні із лекціями, які орієнтують на ведичну культуру.

У зв'язку із цим показовою є думка А. Гюнтера про те, що «радіослухачі розмовляють один з одним лише зрідка. Апарати вкрали у нас здатність формулювати свої думки, вміння та любов до правильного висловлювання своїх почуттів» [4]. Фактично радіо не могло не надати людському існуванню певні екстраординарні нові форми, вважає М. Маклюєн [7, с. 345].

Мас-медіа не тільки відображають світогляд, а із зміцненням свого панування несуть кризу людського спілкування. Майбутнє сучасного суспільства і стабільність його внутрішнього життя залежать значною мірою від збереження рівноваги між міццю технічних засобів комунікації і здатністю людини до індивідуальної реакції, кожен засіб комунікації, крім усього іншого, – це ще й потужна зброя нападу на інші засоби комунікації та інші групи [7, с. 25], вважає М. Маклюєн.

Таким чином, радіо у сфері релігійної масової комунікації, з одного боку, продовжує традицію інтимного, приватного спілкування; а з іншого, – сприяє масовізації та гегемонії мас-медіа. Воно, маючи масовий характер, як технічний засіб комунікації, одночасно наділене національним характером та вузькою спеціалізацією, має приватний характер.

### Література:

1. Балаклицький М. Медіатизація протестантизму в Україні 1991 – 2010 років : монографія / М. Балаклицький. – Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2011. – 379 с.
2. Благовістя у цифрову епоху. Фрагменти виступу доктора Йорга Дехерта (Німеччина) на Щорічній партнерській конференції ТСР у Братиславі // Антена. Ми говоримо про Бога. – №2, 2010. – С. 12 – 15. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://twr-ua.org/wp-content/uploads/2014/06/0023-antena\\_2-2010.pdf](http://twr-ua.org/wp-content/uploads/2014/06/0023-antena_2-2010.pdf).
3. Головлева Е. А. Массовые коммуникации и медиапланирование : Учебное пособие. – М. : Академический Проект ; Деловая книга, 2009. – 352 с.
4. Гюнтер Андерс Мир как фантом и матрица. Философские размышления о радиовещании и телевидении // Искусство кино №2, февраль 2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kinoart.ru/archive/2005/02/n2-article11>.
5. Заява на участь у Конференції громадських об'єднань та асоціацій для обрання члена Наглядової ради НСТУ. – С. 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nrada.gov.ua/userfiles/file/2015/Zaiavy\(77\).pdf](http://nrada.gov.ua/userfiles/file/2015/Zaiavy(77).pdf).
6. Киррилова Н. Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну. – М. : Академический Проект, 2006. – 448 с.
7. Маклюэн Г. М. Понимание медиа : Внешнее расширение человека. – М. : Жуковский : «Канон\_пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
8. Пацан О. В. Радіомовлення у глобальній мережі Інтернет // Інформаційне суспільство : науковий журнал / голова редколегії В. В. Різун, гол. ред. В. Ф. Іванов ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2009. – № 9. – С. 27–28.
9. Пейтер М. Сущность христианского радиовещания: Дипломная работа на соискание ученого звания бакалавр богословия / М. Пейтер. – Одесса : Одесская богословская семинария евангельских христиан-баптистов, 1995. – 57 с.
10. Радіо «Вікторія РА» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://victoriara.com/modules.php?name=News&file=topics&topic=15>.
11. Радіо «Воскресіння» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.r.lviv.ua/>.
12. Радіо «Голос Надії» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://radio.hope.ua/>.
13. Радіо «Дзвони» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dzvony.org.ua/>.

14. Радіо Марія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://radiomaria.org.ua/>.
15. Трансвітове радіо [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://twr-ua.org/>.
16. Черенков М. Християнское свидетельство в мире Интернет-СМИ : инновации и традиции, исторический рубеж // Релігійно-інформаційна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/38933/>.

***Рецензент** – кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії і політології Хмельницького національного університету **Мудраков Віталій***