

Світлана Филипчук

ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНСЬКИХ ХРИСТІЯНСЬКИХ ЦЕРКОВ

У статті аналізується богословська позиція церкви щодо інформаційної політики.

Ключові слова: православні, греко-католики, протестанти, інформаційна політика, богословська позиція, соціальна концепція.

Информационная политика украинских христианских церквей

В статье анализируется богословская позиция об информационной политике Церкви.

Ключевые слова: православные, греко-католики, протестанты, информационная политика, богословская позиция, социальная концепция.

Informative policy of the Ukrainian christian churches

The theological attitude towards data polici in the church has been analysed in the article.

Keywords: Orthodoxy, greco-catholic, protestants, informative policy, theological position, social conception.

Сучасна інформаційна епоха змінює суспільства, держави, ідеології, культури. Вона ж витворила і нову людину – homo comunciens. Основну роль у передачі та наданні інформації відіграють ЗМІ. Ці обставини активізують богословську рефлексію церкви у плані вироблення бачення інформаційної політики та використання медіа-ресурсу для виконання власної місії.

Інтерпретація та напрацювання церковної позиції щодо спектру проблем, пов'язаних із трансформацією сучасної людини і суспільства під впливом мас-медіа, а також використання самою церквою потенціалу ЗМІ для власної діяльності та донесення своїх ідей до суспільства у релігієзнавчій науці ще вивчена недостатньо. Так, до цієї проблеми у своїх статтях зверталися такі вчені, як А. Колодний, В. Климов, М. Новиченко, В. Карпенко,

М. Перун, Л. Филипович. У працях зазначених авторів ідеться про свободу совісті для і в мас-медіа, законодавче регулювання цієї сфери, досліджується національний інформаційний простір у контексті єдності церкви і єдності нації, показується інтерпретація новітніх релігійних течій у медіа, аналізується конфесійна позиція щодо проблеми тощо.

Метою статті є висвітлення інформаційної політики українських християнських церков та богословський погляд на проблеми, пов'язані з розвитком інформаційного суспільства та ЗМІ.

Богословську позицію українських християнських церков розглядатимемо за конфесійним принципом, тобто покажемо православні, греко-католицький та протестантські підходи до вирішення зазначеної проблеми.

УПЦ МП керується у своєму церковному та суспільному бутті “Основами соціальної концепції РПЦ”, прийнятими в 2000 р. У цьому документі є розділ XV “Церква і світські засоби масової інформації”. Так, у ньому наголошується на особливій ролі ЗМІ у сучасному світі, які покликані повідомляти людям інформацію. Проте церква, наголошуючи для журналістів на важливості дотримання принципу об'єктивності в подачі інформації, особливо виокремлює турботу медіа про моральний стан особистості і суспільства, що обов'язково повинно містити розкриття позитивних ідеалів, а також боротьбу із поширенням зла, гріха і насиллям, ворожнечею та різною нетерпимістю в медіа-просторі. Відтак ЗМІ несуть відповідальність за виховання людей, особливо молоді [7].

УПЦ МП говорить, що церква в контексті просвітницької і суспільно-миротворчої місії повинна співпрацювати зі світськими ЗМІ. Характер цієї роботи залежатиме від позиції священноначала щодо того чи іншого медіа, а також позиції самого ЗМІ щодо віри, моральності та церкви.

Разом із тим, церква може засновувати власні газети, телеканали тощо для виконання своєї місії. В Україні УПЦ МП має такі друковані ЗМІ: “Православна газета”, “Голос православ'я”, “Мир”, “Спасите наши души!”, журнали “Православний вісник”, “Фома”, “Отрок”, інтернет сторінки інформаційного та апологетичного характеру, телеканал “Глас”, “Киевская Русь” тощо. Ці медіа переважно двомовні або ж російськомовні, змістовне наповнення – це офіційні документи церкви, пастирські послання, інформація про діяльність церкви в суспільно-релігійному житті

України, а також апологетика позиції власної конфесії і захист її від інших християнських церков та новітніх релігійних рухів.

УПЦ КП також має розроблені соціальні документи, що є керівництвом до дії в інформаційній сфері. Так, у Декларації ювілейного помісного собору у розділі XII “Церква і ЗМІ” зазначається: “Телебачення, радіо, інтернет, газети, журнали, книги та всяке інше друковане слово покликані забезпечувати широкі верстви населення інформацією про все, що відбувається у світі, орієнтуючи людей у складних обставинах сьогодення” [4].

Церква наголошує, що “медівники” повинні “пам’ятати про свою відповідальність перед Богом. Церква закликає працівників ЗМІ керуватися у своїй діяльності вічними духовними цінностями і не сприяти розповсюдженню неправди і гріха та всякого зла” [4]. Проте зауважмо, що сучасна українська релігійність чітко розмежовує світську і церковну сфери і ставиться до церкви радше як до етичної, культурної вартості, тому, на нашу думку, подібні заклики УПЦ КП мало дієві.

У розділі XIII “Проблема глобалізації” УПЦ КП констатує, що в культурно-інформаційній сфері глобалізація зумовлена розвитком технологій, за допомогою яких інформація дуже швидко розповсюджується. Йдеться, перш за все, про Інтернет. Внаслідок глобалізації зароджується єдина, на думку церкви, бездуховна культура, яка ґрунтується на розумінні свободи гріховною людиною, яка уявляє себе мірилом істини. Відтак богословська позиція церкви застерігає, що такий розвиток глобалізації може призвести до катастрофічних наслідків [3].

УПЦ КП підпорядковано понад 20 видань, за її ж повідомленням. Із них належний рівень мають лише два центральні видання – газета “Голос православ’я” та журнал “Інформаційний бюлетень УПЦ КП”. Там переважають новини, офіційні матеріали та критичні статті щодо інших конфесій, насамперед УПЦ МП; також трапляються матеріали соціального змісту. Інформаційний бюлетень складається з офіційних повідомлень, інформації про діяльність Предстоятеля УПЦ КП патріарха Філарета та дайджесту статей інших видань. Цікаву газету видає Коломийська єпархія УПЦ КП – “Лоза виноградна”, в якій чимало матеріалів про життя інших конфесій та статей православних і католицьких авторів. “Голос православ’я” виходить двічі на місяць, присутній в Інтернеті і його можна передплатити (наклад 36 тис.). Цікавим у змістовному плані є апологетичний журнал “Меч духовний”

та духовно-просвітницький журнал для молоді “Агнець”, який в своїх матеріалах порушує актуальні для молодіжного середовища теми. Всі газети і журнали україномовні, за винятком “Інформаційного бюлетеня”, в якому трапляються російськомовні статті, передруковані з інших видань [1].

Найбільш широко та ґрунтовно представлена богословська розробка всього спектру проблем, пов’язаних з інформаційним суспільством та інформаційною політикою церкви, в РКЦ, а відтак і в УГКЦ. Так, з нагоди Всесвітнього дня комунікації у Посланні Папа Іван Павло II дає такий богословський висновок: “Світ соціальної комунікації переживає сьогодні приголомшливий і неймовірно складний розвиток, кінцеві наслідки якого годі передбачити. І в цій непростій царині ми стикаємося з чималими проблемами, пов’язаними зі створенням нового світового ладу, заснованого на інформації та зв’язкові... Йдеться про революцію, яка спричиняє не тільки зміни в системах та технологіях комунікації, а й зачіпає весь культурний, суспільний і духовний світ людини. Відповідно, ця революція не може розвиватися тільки за своїми питомими законами, а повинна брати свої головні критерії з людської правди та правди про людину, створену на подобу Божу” [Цит. За: 8, с. 11].

Католицька церква в ситуації інформаційної революції особливо увагу звертає на використання потенціалу ЗМІ для донесення своєї позиції до суспільства та власної проповіді. Так, у Душпастирській інструкції Папської ради у справах соціальної комунікації “*Communio et Progressio*” (п. 125) зазначається: “Засоби масової комунікації... дають можливість Церкві відкрити себе сучасному світові. Вони сприяють діалогові в самій Церкві. Вони допомагають церкві пізнати погляди і життєві настанови сучасників. Адже Господь велів церкві проголошувати спасіння тією мовою, яку люди розуміють, і не стоять осторонь тих справ, що найбільше їх непокоять” [11, с. 122]. Відтак окрім таких традиційних засобів церкви, як літургія, катехиза, свідчення побожним християнським життям тощо, для справ євангелізації та катехізації важливо залучати і медіа-ресурс, адже “Церква завинила б перед своїм Господом, якби не скористалася б цими могутніми засобами..., які можуть і повинні стати знаряддям церковної програми повторної та нової євангелізації в сучасному світі” [10, с. 148].

У контексті використання медіа для своєї місії римокатолицька богословська позиція розроблена надзвичайно до-

бре. Так, після II Ватиканського собору церква отримала детальні вказівки щодо своєї присутності та використання засобів друкованих медіа, телебачення, радіо, кіно, інтернету тощо. Наведемо лише назви цих документів, адже детальний їх аналіз виходитиме за межі нашої статті: Декрет Другого ватиканського собору про засоби соціальної комунікації (1963) “*Inter Mirifica*” (“З-поміж дивовиж”), документ Папської ради у справах соціальної комунікації (1989), документ Конгрегації католицької освіти “Посібник для навчання майбутніх священиків щодо засобів соціальної комунікації” (1986), документ Конгрегації католицької віри “Інструкція щодо деяких аспектів використання засобів соціальної комунікації для поширення доктрин віри” (1992), документ Папської ради у справах соціальної комунікації “Етика в комунікації” (2000), а також чимало Папських послань з нагоди Всесвітнього дня комунікації: “Повідомляти про Ісуса – Дорогу, Правду, Життя” (1997), “Мас-медіа: дружня присутність біля тих, хто шукає Отця” (1999), “Проголошення Христа в мас-медіа на початку третього тисячоліття” (2000), “Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія” (2002) та ін. Усі ці та інші документи вміщені в виданні УКУ “Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи католицької церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа” [9].

Особливий наголос у богослов'ї інформаційних питань належить людині, адже після II Ватиканського собору з курсом на аджорнаменто РКЦ виявляє особливе піклування та інтерес до людських проблем. Що стосується інформаційної сфери, то окрім прав на отримання та поширення інформації, віруючий має й обов'язки перед іншими людьми, спільнотою та Богом. Зокрема, якщо якийсь християнин-католик (журналіст, учасник спілкування в Інтернеті, дописувач у газету та ін.) оприлюднює будь-яку новину, то він має дотримуватися морального закону та шанування права і гідності людської особи, дотримуватися кодексу честі.

Досліджуючи документи РКЦ, ми зауважили, що особливу увагу приділено журналістам, які пишуть на релігійну тематику. Павло VI роз'яснює їм, що “релігійну подію не можна як слід зрозуміти, якщо розглядати тільки суто людські її сторони – чи то психологічні, чи то соціологічні. Тут ідеться про щось таке, що належить до царини духовного... Отож повідомляч повинен оцінити, як та подія, про яку він розповідає, позначиться на вза-

єминах людини з Богом, яким є місце цієї події в історії спасіння” [Цит. за: 8, с. 16].

1 червня 2005 року у приміщенні конференц-залу єпархіального управління Стрийської єпархії УГКЦ відбулося перше засідання Митрополичої комісії соціальної комунікації УГКЦ. У роботі засідання взяли участь уповноважені до Митрополичої комісії соціальної комунікації УГКЦ від єпархій та екзархій Києво-Галицької митрополії УГКЦ, представники засобів масової інформації УГКЦ.

Робота першої зустрічі Митрополичої комісії соціальної комунікації розпочалася із вступного слова владики Юліана (Гбура), голови комісії, єпарха Стрийського. Владика Юліан наголосив, що сьогодні ставить перед церквою вимогу активно використовувати сучасні засоби масової комунікації для проповіді Євангелія. Тому завданням Митрополичої комісії соціальної комунікації є координувати роботу, визначати способи та форму діяльності єпархіальних Комісій соціальної комунікації Києво-Галицької митрополії та допомагати митрополитові у реалізації програм у сфері соціальної комунікації [5].

Багатою на власні друковані ЗМІ є Українська греко-католицька церква. Кожна з її єпархій має власне видання (“Мета”, “Нова зоря”, “Божий сіяч”, “Джерело життя”, “Жива вода”, “Християнський вісник”, “Благовісник”) – місячники, за винятком івано-франківської “Нової зорі”, яка виходить щотижня і є у всеукраїнській передплаті. Доволі багато також парафіальних видань, які виходять неперіодично, накладом від сотні до декількох тисяч, і рідко поширюються за межі парафії. УГКЦ належить чи не найбільше молодіжних друкованих видань. На загальноукраїнському рівні виходить газета “Вірую” – єдина такого високого рівня і характеру молодіжна газета в Україні – двотижневик; велике зацікавлення суспільно-політичною тематикою та богословсько-моральними творами, новини життя церкви та організації “Українська молодь – Христові”, якій він належить. Для дітей видається журнал “Зернятко”, а для підлітків – “Сто талантів”. Свої видання мають комісії у справах молоді у Львові та Івано-Франківську – відповідно, “Храм” і “Світло” правди; деякі молодіжні організації, студенти духовних семінарій, Львівської богословської академії – “Наша газета”, “Простір”, “Надія Церкви”, “Солідарність”. Для своїх парафій газету “Дзвіниця” видають отці Чину святого Василя Великого із перевагою ма-

теріалів катехитично-повчального, суспільного та історичного змісту. ЧСВВ також видає журнали “Місіонер” (катехитично-богословський місячник) і “Світло” (спільне видання разом з українцями діаспори) та науково-культурологічний альманах двомісячник “Київська Церква” (високий рівень наукових творів з історії церкви, української культури і богослов’я). Релігійно-суспільною за назвою є двотижнева газета “Арка” – видання загальноцерковного рівня, має свій веб-сайт. Більшість із названих греко-католицьких видань не мають великих накладів – максимум до 4-5 тисяч примірників. Агенція релігійної інформації видає місячний “Бюлетень АРІ” з новинами релігійного життя в Україні та світі, насамперед католицької церкви [1].

Катехитичну та просвітницьку місію УГКЦ покликані виконувати також релігійні видавництва, зокрема “Місіонер” та “Свічадо”.

Зокрема, видавництво “Місіонер” засноване 1897 р. Галицькою провінцією Чину Святого Василя Великого. 1939 р., з початком Другої світової війни, видавництво було змушене припинити свою діяльність, яку відновлено тільки 1992 р., без окремого статусу, як видавничий відділ монастиря отців-василіян. З 1994 р. видавництво “Місіонер” має власну реєстрацію. Книги “Місіонера” – це насамперед катехитичні, літургічні та історико-пізнавальні видання. За останні роки у видавництві вийшло понад 600 найменувань книжок загальним накладом понад 2 200 000 примірників. “Місіонер” співпрацює із такими видавництвами, як “Наукова думка”, “Каменярь”, “Світ”, “Край”, а також з видавництвами отців-василіян у Торонто (Канада) та Пряшеві (Словаччина). Видавництво має свою друкарню у місті Жовква Львівської області.

Видавництво “Свічадо” виникло 1987 р. з ініціативи українських студентів Люблінського католицького університету в Польщі, які через книгу прагнули утвердити християнські цінності у сучасному світі. Перші брошури виходили ще підпільно, однак після зміни системи влади у Польщі видавництво легалізувало свою діяльність і прийняло назву “Свічадо”. Значну частину накладів перевозили в Україну, де розповсюджувати книги допомагали монахи-студити. А 1992 р. видавництво переноситься до Львова, де з благословення Блаженнішого Мирослава Івана, кардинала Любачівського розпочинає свою діяльність як видавничий відділ монастиря монахів Студитського статусу. На

початок 2008 року видано 700 назв загальним тиражем понад 3,5 млн примірників.

Українські протестанти також виробляють власне бачення проблем інформаційного суспільства. Для них потенціал ЗМІ – це переважно можливість евангелізації та донесення до широкого загалу основ віровчення та власної богословської позиції на ті чи інші суспільні та духовні запити соціуму. Сьогодні українські протестанти перебувають у процесі творення власних соціальних концепцій, які були б автономними від західних запозичень та враховували б специфіку сучасного розвитку України.

Так, у програмовій статті пастора церкви євангельських християн м. Маріуполя, Геннадія Мохненка, “Роль інформаційного служіння в сучасній церкві на пострадянському просторі” наголошується на тому, що якщо церква хоче мати успіх в евангелізації, то їй треба максимально використовувати медіа-ресурс. “Переклавши Євангеліє на економічну термінологію, ми можемо з усією відповідальністю заявити, що церква має найкращий у світі товар. Християнський спосіб життя поза конкуренцією на ринку людських ідей, речей і псевдодуховних послуг. Те, що має церква – шукає весь світ”, – стверджує пастор [6].

Теологічними основами для інформаційної роботи в українському суспільстві є, на думку Г. Мохненка, той факт, що сьогодні в Україні більшість людей стоять осторонь від християнства через незнання основ віровчення, Біблії тощо. Цю проблему має вирішити активність церкви через медіа-ресурс.

Максим Балаклицький у статті “Протестантське розуміння масово-інформаційної діяльності” стверджує, що протестантське богослов’я комунікації переважно розглядає проблеми місіології – методи донесення потенційно до кожного члена суспільства Євангелія (у тлумаченні церковної громади). Якщо речники раннього протестантизму сьогодні засуджують практику прозелітизму, для більшості пізньоєвангельських течій необхідність місіонерської роботи не викликає сумнівів. Згадане доручення Христа проголошується останніми ледь не найголовнішою метою існування церкви. Місія є екзистенційною потребою євангельських конфесій [2].

“Міжпротестантську полеміку викликає не потреба у свідченні віри, – зауважує М. Балаклицький, – а його методи” [2]. На сьогодні можна виділити “консервативний” й “прогресивний” табори диспутантів.

За винятком нетривалого періоду на початку ХХ ст. пізньопротестантські конфесії на теренах колишньої Російської імперії перебували під забороною та владним тиском. Відтак, історично раніше сформувалось “консервативне” крило віруючих. Відкиненість на маргінес суспільного буття та неможливість активно брати в ньому участь спонукали поглибити прагнення до відокремлення од “грішного світу”. Традиційність почала розумітися як абсолютизація самотності своєї конфесії, розробка закритої субкультури, яка абсолютизується, правлячи за ознаки спасенної людини; субкультуру проголошують взірцем для всієї історії християнства, виводячи її джерела ледь не з апостольської епохи.

У добу свободи совісті не всі віруючі з традиційного табору змогли адаптуватись до нових умов. Багато кого дезорієнтувала відсутність “ворога”, який, відбираючи церковну незалежність, водночас надавав соціальні гарантії. І сьогодні позиція “консерваторів” характеризується тезою, що надмірна відкритість до світу загрожує/обертається безоборонністю перед гріхом.

“Прогресисти” ж заперечують таку позицію і стверджують, що самоізоляція конфесії позбавляє церкву можливості користуватися перевагами свободи для здійснення її призначення – свідчення про Христа, й дискредитує протестантів в очах громадськості. “Прапором” прогресизму є вчення латвійського пастора Олексія Ледяєва “Новий світовий порядок” (2002), основними постулатами якого є наголос на тому, що місією церкви в сучасному світі є вторгнення й експансія задля відродження вищих ешелонів влади, які потім зможуть духовно змінити все суспільство. Найпоследовніше прогресистську ідеологію розвивають наймолодші напрями протестантства – речники харизматичного руху. Парафіяни таких громад, як правило, не були в становищі гнаної меншості, бо прийшли до церкви вже у пострадянські роки. Та й очолюють ці громади пастори, що змужніли у після-перебудовний час.

Сучасних українських протестантів характеризує більша активність, порівняно з православними та греко-католиками, щодо розвою церковних ЗМІ й участі у світському медіа-просторі. Євангельські християни друкують сотні періодичних видань й активно використовують можливості Інтернету (так, окрім тематичний сторінок, церковних сайтів, інформаційних порталів, як, скажімо, “Invictory”, є досить потужні сайти інтернет-телебачення “Invictory.tv”, CNL, “Перехресток.TV” тощо).

Протестантські церкви і релігійні організації мають найбільші накладі серед релігійних видань в Україні, зокрема харизматичні громади. За характером подачі інформації в них мало уваги приділено суспільно-політичній тематиці, натомість, особливо, знову ж таки в харизматів, багато газетної площі віддано матеріалам-свідченням про навернення до Бога, особистий досвід переживання спілкування з Богом тощо. Чи не найцікавішою зі всіх протестантських видань та екуменічною за змістом є газета “Християнський мир” – виходить двічі на місяць і подає інформаційні матеріали з життя різних християнських церков України та протестантизму в світі, а також аналітичні статті богословсько-катехитичного, суспільного та науково-релігійного характеру. В Україні ще й інші протестантські видання не мають чіткої приналежності до окремої конфесії “Християнство сьогодні”.

Українська лютеранська церква видає газету “Стяг” – наповнену переважно пастирсько-катехитичними проповідями та матеріалами на актуальну суспільну тематику. Чимало газет належить, як ми вже зауважували, різноманітним окремим християнським громадам. Серед них – газета “Для тебе”, в якій доволі багато інформаційного матеріалу та статей на актуальні суспільні проблеми, а також – “Тимофей”, “Родник”, “Добрые новости”, “Путь к жизни”. Існує також значна кількість ЗМІ, які видають персонально ті чи інші протестантські громади і переважно використовують їх для поширення інформації про роботу власної церкви та для здійснення зовнішньої місії.

Щодо протестантських журналів, то їх теж є значна кількість. Так, цікавим, міжконфесійним за характером та достатньо інформативним є журнал “Християнство”. Журнал ВСЄХБ “Контакт” порушує актуальні теми молодіжного середовища і звернений, у першу чергу, на невоцерковлену молодь. Видання Місії Біллі Грема “Решение” приваблює якістю подачі інформації, залученням до написання статей відомих російських та українських філософів, культурних та політичних діячів.

Таким чином, дослідивши богословську позицію християнських церков України, можна дійти висновку, що церква усвідомлює важливість інформаційної роботи в сучасному глобалізованому світі й активно працює у сфері ЗМІ. Православні переважно використовують свій медіа-ресурс для інформування про церковну діяльність та для відстоювання власної позиції на ті чи інші суспільні запити, водночас займаючись апологетикою

власної конфесії. Греко-католики, спираючись на соціальну доктрину в сфері суспільної комунікації, будують свою інформаційну політику як можливість зовнішньої та внутрішньої евангелізації, як створення позитивного іміджу конфесії в очах українського соціуму. Новітні протестанти, особливо харизмати, місію ЗМІ бачать у тому, щоб через цей ресурс змінювати подекуди упереджене та міфологізоване ставлення українців до конфесії, а також для активного проповідування Євангелії та основ віровчення.

Список використаних джерел та літератури

1. Антошевський Т. Релігійні мас-медіа в Україні [Електронний ресурс] / Т. Антошевський. – Режим доступу : <http://www.risu.org.ua/ukr/religion.and.society/analysis/article;9705/>
2. Балаклицький М. Протестантське розуміння масово-інформаційної діяльності [Електронний ресурс] / М. Балаклицький. – Режим доступу : <http://www.asd.in.ua/archives/1188292486>
3. Декларація Помісного собору Української православної церкви Київського патріархату “Про духовне відродження українського суспільства в умовах глобалізації світу” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.risu.org.ua/ukr/religion/>
4. Декларація Ювілейного помісного собору УПЦ КП “Церква і світ на початку третього тисячоліття” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.risu.org.ua/ukr/religion/>.
5. Комісія УГКЦ соціальна комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ugcc.org.ua/ukr/press-releases/article;1811/>
6. Мохненко Г. Роль інформаційного служення в сучасній Церкві на постсоветському просторі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.risu.org.ua/ukr/study/masmedia/article;16632/>
7. Основы социальной концепции Русской православной церкви [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.risu.org.ua/ukr/religion/>.
8. Перун М. Передмова до українського видання / М. Перун // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи католицької церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа. – Львів : Вид-во УКУ, 2004. – С. 9–21.
9. Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи католицької церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа. – Львів : Вид-во УКУ, 2004. – 440 с.
10. Aetatis Novae (За нової доби) – Душпастирська інструкція Папської комісії у справах засобів соціальної комунікації // Церк-

ва і соціальна комунікація : Найголовніші документи католицької церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа. – Львів : Вид-во УКУ, 2004. – С. 137–158.

11. *Communio et Progressio* (Єдність і поступ) – Душпастирська інструкція Папської комісії у справах засобів соціальної комунікації на виконання Декрету Другого ватиканського собору // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи католицької церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа. – Львів : Вид-во УКУ, 2004. – С. 87–136.