

was humility of all nationalities in the USSR, the Russian nation. Humiliation of language, culture, traditions, religion, history of other nationalities in the USSR and gave rise to protests among the major nationalities of the Soviet Union, which eventually defeated.

Key words: national minorities, social and political movements, national and cultural societies, Communist Party, USSR, Ukrainian SSR, People's Movement of Ukraine (PMU).

УДК 655.4(477)

І. О. Прилуцька

СТАН КНИГОТОРГОВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Досліджено книжковий ринок в роки незалежності України, починаючи у 1991–2012 рр. Зміни, які відбулися у державі на початку 1990-х рр., негативно вплинули на книжкову справу, майже зупинилася видавничо-поліграфічна галузь. Безпомічною ситуацією скористалася сусідня держава Росія, яка масово почала ввозити свою книжкову продукцію. Розгляд законодавчих актів, які були прийняті для підтримки та розвитку видавничої та книгорозповсюджуючої сфери. Статистичні дані, які має український книжковий ринок, протягом 20 років.

Ключові слова: історія, видавнича справа, книга, книгарні, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Загальний стан видавничо-поліграфічної галузі та книготорговельної сфери не можна віднести до структур, які законодавчо підтримані. Зруйнування старої торговельної мережі не тільки загнало в кут книгу, а майже її знищило. Зі змінами в державі, які відбулися у 1991 р., книжкова справа зупинилася. Для відновлення необхідний був час і рішучі дії української влади, але пройшло вже більше 20 років, а й досі книготорговельна галузь не набула відповідного рівня.

У порівнянні з іншими європейськими державами наша країна не заохочує молодь і не пропагує книгу, як спосіб всебічного розвитку. Чого варте розміщення книжкових магазинів на чисельність населення в Україні та в Європі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації торгівлі висвітлено у роботах таких авторів, як: З. В. Герасимчук, В. В. Апопій, Л. П. Шендерівська. Про особливості функціонування книготорговельних підприємств у своїх працях пишуть: О. О. Говорова, О. В. Афонін [1], А. П. Корнійчук [7], Я. А. Якубенко, Н. М. Вернигора. Склад та структура сучасної книжкової торгівлі розглядали такі автори: Т. Д. Булах, Г. П. Грет [3], Д. Котов. Організацію видавничої справи і маркетингу ґрунтовно розглянув у своїх працях М. С. Тимошик [11]. Проаналізувала елементи комплексу маркетингу книговидавничої сфери України Ю. М. Мельник [8].

Мета. Розглянути законодавчу базу у напрямку підтримки видавництв та книгорозповсюджувачів, подати варіанти мереж продажу друкованих видань. Дослідити та порівняти з попередніми роками стан книжкової справи в Україні.

Виклад основного матеріалу. Ще з давніх-давен книга була атрибутом багатства і величі держави. Підтвердженням того є коштовне оздоблення оправи книги. Перші писемні згадки про продаж рукописних книг у давньоукраїнській державі датуються XI ст. Згодом книга стала повсякденною і доступною річчю.

Книга – це невід’ємна частина людства, яка супроводжує їх протягом всього життя. Вона розрахована на різну вікову категорію, навіть для дітей однорічного віку є книги, що знайомлять з навколишнім середовищем.

Виготовлення книги – це копітка, уважна і відповідальна справа. Та для книги – це лише пів шляху, який вона пройшла, оскільки кінцевий пункт її є споживач, який буде користуватися нею. Для видавця книга є продуктом, а для споживача товаром. Хоча кожен товар має свою функцію, та для людей, їхнього культурного та освітнього розвитку даний товар є необхідністю. Завдяки інформації, яку несе книга людство прогресує.

Видавнича продукція – це сукупність різноманітних за формою, змістом, зовнішнім виглядом, обсягом, характером інформації, структурою, періодичністю та призначенням видань, випущених видавцем або групою видавництв за певний часовий період [11, 384].

У радянські роки книготоргівля була централізованою. У системі Державного Комітету Ради Міністрів УРСР у справах видавництв, поліграфії і книжкової торгівлі працювало більше

тисячі книжкових магазинів. Вагоме значення у книготоргівлі відігравали такі великі структури як: «Укроопспілка», в якій налічувалось понад двох тисяч книгарень, «Союздрук», «Книга-поштою». У громадській формі розповсюдження книги особливе місце мало «Юним друзям книги».

Та основною системою була державна книжкова торгівля Держкомвидаву УРСР, яку очолювало РДО «Укркнига», вона мала у своєму підпорядкуванні 25 обласних, 2 міські, 4 міжобласні гуртові бази [5, 1].

Основою роздрібно-книготорговельної мережі були книжкові магазини, на базі яких розгорталася дрібна мережа: кіоски, вуличні столики, книжкові автолавки, книгоноші.

Але із розпадом Радянського Союзу, зламалася велика система книгорозповсюдження. Указом Президента України від 5 березня 1992 р. «Про ліквідацію обласних книготорговельних об'єднань і об'єднання «Укркнига» та комерціалізацію державного книгорозповсюдження» [11, 28]. Цим указом книжкова продукція була поставлена в один ряд із будь-яким іншим продуктом, що призвело надалі до занепаду і майже знищення української книги.

За твердженням О. Афоніна, приміщення, в яких знаходились дані установи, були привласнені, оскільки знаходились на центральних вулицях міст і обласних центрів ще за часів радянської доби [1, 3].

Внаслідок знищення «старої» системи, на початку ХХІ ст. кількість книжкових магазинів, площа яких сягала 100 кв. м, скоротилася майже з 4000 у 1991 р. до 400. Законодавча база, яка формувалася у нашій незалежній державі, лише шкодила видавцям і книгорозповсюджувачам. Першим променем у вирішенні питання було прийняття 5 липня 1991 р. Президією Верховної Ради України постанови про державний захист книговидання та преси України в умовах переходу до ринкової економіки. З січня 1992 р. видавництва та торговельні організації, які видають і реалізують літературу, що виходить українською мовою, отримали пільгове оподаткування. Але з 1 січня 1994 р. новий склад Кабінету міністрів відмінив цю пільгу, внаслідок чого українська книга стала економічно не вигідною. Даною ситуацією скористалася сусідня держава – Росія, яка почала заповнювати книгарні своєю російськомовною літературою.

Російська Федерація у ті роки на теренах пострадянського простору запровадила, як і більшість високорозвинених держав, нульову ставку податку на всю друковану продукцію [5, 4]. Спроби законодавчо підтримати книжкову справу були провальними. Розглянемо основні нормативні законодавчі акти щодо підтримки видавничо-поліграфічної галузі в Україні.

1. Указ Президента України від 31 січня 1992 р. «Про комерціалізацію державної торгівлі та громадського харчування» – цей нормативний акт дозволив приватизувати державний об'єкт «Укркнига», книготорговельні організації репрофільовано у комерційні структури.

2. Указ Президента України від 7 вересня 1994 р. «Про заходи щодо впорядкування цін на окремі періодичні видання» – періодичним виданням надавалися пільги, але книжкову продукцію цей указ оминув.

3. Закон Верховної Ради України від 5 червня 1997 р. «Про видавничу справу» – закон надавав пільги суб'єктам видавничо-поліграфічної галузі, але оскільки він не мав прямої дії, то пільги не були реалізовані.

4. Указ Президента України від 23 липня 1998 р. «Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи» – спроба зменшити комунальні платежі та орендну плату для книжкових магазинів, але безрезультатно.

5. Указ Президента України від 9 листопада 2000 р. «Про додаткові заходи щодо державної підтримки національного книговидання і книгорозповсюдження» – даним указом збережено книжкові магазини комунальної власності.

6. Закон Верховної Ради України від 6 березня 2003 р. «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні» – закон звільняє від оподаткування прибуток видавництв, видавничих організацій та підприємств поліграфії, отриманий від видавничої діяльності, діяльності з виготовлення та розповсюдження книжкової продукції, виготовленої в Україні. Був чинним до 1 січня 2009 р. та продовжений до 1 січня 2015 р. Книготорговельні організації не увійшли до пільгового переліку.

7. Указ Президента України від 21 березня 2006 р. «Про деякі заходи з розвитку книговидавничої справи в Україні» – створено комісію з питань сприяння розвитку книговидавництва та книготорговельної справи.

Часткова підтримка державою не дає повного розквіту українській книжковій справі, тому й досі основним конкурентом на книжковому ринку в Україні є російська книга [9, 74].

Для того, щоб хоч якось вижити у сучасних конкуруючих умовах видавці та книгорозповсюджуючі організації стали створювати нові шляхи для продажу книжкової продукції.

М. Тимошик вважає, що мережа продажу друкованих видань в Україні має таку структуру:

- Відділи маркетингу видавництв;
- Книжкові магазини різних форм власності;
- Книготорговельні фірми;
- Дрібнооптові книготорговельні організації;
- Лотки й кіоски з продажу друкованої продукції;
- Інтернет-магазини;
- Книжкові базари;
- Книжкові ярмарки;
- Книжкові клуби;
- Прямий продаж без посередників;
- Фізичні особи-книгоноші;
- Книжкові відділи непрофільних торговельних підприємств;
- Відділи книга-поштою при фахових періодичних виданнях [10, 458].

М. Тимошик подає найширший опис структури мережі збуту книжкової продукції.

Ю. Мельник пропонує свій варіант, розділяючи книжковий ринок на таку структуру:

- Торгові представники;
- Оптова торгівля;
- Роздрібна торгівля;
- Комівояжери;
- Інтернет-магазини.

Крім того, науковець розглядає схему книговидавничої справи, називаючи її схемою системи книговидавничого маркетингу. Простежує шлях, який проходить книга.

Автор (замовник) '! видавництво '! система збуту '! споживач.

Поділяє книговидавничий маркетинг на: видавничий (маркетинг послуг) та книжковий (маркетинг книги) [8, 91].

Свій зразок системи продажу книжкової продукції пропонує Г. Грет, спираючись на дослідження Ф. Котлера, розділяючи її на чотири варіанти, тобто канали розподілу (збуту).

Канал 1 Виробник – споживач

Канал 2 Виробник – роздрібний торговець – споживач

Канал 3 Виробник – оптовий торговець – роздрібний торговець – споживач

Канал 4 Виробник – оптовий торговець – дрібнооптовий торговець – роздрібний торговець – споживач [4, 174].

Канали розподілу – це сукупність фірм чи окремих осіб, які беруть на себе право власності на товар чи послугу або сприяють передачі цього права іншим фірмам чи особам на шляху руху товарів від виробника до споживача [4, 173].

Як бачимо, Г. Грет виділяє три ланки збуту: це роздрібна торгівля, дрібнооптовий торговець та оптовий.

За словами Г. Грет, вибір каналу слід обирати видавцям, враховуючи свої можливості контролювати чи впливати на створений канал дистрибуції.

Саме дистрибуції велику увагу в своїх дослідженнях приділяє Г. Грет, оскільки вважає, що цей напрямок є найефективніший. Подає приклади західних книжкових магазинів, які вже давно не працюють безпосередньо з видавництвами. Проміжною ланкою виступають спеціалізовані фірми-посередники, що поділяються на оптові та книгорозповсюджуючі дистриб'ютори [4, 173].

Ще в радянські роки книгу дарували на свято, оскільки вважали це гарним подарунком, який приносить задоволення від прочитаного, і згадку про ту особу, яка подарувала. В кінці ХХ ст. – на початку ХХІ ст. книга почала втрачати те «святкове» значення, і лише останні декілька років відчувається зміна, у позитивний бік. Значна кількість літератури, яку пропонують видавництва подарункового типу, зросла. Нині на полицях магазину чи то іншого книготорговельного представника зустрічаємо чимало літератури за вподобанням, віковою категорією та ціною. Видавці намагаються задовольнити покупця, стати конкурент-

госпроможними з іншими країнами, які імпортують свою продукцію. Але кількість, яку випускають вітчизняні видавці, замала, щоб стати на українському книжковому ринку «основним гравцем».

Нині видавничо-поліграфічна галузь пропонує на ринок одну книжку на одного жителя, тоді як у Росії випускається 4–5 книжок, а в Білорусії 6–7, у західних країнах – 10–12 [10, 462]. За всі роки незалежної України значного зросту кількості примірників на одну особу не спостерігається (табл. 1). Кращим роком, як ми бачимо, був 1991 р., хоча повністю його ми не можемо віднести до незалежної України, оскільки зміни на держаному рівні відбулися в серпні, а це кінець третього кварталу того року. Найгірший показник – 1999 р., рік занепаду, зuboження книжкової справи – 0,4 примірника на одну особу.

Табл. 1

Кількість примірників на одну особу

Показники випуску книг в Україні менші у п'ять разів за назвами і у 14 разів за тиражами від російських. Внаслідок чого, український ринок на 85–90% охоплений імпортною літературою.

Книговидавці ставлять на перше місце асортимент, але не кількість, тому часто програють своїм конкурентам. Крім того, україномовні видання у межах держави змагаються з російськомовними, які видаються в Україні. За даними Книжкової палати України, в 2011 р. всього 50,48% від загального обсягу випущених видань українською мовою (табл. 2).

За кількістю видань україномовне виграє російськомовному, але за тиражем, якщо порівнювати за кількістю, то значно програє.

Зміна політичного курсу в країні стосовно мови, а саме двомовності, далася в знаки у книжковій справі. Нині, за статистичними даними, відбувся зріст україномовної книги, та якщо відняти навчальну літературу з того списку, то побачимо, що ніяких змін немає.

Табл. 2

Випуск видавничої продукції в Україні в 2005–2012 рр.

Великою проблемою для українців була і залишається кількість книгарень для населення. За розпорядженням Кабінету Міністрів України від 25 червня 2008 р. «Про вимоги щодо функціонування об'єктів роздрібною торгівлі книжковою продукцією» рекомендується центральним органам виконавчої ради та місцевим держадміністраціям дотримуватися вимог та враховувати їх у відповідних програмах соціального та економічного розвитку, а також підтримувати книготорговельні мережі та їхній розвиток [14]. У додатку вписані норми, де і з якою кількістю населення «бажано» ставити кіоск чи то магазин. Наприклад, у селі із загальною чисельністю населення до та від 5 тисяч жителів, пропонується книжковий кіоск площею 20 кв. м. або ж місто із загальною чисельністю населення до 20 тисяч – книжковий магазин, площею 100 кв. м. Безперечно, такий варіант влаштував би багатьох, але нажалі це розпорядження нинішньою владою не виконується, книжкові магазини закриваються, їхні приміщення викупаються більш грошовитими підприємствами, а інколи, навіть захоплюється площа.

Сьогодні в Україні одна книгарня доводиться на 117 тисяч населення, коли в радянські роки – на 17 тисяч осіб. Щодо інших країн, то в Росії один книжковий магазин розрахований на 75 тисяч населення, у Франції – на 20 тисяч, у Німеччині – на 15 тисяч, в Польщі – на 12 тисяч, а от у Австрії – на 4 тисячі населення [7, 169].

| Рік | Примірники | Рік | Примірники |
|------|------------|------|------------|
| 1991 | 2,6 | 2002 | 1 |
| 1992 | 2,5 | 2003 | 0,8 |
| 1993 | 1,7 | 2004 | 1,1 |
| 1994 | 1 | 2005 | 1,15 |
| 1995 | 1,3 | 2006 | 1,16 |
| 1996 | 1 | 2007 | 1,21 |
| 1997 | 1,1 | 2008 | 1,26 |
| 1998 | 0,9 | 2009 | 1,05 |
| 1999 | 0,4 | 2010 | 1 |
| 2000 | 0,9 | 2011 | 1,02 |
| 2001 | 1 | 2012 | 1,36 |

| Рік | Книги та брошури | | | |
|------|-----------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
| | Укр. мова | | Рос. мова | |
| | Кі-ть видань друк.од. | Річн. тираж тис.пр. | Кі-ть видань друк.од. | Річн. тираж тис.пр. |
| 2005 | 10 258 | 33212,1 | 3 982 | 16612 |
| 2006 | 10 602 | 30057 | 4 118 | 20001,8 |
| 2007 | 11 825 | 28787,1 | 4 639 | 24463,8 |
| 2008 | 16 417 | 32606,1 | 5 748 | 22534,9 |
| 2009 | 14 797 | 27527 | 5 732 | 18622,7 |
| 2010 | 14 852 | 24704,4 | 5 554 | 17972,8 |
| 2011 | 14 962 | 23509,9 | 5 420 | 19072,5 |
| 2012 | 16 342 | 31569,6 | 7 034 | 26544,9 |

Висновки. Для того, щоб розвивалася книжкова галузь, необхідна законодавча підтримка з боку держави, яка б дозволила налагодити книготоргівлю і зробити її конкурентноспроможною, наблизити книгу до читача. Не слід зовсім відмовлятися від старої системи, слід її вдосконалити, розвинути, створити на базі попередньої нову мережу книгарень. Співпраця держави з видавцями та книгорозповсюджувачами дасть позитивний результат, який відчує споживач, тобто населення України. Не слід забувати, що багата держава та, яка має і береже своє культурне та історичне надбання.

Список використаної літератури

1. Афонін О. Видавництва та книготоргівельні мережі. Хроніка відносин / О. Афонін // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 4. – С. 1–3.
2. Афонін О. Маркетинг видавничої продукції. Концепція соціально-етичного маркетингу видавничої продукції / О. Афонін, Г. Глотова, О. Добровольський // Вісник Книжкової палати. – 2003. – № 2. – С. 9–11.
3. Грет Г. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України / Г. Грет // Вісник Львівського університету. Книгознавство. Бібліотекознавство та інформаційні технології. – 2012. – Вип. 7. – С. 105–116.
4. Грет Г. П. Вплив каналів розподілу на організацію збуту спеціалізованого видавництва / Г. П. Грет // Технологія і техніка друкарства. – 2011. – № 1. – С. 173–178.
5. Григорова З. Добре забуте старе? (ще раз про книжкову торгівлю в Україні) / З. Григорова, Ж. Ковба, О. Барзилович // Вісник Книжкової палати. – 2010. – № 1. – С. 1–4
6. Законодавство України про видавничу справу. За станом на 10 червня 2005 р. / Верховна Рада України: Офіц. вид. / упоряд. Ю. П. Дяченко. – К. : Парламентське вид-во, 2005. – 160 с.
7. Корнійчук А. П. Мережеві книгарні в сучасному книготоргівельному просторі України / А. П. Корнійчук // Технологія і техніка друкарства. – 2011. – № 1. – С. 167–172.
8. Мельник Ю. М. Аналіз комплексу маркетингу книговидавничої справи / Ю. М. Мельник, О. В. Драчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – С. 90–101.
9. Михайловська О. В. Проблеми регулювання ресурсного забезпечення видавничо-поліграфічної галузі / О. В. Михайловська // Чернігівський науковий часопис. Економіка і управління. – 2011. – № 2. – С. 69–76.
10. Тимошик М. Історія видавничої справи : підручник / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2003. – 496 с.
11. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця : практичний посібник / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
13. Офіційний сайт Книжкової палати України та журналу Вісник книжкової палати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net>
14. Розпорядження КМУ від 25.06.2008 № 902-р «Про вимоги щодо функціонування об'єктів роздрібною торгівлю книжковою продукцією» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=99064&cat_id=99055.
15. Сенченко М. І. Світове книговидання і випуск творів друку в Україні / М. І. Сенченко // Друкарство. – 2003. – № 3. – С. 12–19.
16. Сошинська Я. Є. Дослідження факторів якості книготоргівельного обслуговування / Я. Є. Сошинська, А. Г. Дмитрик // Технологія і техніка друкарства. – 2009. – № 1–2. – С. 88–95.
17. Шендерівська Л. П. Менеджмент на гуртовому книготоргівельному підприємстві / Л. П. Шендерівська, О. К. Марковська // Технологія і техніка друкарства. – 2011. – № 1. – С. 190–195.

Одержано редакцією 07.05.2014
Прийнято до публікації 23.06.2014

Аннотація. *Прилуцкая И. А. Состояние книготорговой сферы независимой Украины в условиях конкуренции. Исследование книжного рынка в годы независимости Украины, в 1991–2012 гг. Изменения, которые произошли в государственстве в начале 1990-х гг., негативно повлияли на книжное дело, почти остановилась издательско-полиграфическая отрасль. Беспомощной ситуацией воспользовалось соседнее государство Россия, массово начала ввозить свою книжную продукцию. Рассмотрение законодательных актов, которые были приняты для поддержки и развития издательской и книгораспространяющей сферы. Статистические данные, что имеет украинский книжный рынок, в течение 20 лет.*

Ключевые слова: *история, издательское дело, книга, книжные магазины, конкурентоспособность.*

Summary. *Prylutska I. Bookselling in Ukraine under competitive conditions. The analysis of the bookselling of the declared circumstances is done in the article. The author pointed out that at the period of the Soviet era books had a cult character. At the same time the look and the assortment of books were not satisfactory and poor. Bookselling organizations distributed books. Book trading*

was centralized and included such large structures as «Ukroospilka», «Soyuzdruk», «Knyha-poshtoyu». However, with the collapse of the Soviet Union the whole system of book distribution collapsed as well. It was necessary to make some changes in the legislation system to support the book industry. Many laws which were passed or considered did not let a Ukrainian book become competitive at the market and exclude Russian publishing products from the bookshelves. Later, new networks of marketing books started appearing. Exploring this subject, scientists try to describe this system in details. There are some factors that affected on the development of bookselling in Ukraine: small print runs, closing of retail outlets and the expansion of foreign books.

Key words: *history, publishing, book, bookstore, competitiveness.*

УДК 070.482:261.7«312»(045)

І. В. Жердева

СУЧАСНА ПРАВОСЛАВНА ПЕРІОДИКА УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ДЕРЖАВНО-КОНФЕСІЙНИХ ВІДНОСИН

У статті проаналізовано історичні умови процесу становлення сучасних православних періодичних видань в Україні. З цією метою розглядаються основні аспекти впливу державно-конфесійних чинників та суспільно-політичних передумов на формування системи періодичних друкованих органів православних конфесій. Акцентується увага на визначальній ролі державної релігійної політики, яка виявляється у створенні конституційно-правових гарантій свободи віросповідання, правовому врегулюванні інформаційної діяльності. Розкриваються основні напрямки співпраці церковних і державних структур, що позитивно впливає на розвиток релігійного комплексу в цілому, зокрема церковної інформаційної сфери. Окремо висвітлюються основні внутрішньоцерковні заходи стосовно унормування церковної інформаційної сфери, що створили передумови для розгортання мережі періодичних видань православних інституцій. Розглядаються актуальні проблемні питання в реалізації церковних видавничих проєктів. Здійснено спробу визначити певні тенденції і особливості розвитку православних друкованих органів. Звертається увага на стійку динаміку кількісного зростання православних періодичних видань протягом часів незалежності України.

Ключові слова: *церква, суспільство, держава, періодика, православ'я, конфесії, інформація.*

Постановка проблеми. Зростання релігійного чинника в українському суспільстві за умов державної незалежності прискорювалося новими суспільно-політичними обставинами й ідеологічними потребами часу. Активізація церковного життя виявлялася, насамперед, у кількісному і якісному зростанні церковних структур, яке відбилося на процесі формування їх інформаційного середовища, становлення православних періодичних видань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема взаємодії держави і церкви досліджувалась у працях В. Бондаренка [1], М. Бабія [2], В. Пащенко [3], В. Єленського [4]. Процес становлення сучасної релігійної преси в нових державно-політичних умовах тією чи іншою мірою висвітлювався у наукових доробках А. Бойко [5], М. Левчук [6], І. Склєнара [7]. Проте питання впливу державно-конфесійних відносин на функціонування сучасної православної періодики дотепер недостатньо досліджене.

Актуальність теми статті обумовлена тим, що зміни державно-релігійних відносин в умовах демократизації суспільства позначилися на різних аспектах церковного життя, зокрема на формуванні церковної періодики, яка пропагує християнські принципи сприяє відродженню духовних і моральних засад суспільного життя.

Метою статті є аналіз умов та факторів впливу конфесійної політики держави на процес формування сучасних православних періодичних видань, як соціально-культурного та історичного явища.

Виклад основного матеріалу. Впровадження демократичних реформ та зростання популярності релігії спонукало державні органи до правового врегулювання релігійної політики. Як підкреслював відомий релігієзнавець В. Бондаренко йшлося «не просто про вдосконалення державно-церковних відносин, а про докорінні зміни і становлення нової моделі діяльності релігійних організацій у нашому суспільстві» [1, 3]. Нові принципи взає-