УДК 070.482(477)

С. А. Козиряцька

РЕЛІГІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА В УКРАЇНІ: ОГЛЯД НАУКОВИХ ПРАЦЬ

У статті проаналізовано наукові праці з релігійної журналістики та в хронологічному порядку виокремлено коло проблем, що становили науковий інтерес дослідників. Акцентовано на дискусійних аспектах понять «релігійна журналістика» та «релігійна інформація». У кількісному вимірі дослідження з релігійної журналістики розподілено на три групи (спадний напрям інтенсивності): друковані релігійні видання; мережеві релігійні видання та інші веб-ресурси конфесій; радіо й телебачення. Виокремлено актуальні на сьогодні для релігійної журналістики та конфесійної комунікації сфери досліджень, зумовлені інтенсивним розвитком нових медіа та їх функціями в сучасному суспільстві.

Ключові слова: *релігійна журналістика, релігійна інформація, конфесійні засоби комунікації в Інтернеті, медіа-стратегії церков, етнорелігійні стереотипи в медіа-середовищі.*

І. Вступ

Згідно із законодавством України, церква та релігійні організації відокремлені від держави, однак їх комунікативний потенціал забезпечує постійну присутність у публічному просторі, що, у свою чергу, передбачає їх участь у суспільному житті та дає змогу демонструвати свою позицію з різних питань у засобах масової інформації чи в Інтернеті (на офіційних сайтах, сайтах власних видань чи в соціальних мережах, які вже давно набули статусу громадських медіа). При цьому відзначимо, що за результатами соціологічних досліджень, які майже щорічно проводять різні соціологічні служби та фонди, до церкви зберігається стабільно високий рівень довіри з боку населення [5]. Іноді першість у цьому контексті здобувають засоби масової інформації, однак з-поміж усіх соціальних інституцій саме церква та ЗМІ є лідерами з погляду довіри населення, а відтак, інформація, яку вони артикулюють, особливо щодо серйозних політичних та суспільних змін, які перманентно відбуваються в Україні, апріорі повинна мати соціально відповідальний характер. Крім того, події українського релігійного простору теж часто стають інформаційним приводом для висвітлення у ЗМІ. Відтак, комунікативний потенціал релігії та її постійна присутність у медійному полі країни зумовлюють низку запитань, пов'язаних не тільки з тим, хто, як і де має висвітлювати інформацію, що так чи інакше стосуються цієї сфери, але й з тим, якою є якість підготовки та подачі цих матеріалів.

Дослідженню релігійного виміру українських мас-медіа, зокрема контенту християнського спрямування в сучасному українському телепросторі, православної періодики, аудиторії та контенту католицьких медіа, конфесійним інтернет-ресурсам, медіатизації протестантизму, впливу біблеїзмів на мову сучасних друкованих ЗМК, присвячували свої праці як українські, так і зарубіжні вчені. Зокрема, А. Бойко, М. Балаклицький, Г. Білак, О. Вей, А. Волобуєва, Н. Гадьо, С. Козиряцька, Ю. Лавриш, М. Левчук (Рожило), К. Лученко, Л. Пономаренко, А. Смусь, І. Скленар, А. Юраш, C. Arthur, L. Dawson Lorne, R. Hackett та ін. Крім того, комунікаційні аспекти різних конфесій, розробку основ комунікації та зв'язків з громадськістю для церков та релігійних організацій вивчали журналісти-практики: С. Бабинська, Ю. Завадська, М. Карапінка, О. Кулигіна.

ІІ. Постановка завдання та методи

Мета статті – проаналізувати праці українських дослідників релігійної журналістики й виокремити коло питань, що в різні періоди становили науковий інтерес; визначити актуальні на сьогодні проблеми релігійної журналістики й соціальної комунікації, які потребують вирішення крізь призму розвитку нових медіа.

Основою дослідження є інформаційний підхід; використано метод аналізу наукової літератури – для здійснення загальної розвідки теми, визначення рівня теоретичного вивчення релігійної журналістики, метод узагальнення – для визначення у хронологічному вимірі кола проблем, що становили науковий інтерес дослідників, та накреслення актуальних проблем сьогодення у сфері релігійної журналістики в контексті розвитку нових медіа.

ІІІ. Результати

У контексті дослідження відзначимо, що в американських підручниках із журналістики виділяють чотири великих класи повідомлень: загальні, прості, складні та спеціальні. Повідомлення на тему релігії належать до складних, а відтак, закономірно говорити про необхідність спеціальної підготовки журналістів у цій сфері та, відповідно, про таку галузь, як релігійна журналістика.

© Козиряцька С. А., 2018

В Україні науковці приділяють увагу вивченню різних аспектів цієї проблеми, однак не часто узагальнюють результати своїх досліджень у практичних і навчальних посібниках з релігійної журналістики та основ організації грамотної співпраці медіа з різними конфесіями. При цьому відзначимо, що існуючі навчальні видання, без сумніву, окреслюють коло фахових проблем у цій сфері, а тому також узяті для аналізу, незважаючи на те, що у темі дослідження заявлено лише наукові видання.

Беручи до уваги статистичні дані, а також результати різних опитувань, підкреслимо, що українці за віросповіданням переважно є християнами, тому в цій розвідці приділимо увагу працям, які присвячені вивченню християнських ЗМІ та комунікативним практикам конфесій у медіапросторі.

Насамперед зауважимо, що предметом дискусій у наукових розвідках часто є саме поняття «релігійна журналістика». Залежно від її напрямів та спрямованості сучасні науковці намагались класифікували «релігійну журналістику» на декілька типів (конфесійна, богословська, релігійно-історична, релігійно-політична тощо) [11]. Дослідники (наприклад, І. Крупський, І. Михайлин) також послуговуються такими поняттями, як церковно-релігійна та релігійно-конфесійна журналістика (http://www.kafedrajourn.org.ua/media/872).

Крім того, не втрачає актуальності питання визначення релігійної інформації, яка публікується у ЗМІ, зокрема в Інтернеті. Якщо раніше до неї переважно зараховували відомості про концептуальні основи тієї чи іншої релігії, світоглядні засади та історію віри чи конфесії, а також інформацію щодо функціонування церков, релігійних організацій, офіційні відомості про їх внутрішнє життя та благодійницьку діяльність, то сьогодні релігійна тематика як конфесійних (церковних) ЗМІ, так і світських, тісно переплітається з висвітленням широкого кола соціально значущих чи політичних питань з чітким «маркуванням» позиції церков та релігійних організацій щодо цього.

Результати аналізу також засвідчують, що наукові праці з релігійної журналістики у хронологічному аспекті можна поділити на три групи. Переважна кількість розвідок, які становлять першу групу, присвячена друкованим засобам масової інформації. Як правило, це публікації до 2010 р., хоча у 2001, 2003, 2008 та 2009 рр. уже почали з'являтися поодинокі праці вітчизняних науковців, присвячені релігійній ситуації та українському Інтернету (2001 р. – Л. Филипович), використанню електронних медіа у сфері релігії (2003 р. – А. Юраш), місіонерству в Інтернеті (2008 р. – О. Добродум), використанню мережі як поля міжконфесійного спілкування (2008 р. – О. Недавня), а також характеристиці веб-сайтів християнських церков (2008 р. – О. Тищук). Окремо можна назвати працю М. Лукіної «Релігійні ресурси Інтернету», яка була опублікована ще в 1998 р. Оскільки історію Укрнету прийнято відліковувати з 1992 р., коли домен ua було офіційно делеговано Україні, то можна стверджувати, що названа праця була першою спробою оцінити контент перших церковних сайтів. Аналізу власне інтернет-ЗМІ на той час були присвячені праці окремих науковців, зокрема, «Релігійні електронні видання в Україні» (2002 р. – Т. Різун) та «Інтернет-версії сучасних газетних видань УГКЦ» (2003 р. – О. Рижко).

Починаючи з 2010 р., українські дослідники вже активно стали приділяти увагу ролі Інтернету в релігійній комунікації, специфіці новин у релігійних інтернет-виданнях України, якості новинної інформації на релігійну тематику у світських мережевих ЗМІ, аналізу медіа-стратегій церкви в Інтернеті відповідно до вчення про комунікацію та її засоби тощо (І. Скленар («Специфіка релігійної тематики в сучасних українських мас-медіа» – 2012 р. та «Специфіка новин в релігійних Інтернет-виданнях України» – 2014 р.), М. Рожило («Новітні форми релігійної інтернет-комунікації» – 2012 р.), С. Козиряцька («Мережеві християнські видання в медіа-просторі України: структурно-функціональні та типологічні особливості» – 2013 р.), О. Керц (WEB-сайти Римсько-католицької церкви в Україні: інформаційні ресурси, інтернет-видання – 2010 р.), Ю. Лавриш («Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект» – 2016 р.), Н. Гадьо («Медіастратегії Католицької Церкви в інтернеті» – 2017 р.)).

Третю групу наукових праць (кількісно найменшу) становлять розвідки, присвячені аналізу аудіовізуальних ЗМІ релігійного спрямування. Як правило, це публікації про радіо «Ватикан» та «Воскресіння», авторами яких є О. Когутич (2003 р.), І. Пуцята (2013 р.), І. Ципердюк (2016 р.); про передумови й особливості трансформації засобів комунікації католицької церкви (на прикладі «Радіо Ватикану»), а також про реалії католицького телемовлення в Інтернеті (Н. Гадьо – у 2013 р. та 2015 р. відповідно); про соціальні комунікації християнських конфесій в українському радіопросторі та інформаційну діяльність християнських конфесій сучасної України у телевізійному просторі, їх функціональні, жанрові та змістові виміри (С. Филипчук – у 2016 р. та 2017 р. відповідно); про релігійний контент християнського спрямування в сучасному українському телепросторі (А. Смусь – 2015 р.).

Крім того, слід наголосити, що питанню поширення релігійної інформації в Інтернеті, здійснення релігійної комунікації у контексті становлення інформаційного суспільства в Україні приділяли увагу не лише журналістикознавці, але й фахівці з інших галузей (філософи, соціологи, політологи), вивчаючи це питання із соціально-філософського та філософсько-релігійного поглядів. Так, М. Пальчинська («Віртуалізація у релігійному житті сучасної України (соціально-

філософський аспект)» – 2009 р.), М. Петрушкевич («Релігійні комунікації: християнський контекст» – 2011 р.) говорять про комунікативні функції релігії, а також приділяють увагу впливу засобів масової інформації на сучасну релігійну комунікацію. Львівський дослідник А. Юраш визначив місце та роль української церкви в політичних конфліктах та комунікативних процесах, подавши аналіз з історико-політичного погляду («Українська церква у контексті сучасних політичних конфліктів та комунікативних процесів (історико-політичний аспект)» – 1996 р.), а також окреслив зміни, які відбулися в релігійній комунікації України після подій Майдану («Церкви та релігійні організації України після Майдану: традиційні та модерні тренди» – 2014 р.).

Загалом значний науковий внесок у вивчення релігійної журналістики зробили А. Бойко та М. Балаклицький. Так, професор Київського національного університету ім. Тараса Шевченка А. Бойко у своїх наукових розвідках торкалась багатьох проблем, які існують у цій сфері. Науковець уперше ввела до наукового обігу та обґрунтувала поняття «православна преса», порушила проблему відсутності фахових журналістів у конфесійних виданнях та питання впливу церковних медіа на громадську думку, а також питання релігійної інформації, яка публікується у вітчизняних ЗМІ: «Християнські мас-медіа в Україні» (2009 р.), «Періодичні видання православної церкви в Україні кінця XIX – початку XX ст.» (2004 р.), «Преса православної церкви в Україні 1900–1917 років: Культура. Суспільство. Мораль» (2002 р.). Крім наукових праць, А. Бойко є автором навчальних видань, де, керуючись результатами своїх досліджень, подає цікавий теоретичний матеріал та практичну складову (запитання і завдання до теми), що є необхідним на етапі підготовки майбутніх спеціалістів: «Релігія в мас-медіа України: конспект лекцій» (2009 р.) та «Релігійна журналістика: підручник» (2016 р.). У підручнику з релігійної журналістики дослідниця звертає увагу на таку актуальну сьогодні тему, як міфологічний дискурс у медійному полі релігії, а відтак, можливість маніпуляцій, створення стереотипів, навішування ярликів щодо інших конфесій чи релігійних рухів у суспільно-масових і конфесійних ЗМІ; висвітлює таку важливу проблему, як використання «мови ворожнечі» у матеріалах і суспільно-масових, і конфесійних ЗМІ, що породжує нетолерантність у ставленні до менш численних за кількістю членів конфесій порівняно з «офіційною» (домінуючою) релігією в державі, вороже ставлення до нових релігійних течій; акцентує увагу на порушеннях журналістських стандартів редакційними колективами церковних і релігійних ЗМІ, що зумовлені «політизацією релігії» та «релігієзацією політики» [1]. Тобто А. Бойко говорить про ризик підміни релігійної журналістики служінням певним політичним партіям. Крім того, автор підручника розкриває питання релігійної тематики в українських ЗМІ, оскільки інформаційним приводом до появи того чи іншого матеріалу часто є лише конфлікти і скандали в релігійній сфері або тільки релігійні свята.

Наукові інтереси М. Балаклицького зосереджені на протестантських медіа. Зокрема, дослідник у своїх наукових розвідках здійснював аналіз медіатизації релігійної сфери з використанням досвіду протестантської комунікації в Україні, вивчав спрямування комунікаційної діяльності українських протестантів, розглядав проблему визначення читацької адреси протестантських видань України та визначав ознаки сегментування їх аудиторії тощо: «Адвентистська преса України як комунікаційна система» (2008 р.), «Медіатизація релігійного життя: термінологічний аспект» (2009 р.), «ЗМІ в культурних війнах українських протестантів» (2010 р.), «Сегментація аудиторії протестантських мас-медіа України» (2010 р.), «Медіатизація протестантизму в Україні 1991–2010 рр.» (2011 р.) [2]. Проблема сегментації аудиторії, яку розглядав дослідник, залишається до цього часу дискусійним питанням у контексті нових медіа.

Повертаючись до аналізу навчальних видань з релігійної журналістики, не можна залишити поза увагою навчально-методичний посібник С. Филипчук «Релігія і Церква в ЗМІ» (2012 р.), у якому автор аналізує комунікацію всіх течій християнства, представлених в Україні, та робить спробу окреслити риси комунікації нехристиянських течій в Україні. При цьому С. Филипчук вдається до аналізу контенту не лише друкованих ЗМІ, радіо, телебачення, інтернет-ЗМІ, але й кінематографу та реклами. Посібник включає контрольні та проблемні питання, містить творчі завдання, а також має додаткові тексти (фрагменти з наукових, публіцистичних і богословських праць), які дають змогу ширше розкрити запропоновані автором теми [8].

У 2012 р. вийшов друком практичний посібник з основ комунікації та зв'язків з громадськістю «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння» (м. Олександрія), авторами якого були журналісти-практики, що мали досвід роботи в релігійних прес-центрах та засобах масової інформації: С. Бабинська, Ю. Завадська, М. Карапінка та О. Кулигіна. У виданні приділено увагу багатьом аспектам загальної теорії комунікації та власне основам комунікації церкви й медіа, зокрема образу церкви в ЗМІ, аналізу потенційної аудиторії [9]. Посібник орієнтований на працівників прес-служб релігійних організацій та на журналістів-практиків.

Науковці також звертались до теми PR-стратегій деяких конфесій. Наприклад, Г. Білак розглядала основні принципи та засади побудови PR-стратегій католицьких церков в Україні, що були спрямовані на вироблення правильного образу Церкви у суспільстві, а отже, і на зменшення впливу існуючих стереотипів (Білак Г. «Структура PR-стратегій католицьких церков в Україні» – 2014 р.).

Специфіку функціонування етнорелігійних стереотипів у медіа-середовищі досліджувала М. Бутиріна, вдаючись до аналізу їх генетичного коріння та звертаючи увагу на особливості репрезентації релігійної тематики у вітчизняному медіа-дискурсі [3].

Львівський дослідник І. Скленар у своїх публікаціях здійснював аналіз проблематики церковної преси в Україні («Сучасна церковна преса в Україні: головна проблематика» – 2003 р.), звертав увагу на суть релігійної інформації, розглядав специфіку роботи журналіста з такою інформацією, аналізував погляди різних дослідників на релігійну тематику в українських мас-медіа та її роль у становленні світогляду сучасної людини («Специфіка роботи сучасного журналіста з релігійною інформацією» – 2008 р., «Специфіка релігійної тематики в сучасних українських мас-медіа» – 2012 р.); запропонував дефініцію «релігійна преса» («Сучасна релігійна преса України: типологія, характеристика, домінанти» – 2008 р.).

Що стосується типології релігійних видань, то тут слід відзначити, що українські дослідники переважно приділяли увагу систематизації друкованої релігійної преси і лише після 2010 р. (про що вже було сказано) стали виявляти активний інтерес до класифікації мережевих видань релігійного спрямування. Так, І. Скленар у 2008 р. запропонував типологію релігійної преси України [10], а в 2014 р., здійснивши моніторинг мережі, зробив спробу визначити типи релігійних веб-ресурсів України та особливості їх новинної інформації України («Специфіка новин в релігійних Інтернет-виданнях України» – 2014 р.). О. Керц у 2010 р. наводить типологію періодичних видань Римсько-католицької церкви України та аналізує веб-сайти церкви, розподіляючи їх на інформаційні ресурси та власне інтернет-видання [6]. Нами у 2012 р. у дисертаційній роботі також було уточнено типологію мережевих християнських видань українського медіа-простору, що пізніше знайшло висвітлення у монографії, опублікованій у 2017 р. Зокрема, було виокремлено: 1) видання-візитки; 2) веб-версії офлайнових видань, які поділено на дві групи: а) власне веб-версії; б) змішані видання (веб-версії та Flash-/PDF-версії одночасно); 3) видання веб-ресурсів, які було розподілено на дві підгрупи: а) електронні копії (видання у форматах Flash або PDF); б) ті, що наближаються до мережевих (видання, які мають гіперлінки, використовують деякі форми інтерактивності (переважно коментарі до статей)) [5].

Важливим завданням науки про соціальні комунікації є вивчення ролі інтернет-ресурсів (інтернет-видань) у житті церков і релігійних організацій та визначення їх функцій. Так, у 2016 р. Ю. Лавриш захистила дисертацію на тему «Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект», а в 2017 р. опублікувала монографію «Церква у нових медіях України: проблеми та пріоритети комунікації», де розкриває теоретичні можливості та стратегії діалогу між Церквою і суспільством крізь призму нових медіа. Зокрема, акцентує на особливостях комунікації через блоги, соціальні мережі, веб-ресурси в контексті суспільно-політичних змін 2000–2015 рр. [7].

Вже згадувана вище львівська дослідниця Н. Гадьо вивчала можливості та функції католицьких засобів комунікації в Інтернеті (2014 р.), католицьку медіа-систему як складову системи комунікації католицької церкви (2016 р.), а також головні медіа-стратегії католицької церкви у Всесвітній мережі (2017 р.) [4].

Як бачимо, дослідження останніх років виходять за межі суто релігійної журналістики у її класичному розумінні та охоплюють коло питань, вирішення яких є важливим для науки про соціальні комунікації загалом.

IV. Висновки

Узагальнюючи результати, насамперед зауважимо, що деякі аспекти об’єкта дослідження до цього часу залишається дискусійними. По-перше, це питання розуміння суті самого поняття «релігійна журналістика», визначення її типів (залежно від спрямування матеріалів); по-друге, питання розуміння терміносполуки «релігійна інформація», що певною мірою має бінарний характер: 1) концептуальні основи релігії, інформація щодо функціонування церков і релігійних організацій; 2) матеріали, які висвітлюють позицію конфесій щодо соціально значущих чи політичних питань на сторінках конфесійних і світських медій (як друкованих, так і мережевих).

Проаналізувавши наукові праці українських дослідників з релігійної журналістики, можна також відзначити, що до 2010 р. об’єктом вивчення була переважно преса, а не аудіовізуальні ЗМІ або Інтернет, хоча історія останнього на той час нараховувала вже 18 років. По-перше, це можна пояснити тим, що конфесії не зразу відреагували на появу нового каналу масової комунікації та оцінили його можливості, а тому кількість релігійних ресурсів (видань) у мережі була незначною і не могла становити достатньо репрезентативну емпіричну базу для досліджень; по-друге, тим, що зацікавленість інтернет-журналістикою як одним із сегментів Мережі та, відповідно, особливостями віртуальних медій починає зростати приблизно з 2008 р., тому з’являється інтерес до ресурсів Мережі, що мають, зокрема, релігійну спрямованість (тематика матеріалів, цільове призначення, читацька аудиторія, використання можливостей інтернет-ЗМІ). Предметом вивчення стають контент релігійних сайтів, проблеми розмежування власне ЗМІ та релігійних веб-ресурсів, професійної й аматорської журналістики, існування якої в Інтернеті на сьогодні вже є типовим явищем (блогосфера, соціальні мережі, розгорнуті коментарі до статей), конвергент-

ність мережевих ЗМІ, сегментування аудиторії віртуальних медіа тощо. Зростає увага до типології релігійних веб-ресурсів та інтернет-видань.

Науковий інтерес дослідників до релігійної журналістики за конфесіями розподіляється теж не пропорційно: якщо брати до уваги друковані видання, то найбільшу увагу було приділено вивченню православної преси, дещо менше – католицької, однак якщо говорити про дослідження інтернет-видань, то більшою мірою науковці зосереджувались на римо- та греко-католицьких медіа. Що стосується протестантів, то, незважаючи на те, що вони одними з перших оцінили Інтернет як платформу для релігійної комунікації (місіонерства та євангелізації) та почали активно його використовувати й освоювати, досліджень, присвячених протестантським медіа в Мережі, не так уже й багато.

Крім того, аналіз засвідчив, що комунікативний потенціал релігії, релігійні комунікації в мережі, особливості роботи з подібною інформацією в Інтернеті, специфіка новин у релігійних інтернет-виданнях тощо ставали об'єктом вивчення не лише журналістикознавців. Відтак, дослідження охоплювали соціально-філософський, філософсько-релігійний та історико-політичний аспекти дискурсу.

Дослідження останніх років також засвідчують розподіл наукових інтересів (залежно від функцій сучасних релігійних медіа, які чітко проглядаються) на три сфери: 1) релігійна журналістика, вивчення якої відбувається в такій системі координат: типологія видань релігійних (конфесійних), їх функції, співвідношення професійної (журналістської) та конфесійної складових у цих виданнях, тобто йдеться про пріоритетність журналістських стандартів або ж конфесійної політики, функціонування етнорелігійних стереотипів у медіа-середовищі тощо; 2) PR-стратегії християнських церков крізь призму віртуальних медій і ресурсів; 3) місіонерство та євангелізація в Інтернеті як комунікативні практики/стратегії конфесій.

Вищесказане накреслює перспективи подальших досліджень, які полягають у вивченні кола питань, що стосуються комунікативних медіа-стратегій церков та релігійних організацій у різних типах ЗМІ.

Список використаної літератури

1. Бойко А. А. Релігійна журналістика. Київ : Київ. ун-т, 2016. 307 с.
2. Балаклицький М. А. Медіатизація протестантизму в Україні 1991–2010 рр. : монографія. Харків : Харків. історико-філологічне тов-во, 2011. 379 с.
3. Бутиріна М. Етнорелігійні стереотипи: особливості генезису та функціонування у медіасередовищі. *Збірник праць Науково-дослідного центру періодики*. 2009. Вип. 1. С. 355–368.
4. Гадьо Н. Р. Медіастратегії Католицької Церкви в інтернеті : дис. … канд. соц. ком. (доктора філософії). Львів, 2017. 226 с.
5. Козиряцька С. А. Мережеві християнські видання українського медіапростору : монографія. Запоріжжя : Просвіта, 2017. 192 с.
6. Керц О. І. Римо-католицькі мас-медіа незалежної України: контент та аудиторія : автореф. дис. … канд. соц. ком. Київ, 2014. 16 с.
7. Лавриш Ю. С. Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект : автореф. дис. … канд. соц. ком. Львів, 2016. 21 с.
8. Филипчук С. В. Релігія і Церква в ЗМІ : навч.-метод. посіб. Рівне, 2012. 136 с.
9. Церква і медіа: Сім кроків до порозуміння / С. Бабинська, Ю. Завадська, М. Карапінка, О. Кулигіна. Олександрія : Ездра, 2012. 240 с.
10. Скленар І. Сучасна релігійна преса України: типологія, характеристика, домінанти : автореф. дис. … канд. соц. ком. Львів, 2008. 17 с.
11. Смусь А. Поняття «релігійна журналістика» та висвітлення новин на християнську тематику у вітчизняних електронних ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2013. Вип. 12. С. 386–394.

References

1. Boiko, A. A. (2016). *Relihiina zhurnalistyka [Religious journalism].* Kyiv: Kyivskyi universytet (in Ukrainian).
2. Balaklytskyi, M. A. (2011). *Mediatyzatsiia protestantyzmu v Ukraini 1991–2010 r. [Mediation of Protestantism in Ukraine 1991–2010].* Kharkiv: Kharkivske istoryko-filolohichne tovarystvo (in Ukrainian).
3. Butyrina, M. (2009). Etnorelihiini stereotypy: osoblyvosti henezysu ta funktsionuvannia u mediaseredovyshchi [Ethno-religious stereotypes: features of genesis and functioning in the media environment]. *Zbirnyk prats Naukovo-doslidnoho tsentru periodyky,* 1, 355–368 (in Ukrainian).
4. Hado, N. R. (2017). *Mediastratehii Katolytskoi Tserkvy v interneti* (Dis…kand. sots. kom.) [Media strategies of the Catholic Church on the Internet. Dr. sots. kom sci. diss.]. Lviv (in Ukrainian).
5. Kozyryatska, S. A. (2017). *Merezhevi khrystyianski vydannia ukrainskoho mediaprostoru [Network Christian editions of the Ukrainian media space].* Zaporizhzhia: Prosvita (in Ukrainian).
6. Kerts, O. (2014). *Rymo-katolytski mas-media nezalezhnoi Ukrainy: kontent ta audytoriia* (Avtoref. dis… kand. sots. kom.) [The Catholic Media in Independent Ukraine: Content and Audience. Dr. sots. kom sci. diss.]. Kyiv (in Ukrainian).

7. Lavrysh, Y.S. (2016). *Dialohizm u novykh mediiakh Ukrainy yak zasib sotsialnykh komunikatsii: relihiinyi aspekt* (Avtoref. dis… kand. sots. kom.) [Dialogue in the Ukrainian new media as a means of social communication: the religious aspect. Dr. sots. kom sci. diss.]. Lviv (in Ukrainian).
8. Fylypchuk, S.V. (2012). *Relihiia i Tserkva v ZMI [Religion and the Church in the media].* Rivne (in Ukrainian).
9. Babynska, S., Zavadska, Yu., Karapinka, M., & Kulyhina, O. (2012). *Tserkva i media: Sim krokiv do porozuminnia [Church and Media: Seven Steps to Understanding].* Oleksandriia: Ezdra (in Ukrainian).
10. Sklenar, I.M. (2008). *Suchasna relihiina presa Ukrainy: typolohiia, kharakterystyka, dominanty* (Avtoref. dis… kand. sots. kom.) [Contemporary Religious Press: Typology, Peculiarities, Dominants. Dr. sots. kom sci. diss.]. Lviv (in Ukrainian).
11. Smus', A. (2013). Poniattia «relihiina zhurnalistyka» ta vysvitlennia novyn na khrystyiansku tematyku u vitchyznianykh elektronnykh ZMI [The concept of «religious journalism» and news coverage on christian themes in domestic electronic media]. *Tele- ta radiozhurnalistyka, 12,* 386–394 (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 12.01.2018.

Козыряцкая С. А. Религиозная журналистика в Украине: обзор научных трудов

В статье проанализированы научные труды по религиозной журналистике и в хронологическом порядке определен круг проблем, составляющих научный интерес исследователей. Акцентировано на дискуссионных аспектах понятий «религиозная журналистика» и «религиозная информация». С количественной точки зрения исследования по религиозной журналистике разделены на три группы (нисходящее направление): печатные религиозные издания; сетевые религиозные издания и другие веб-ресурсы конфессий; радио и телевидение. Выделены актуальные сегодня для религиозной журналистики и конфессиональной коммуникации сферы исследований, обусловленные интенсивным развитием новых медиа и их функциями в современном обществе.

Ключевые слова: *религиозная журналистика, религиозная информация, конфессиональные средства коммуникации в Интернете, медиа-стратегии церквей, этнорелигиозные стереотипы в медиа-среде.*

Kozyryatska S. Religious Journalism in Ukraine: Review of Scientific Works

Research methodology. *The basis of the research is the information approach; the method of scientific literature analysis is used to conduct the general examination of the topic, to determine the level of theoretical study of religious journalism; the method of generalization is used to determine in a chronological dimension the array of issues of scientific interest of researchers, and to highlight acute challenges of the day in the sphere of religious journalism in the context of new media development.*

Results. *A number of issues of scientific interest of researchers of religious journalism and religious Christian communication in the Internet was identified, and priority of these issues by periods was determined. The article focuses on the «religious journalism» and «religious information» concepts. The acute research spheres of the day for religious journalism and denominational communications in the context of intensive development of new media are highlighted.*

Novelty. *The issues in the religious journalism sphere, which were a subject of Ukrainian scholars' scientific interest, were identified in the chronological dimension, and their priority in scientific circles by periods was determined. In a quantitative measure, research on religious journalism is divided into three groups (downward direction of intensity): printed religious editions; network religious editions and other web resources of confessions; radio and television. The acute research spheres of the day for religious journalism and denominational communications, caused by the intensive development of network media and by the functions they perform in modern society, were highlighted.*

The practical significance. *The results of the research may serve as a theoretical basis for the further study of religious journalism and social communication in general.*

Key words: *religious journalism, religious information, confessional media in the Internet, media strategies of churches, ethnic-religious stereotypes in the media environment.*