

Сучасна релігійна газета: форми актуалізації християнських цінностей

Зоряна Проценко

<http://doi.org/10.33209/2519-4348-2019-7-65>

У статті розглядаються форми актуалізації християнських цінностей на тлі сучасного російсько-українського конфлікту для міжконфесійної християнської газети. Проведений аналіз українських релігійних видань з метою створення унікальної газети. Запропонований ряд рекомендацій на базі вітчизняного та закордонного досвіду для якісного наповнення такої міжконфесійної преси.

Ключові слова: християнські цінності, російсько-український конфлікт ХХІ століття, ЗМІ, газета, журналістика.

Постановка наукової проблеми. Сучасна історія України є однією з найважливіших на глобусі світу. Проблеми, що повстали у нашій державі за останні п'ять років, є тією нішею журналістики, що не може залишатися без уваги. Україна є християнською державою, тому поняття «релігійна журналістика» вже отримало певні наукові напрацювання і право на існування. Саме «християнська журналістика» є тим зв'язком історичного досвіду нашої держави із сучасним її населенням, що може об'єднати людей через толерантність, спільне переживання та вирішення проблеми, а в результаті – принести свою лепту миру на розпаленому конфлікті між РФ та Україною, що є актуальним.

Задля ефективного інформування дорослого християнського населення України про події в Автономній Республіці Крим та в тимчасово окупованих областях на Сході держави ми пропонуємо створити відповідний друкований засіб масової інформації та окреслити форму актуалізації християнських цінностей.

Метою роботи є пошук форми актуалізації християнських цінностей у сучасній релігійній газеті.

Аналіз дослідження цієї теми. Серед дослідників, які вивчали у своїх наукових працях релігійні видання України, є М. Балаклицький, А. Бойко, Л. Дениско, С. Гурьєва, У. Колесніченко, І. Скленар та ін. Науковці з різних сторін підходили до теми сучасних релігійних ЗМІ, зокрема друкованого, проте форму актуалізації християнських цінностей належним чином не було розглянуто, що стало метою нашої роботи.

Виклад основного матеріалу. В останні роки залишається невичерпним питання на чолі з терміном «*релігійна журналістика*» (через розвиток історичних подій у нашій державі). В даний час важливо визначити, як правильно формувати цю невід'ємну частину ЗМІ крізь призму агресії РФ щодо України.

Щоб досягнути масштаби піднятої проблеми, варто розібрати її основу: чи Україна є християнською державою, що має християнські цінності? По це звернемося до вітчизняної науки, яка досліджує важливість християнства для України в історичному аспекті і для сучасного стану українського суспільства. Проведена дослідниками А. Колодним, Ю. Лобовиком, Л. Филипович наукова робота з'ясує місію християнства в становленні українського народу. Досліджувана духовність вважається невід'ємною частиною життя суспільства і людини окремо (С. Свистунов, О. Бучма, І. Петрова), а також є пов'язаною з християнським етичним вченням і християнськими цінностями (О. Недавня, Л. Чупрій).

Історія України підтверджує думку про значимість ролі релігійних цінностей, які стали фактором стабілізації етносу¹ у процесі формування нації. Відповідно до моніторингу соціальних змін 2015 року 15,75% українців-респондентів відносить себе до православного віросповідання; 7,6% – до греко-католицизму; 2,1% – католицизму; 1,9% – протестантизму. Українське суспільство, таким чином, визначається як таке, у якому переважає християнство².

¹ Пирог Г. Християнські цінності у сучасному українському суспільстві / Г. В. Пирог // Науковий вісник Чернівецького Університету: зб. наук. праць. Чернівці, 2004. Вип. 203–204: Філософія. С. 22–26.

² Етнополітичні загрози та ризики національної консолідації: регіональний вимір. Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/nats_konsol-eee72.pdf

За дослідженнями Інституту соціології НАН України, серед вікових категорій вірян християнських Церков значущих відмінностей у рівні релігійної самоідентифікації респондентів зафіксовано не було³.

За результатами чергових опитувань, утверджуємося, що як теоретично, так і практично, в Україні переважає християнський світогляд, адже довіра громадян до християнських церков складає 64,4%⁴.

Нині тенденції розвитку українського суспільства свідчать про релігійні цінності як про важливий важіль у процесі формування національної самосвідомості. Релігійні цінності, символи, вірування зв'язували завжди суспільство воєдино, несли абсолютні незаперечні імперативи і спільну мету, без яких соціум просто не міг довго існувати.

У сьогоdnішньому протистоянні на Сході України з новою силою постала християнська цінність чесноти самопожертви, любові до людини: *«Ніхто більшої любові не має над ту, як хто свою душу поклав би за друзів своїх»* (Ів. 15: 13)⁵

Таким чином, ми знаходимо потребу знайти форми актуалізації християнських цінностей для їх висвітлення в сучасному ЗМІ, а саме у періодичних виданнях – газеті, що є загальнодоступним, періодичним та мобільним засобом поширення інформації.

Чому газета є однією з найдоречніших форм подачі інформації населенню, ми з'ясували зі статистики соціологічної групи «Рейтинг». Їхні дослідження показують, що читання газет мають вищі показники, аніж журнали, і 40% українців шукають інформацію саме у всеукраїнських газетах. Враховуючи потрібну аудиторію (доросле населення від 18 років), розуміємо, що люди середнього віку менше користуються Інтернетом, ніж молодь, а молодь можна захопити, якщо включити в газету інтернет-посилання на джерела чи іншу корисну та цікаву інформацію⁶

³ Паращевін М. Релігія та релігійність в Україні / За ред. С. Макеєва. Переднє слово О. Іващенко. К.: Інститут політики, Інститут соціології НАН України, 2009. 68 с.

⁴ Ставлення громадян України до суспільних інститутів, електоральні орієнтації. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://razumkov.org.ua/napryamki/sotsiolohichni-doslidzhennia/stavlennia-hromadian-ukrainy-do-suspilnykh-institutiv-elektoralni-orientatsii-2>

⁵ Біблія. переклад Огієнко І. Донецьк: ОФБ «Східноєвропейська місія», 2010. 1360 с.

⁶ Голодрига Ю. Авторитетні соціологи сказали, які газети читають українці. <http://www.expres.ua/main/2016/01/01/166287-avtorytetni-cociology-skazaly-gazety-chytayut-ukrayinci>

Вважаємо, що таке газетне видання, як найдоречніший засіб для актуалізації християнських цінностей у сучасній Україні, має бути міжконфесійним. Для цього ми переглянули фактори, що засвідчили б віротерпимість християн трьох напрямів, і з'ясували, що Україна позиціонує себе як поліконфесійна держава, у якій усі віросповідання, релігії та релігійні організації є рівними перед законом. Підтверджується це тим, що українське суспільство залишається толерантним до сповідування різних релігій, і, за результатами соціологічного опитування, переважна більшість (75 %) опитаних вважає, що «будь-яка релігія, яка проголошує ідеали добра, милосердя і не загрожує існуванню іншої людини, має право на існування», 12 % впевнені, що «право на існування мають лише традиційні для нашої країни релігії». Отже, простежуємо стійкі настрої у віротерпимості українців⁷.

Таким чином, з'ясувавши, що Україна нині є християнською державою з відповідними цінностями, газета є найдоречнішим засобом поширення релігійної інформації серед дорослого населення; міжконфесійне видання може бути сприйняте українським суспільством, яке показує високі показники толерантності до інших релігій. Саме завдяки ЗМІ можна «допомогти людям відкрити правдиве обличчя Христа сьогодні», як говорив свого часу папа римський Бенедикт XVI, вислів якого відображає сутність розглянутого нами питання⁸.

Ми не можемо оминати аналіз релігійних видань, які існують зараз, адже пропозиція створення міжконфесійної християнської газети має на меті певну унікальність, власне, чим і підтверджується затребуваність створення такого ЗМІ.

Аналіз релігійної преси показує: друкований ЗМІ має безліч варіантів, висвітлює події в різних смислових аспектах, є затребуваним серед вірян та актуальним, адже кількість видань щораз збільшується. Проте більша частина такої преси спрямована на вузьке

⁷ Етнополітичні загрози та ризики національної консолідації: регіональний вимір. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/nats_konsol-eee72.pdf

⁸ Послання Бенедикта XVI з нагоди 44 дня Засобів масової інформації. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/34147/>

коло читачів певних конфесій⁹. Хоч такі видання є і чисельними, і з малими накладками, проте кількість не покриває якість. Нас же цікавить перш за все якісне висвітлення суспільно-політичних подій сьогодення в Україні, але крізь призму християнського світогляду.

Простежуючи тематику християнської преси, бачимо, що в наш час у ній переважають наступні напрямки: катехитично-повчальний; моралізаторський; проповіді, новини з життя громади тощо. Зазначимо, що лише деякі з них віддають належну увагу суспільній тематиці. Це є ключовим запитом сучасності, а, отже, і сучасної релігійної газети. Основні теми релігійних видань, як бачимо, не включають суспільно-важливих подій.

Щодо віротерпимості, то вона простежується не у всіх друкованих ЗМІ. Якщо розглядати за конфесійною приналежністю то, найбільш нетерпимими до інших конфесій є видання УПЦ (МП) – багато безпідставної критики УПЦ КП та УГКЦ; УПЦ КП критикує переважно УПЦ (МП) за проросійську позицію, а деякі харизматичні [громади] переважно зневажливо ставляться до православ'я. Рідше зустрічаємо критику в часописах УАПЦ і УГКЦ – переважно також щодо УПЦ (МП). Практично повністю відсутнє у виданнях інших конфесій: РКЦ, ЄХБ, ХВЕ. Проте часто в православних газетах чи журналах можна побачити застереження перед діяльністю новітніх релігійних рухів. Така преса концентрується на конкретній аудиторії однодумців та відштовхує інших християн, що попри віросповідання живуть в Україні і також переживають історичні особливості нового часу.» Така преса розділяє суспільство на частини за одним критерієм – особливості релігії, і аж ніяк не об'єднує тим, що є спільним: національність, громадянство, територія проживання, історія, культура (суспільні аспекти), зокрема Ісус Христос – основа християнства. Ми вбачаємо в цьому проблему релігійної журналістики, яка не виконує державотворчої функції, що починається з об'єднання людей¹⁰.

⁹ Петрушкевич М. Релігійна преса в Україні: спроба світоглядно-статистичного аналізу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eprints.oa.edu.ua/5252/1/Петрушкевич.pdf>

¹⁰ Антошевський Т. Релігійні мас-медіа в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://risu.org.ua/article_print.php?id=9808&name=analytic&_lang=ua

Тепер перейдімо безпосередньо до подання матеріалу релігійного характеру, аби зробити висновки про форму актуалізації християнських цінностей у сучасній релігійній газеті.

Дослідження релігійних видань останніх років відображають цікаві тенденції: тема релігії зазвичай подається як світський матеріал. Основні вимоги для висвітлення релігійної тематики: факти, події, імена, титули лідерів, короткі цитати доповідачів (проповідників чи учасників). Тут виникає проблема, адже невідготовлений читач – у нашому випадку це різні люди, різного статусу, віку, конфесії – не знає особливостей тієї чи іншої конфесії та заслуг їхніх лідерів. Повідомлення про події найчастіше не змінюють життя людини, яка це читає в газеті, тим більше, – через це частіше за все нічого не змінюється в духовному житті такого читача. Враховуючи історичний період минулого століття, варто наголосити, що понад 70 років в Україні була закритою тема релігії, тому пересічний українець не є підготовленим до вузько спрямованих статей на такі теми¹¹.

У даний час в Україні ми бачимо існування прогалини в знаннях про християнські цінності серед населення глибиною у століття. Люди потребують знань про Бога, про християнські цінності. Але журналісти, що можуть надавати затребувану інформацію (навіть з точки зору історичної правди), створюють «християнські новини», «християнський піар», «християнський бізнес», «християнську політику», тобто все таке, що не є безпосередньо християнством «як воно є». Інформації про те, як воно розвивається в сучасних реаліях, а не в певних колах людських відносин тощо – у релігійних газетах цього ми не знаходимо. Тому першою важливою умовою релігійних видань є журналіст-християнин, що може подати матеріал крізь призму християнського світогляду, щоб він мав «*чітке розуміння Божої волі й планів відносно людства взагалі і конкретної людини окремо*». Ми виводимо це в якості першого і водночас окремого твердження, як основу. Та прагнемо все ж розі-

¹¹ Мокренчук Е. Християнська журналістика в інформаційному пространстві України. Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/33426/>

брати, що ж саме і як саме має писати такий журналіст, що займається висвітленням питань релігії в теперішній час¹².

Варто згадати про засоби піару, які можна використати в діяльності релігійного журналіста. Згадаємо, що public relations має подвійну ціль у випадку християнського видання: по-перше, інформування про події, що відбуваються щодня; по-друге, піднесення християнських цінностей, що проголошуються у своєму максимумі: воскресіння Ісуса Христа (головна мета християнської проповіді). Тому ЗМІ є найкращим сучасним засобом комунікації, щоб поширювати «Євангеліє – Добру Новину» та разом із цим доносити в сучасних реаліях актуальність християнських цінностей¹³.

Досвід видання «Credo» дає чітку рекомендацію: звертатися до читача

«зрозумілою українською мовою, без пафосу та зайвого моралізаторства, без зверхніх повчань та довгих нудних проповідей, висвітлювати життя таким, яким воно є: часом серйозне, часом – болюче, часом – смішне»¹⁴.

Християнська книга (у нашому випадку – друковане видання) має обов'язково пройти цензуру¹⁵:

- 1) за критерієм змісту для християн (що можуть найкраще підтвердити шановані церковні діячі з богословською освітою, тоді варто видавати газету за погодженням керівників усіх найавторитетніших християнських конфесій; інформуючи про це на першій сторінці);
- 2) за змістовною та редакційною адаптацією видання для читача (аудиторія: населення віком від 18 років усіх християнських конфесій);

¹² Мокренчук Е. Християнська журналістика в інформаційному просторі України. Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/33426/>

¹³ Теперські П. Чи потрібна церкві реклама? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/34136/>

¹⁴ Про видання URL : <http://credo.pro/about-us>

¹⁵ Филичук С. Християнські видавництва в сучасній Україні // Наукові записки. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія. Випуск 10: Серія «Історичне релігієзнавство». С. 144–151.

- 3) перевірка богослужбових, богословських, духовно-повчальних статей до відповідності Святому Письму, прямих цитат із джерел християнських Церков.

Газета всеукраїнського рівня, на яку щонайменше ми розраховуємо, має не звітувати про нудні щоденні події, даючи сухі повідомлення про них, зокрема від органів влади та держустанов (статистика тощо), а спілкуватися з учасниками подій (військовослужбовцями, капеланами, волонтерами, громадськими організаціями, мешканцями прилеглих територій до АТО та тимчасово окупованих), давати живу інформацію про насущні проблеми сьогодення, що найбільше залежать від ситуації в східних областях України та АРК. Зокрема це мають бути люди, що чітко визнають свою християнську позицію, не залежно від конфесії та глибини віри¹⁶.

З висловлювань на міжнародній конференції «Участь ЗМІ в примиренні: уроки для України», яку організували офіс координатора проектів ОБСЄ в Україні та ГО «Детектор медіа» варто винести такі твердження, що сформулюють уявлення про подання матеріалу в сучасній релігійній газеті¹⁷:

- у ЗМІ будь-якої точки світу є спільне правило – не висвітлювати думку терористів, чого українські медіа мають дотримуватися, проте журналісти мають виводити на загал інформацію, що відбувається по іншу сторону, надавати слово мирним жителям, які там залишилися. Таким чином, можна дізнатися про їхнє ставлення до події, у нашому випадку – до російсько-українського конфлікту;
- не використовувати слова, що стимулюють чи мінімізують конфлікт держав, адже риторика журналістів впливає «на перспективу політичної стабілізації»;
- будь-який журналіст, що описує події в АРК чи на Сході України повинен об'єктивно висвітлювати події, зокрема

¹⁶ Районну газету можна зробити потрібною, цікавою та конкурентною. <http://ztpress-club.org.ua/rajonnu-hazetu-mozhna-zrobyty-potribnoyu-tsikavoyu-ta-konkurentnoyu/>

¹⁷ Дорош М. Роль журналістів в умовах конфлікту: як не роз'єднати, а відновити довіру. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/rol_zhurnalistiv_v_umovakh_konfliktu_yak_ne_rozednati_a_vidnoviti_doviru/

випадки порушень прав людини: *«Щоб стати потужною силою в примиренні, журналістам потрібна нова компетенція – мати ґрунтовні знання про причини, наслідки й учасників конфлікту, розуміти моделі вирішення ситуації»*;

- не залишати цих регіонів [тимчасово окупованих та зону бойових дій] без уваги. Висвітлювати не владу цих регіонів, а людей. Потрібно висвітлювати проблеми, з якими стикаються там, аби зблизити людей;
- для розвитку пресового видання релігійного характеру варто залучити досвід інших журналістських жанрів, як, наприклад, радіо, де в сучасний та привабливий спосіб створюються серйозні теми з розважальним контентом, залучаючи соціальні мережі;
- вивчати й цікавитись іноземним досвідом;
- виражати незалежну думку, дозволяти різноманіття, публічну поінформовану дискусію.

Щодо виданих в Україні посібників, які можуть стати в нагоді релігійним журналістам, варто рекомендувати наступні: *«Практическая журналистика»* (Одеса, 2001 р.) Петра Павлюка; Алла Бойко *«Релігійна журналистика»* (Київ, 2009 р.); *«Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння»* (Олександрія, 2012 р.) Світлани Бабинської, Юлії Завадської, Мар'яни Карапінки та Олени Кулигіної.

У посібнику Петра Павлюка *«Практическая журналистика»* демонструється переважно протестантський підхід до соціальної комунікації з пріоритетом описовості й публіцистики.

Алла Бойко у своєму посібнику *«Релігійна журналистика»* виходить із позиції однакової поваги та уваги до різних релігійних традицій. Наскрізною ідеєю книжки є заклик до журналістів не судити й не дискримінувати релігійних осіб та їхні громади, а вивчати й висвітлювати, сприймати вірян як співгромадян і повноцінних людей. Для цього варто *«надати можливість висловитись і прокоментувати процеси та явища самим релігійним представникам»*¹⁸.

¹⁸ Балаклицький М. Новаторський підручник про «мінне поле» релігійної журналістики. Рецензія на підручник Алли Бойко *«Релігійна журналистика»*. http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/books/novatorskiy_pidruchnik_pro_minne_pole_religiynoi_zhurnalistik

У посібнику з релігійної журналістики «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння» Світлани Бабинської, Юлії Завадської, Мар'яни Карапінки та Олени Кулигіної є цілий ряд пропозицій, як покращити пресу, що нас перш за все цікавить в релігійному ключі. Це найкращий і довідник із церковного піару. Особливістю посібника є демонстрація співпраці трьох гілок християнства щодо суспільної комунікації¹⁹.

Найяскравішими прикладами професійно-організованих релігійних видань, що можуть бути орієнтирами для наповнення газети, є «Католицький вісник», християнський духовно-просвітницький часопис «Слово вчителю»; бюлетень «Новомедіа», загальноукраїнський католицький суспільно-релігійний часопис «Credo».

Аналізуючи релігійну пресу, звернемо увагу на види комунікації, які переважають, а, отже, є найефективнішими в періодиці: невербальна комунікація, художні оповідання, туристична подорож, біографії, інтерв'ю. Також релігійна преса використовує специфічні способи комунікації, пов'язані із канонічними текстами, віросповідною літературою, як: монолог і діалог, проповідь, сповідь (свідectво і сполин), молитва і подяка за молитви. Окремо можна назвати такі інституційні способи комунікації, як журнал засідань інституційних органів церкви та статистична інформація, протоколи, заяви. Проте у міжконфесійному виданні їх слід використовувати обачно, аби не висвітлювати когось більше, а когось менше, а обирати, наприклад, рішення Ради Церков, що є спільним, тощо. Особливу увагу потрібно звернути також на вірші, які часто передають релігійну комунікацію. Поетичні рубрики в газетах іноді більше інформують, пояснюють, аніж емоційно розвантажують читача. Приклади є в газеті «Жива надія», бюлетені «Православний голос Любліна», газеті «Голос надії» та «Перед лицем Бога»²⁰.

В релігійних виданнях залишається першочерговим завдання журналіста:

¹⁹ Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння/ Бабинська С., Завадська Ю., Карапінка М., Кулигіна О. Вид-во «Езра», 2012. 240 с.

²⁰ Петрушкевич М. Релігійна преса в Україні: спроба світоглядно-статистичного аналізу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eprints.ua.edu.ua/5252/1/Петрушкевич.pdf>

- долати негативні стереотипи (у міжконфесійному виданні це надважливо для досягнення мети примирення людей)²¹;
- не поширювати «образ чужого», що формується через неповну інформацію, заангажовані оцінки експертів, відсутність висловлювань опонентів;
- пам'ятати, що «Церква – це не політика», образ, що з'являється внаслідок акцентування уваги журналістів на урочистостях за участі державних осіб та політиків, тематичне зміщення акценту події.

У посібнику «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння» Світлани Бабинської, Юлії Завадської, Мар'яни Карапінки та Олени Кулигіної, чітко вказано про інші стереотипи, які варто долати в сучасному релігійному ЗМІ, що має на меті актуалізувати християнські цінності з позитивною перспективою для розвитку України²².

Завершуючи, хочемо нагадати першопричини появи нашої статті – сучасна історія України потребує актуалізації християнських цінностей, що здатні об'єднати націю та розвинути її. Журналісти в релігійній царині повинні поборювати різноманітні міфи, що йдуть з ворожою пропагандою на незалежному шляху нашої держави, для миру і процвітання, де б війна припинилася і ніколи не повторювалася б знову.

Висновки. Отже, виявивши затребуваність в Україні створення сучасної релігійної газети з міжконфесійним спрямуванням для дорослого населення, ми створили форму для актуалізації християнських цінностей у такому виданні. Основними компонентами, що сприятимуть досягненню мети є: зрозуміла мова (без вузьких конфесійних термінів, що потребують пояснень), використання засобів піару задля пропагування християнських цінностей, встановлення певної цензури (підтримки від релігійних лідерів, адаптація матеріалу до аудиторії, перевірка цитат Святого Письма та

²¹ Бойко А. Релігія і політика в медіа: особливості сприйняття інформації молодіжною аудиторією. [Електронний ресурс]. Режим доступу: file:///C:/Users/Павло%20i%20Зоряна/Downloads/ZPNDZP_2013_3_27.pdf

²² Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння / Бабинська С., Завадська Ю., Карапінка М., Кулигіна О. Вид-во «Ездра», 2012. 240 с.

інших шанованих церковних текстів). Безпосереднє спілкування з учасниками бойових дій на Сході України та мешканцями тимчасово окупованих територій і прилеглих до них районів, дотримання міжнародних журналістських стандартів за відповідних умов, врахування вітчизняного досвіду в релігійній журналістиці, запозичення іноземного досвіду та його подальше опрацювання з метою покращення роботи у сфері релігійної журналістики; висвітлення різноманіття християнських конфесій у ЗМІ, не обмежуючись 2-3 представниками; використання найефективніших видів комунікації, обмеження негативних стереотипів щодо відмінностей християнських конфесій тощо.

Таким чином, сучасна релігійна газета буде висвітлювати форму актуалізації християнських цінностей, що подолає ворожість на релігійному ґрунті, об'єднає українську націю в спільних рисах, а, отже, наблизить вирішення військового конфлікту і знизить ворожі настрої серед населення.

Список джерел і літератури:

1. Антошевський Т. Релігійні мас-медіа в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://risu.org.ua/article_print.php?id=9808&name=analytic&_lang=ua
2. Балаклицький М. Новаторський підручник про «мінне поле» релігійної журналістики. Рецензія на підручник Алли Бойко «Релігійна журналістика». [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/books/novatorskiy_pidruchnik_pro_minne_pole_religiynoi_zhurnalistiki/
3. **Біблія**. Переклад Огієнко І. Донецьк: ОФБ «Східноєвропейська місія», 2010. 1360 с.
4. Бойко А. Релігія і політика в медіа: особливості сприйняття інформації молодіжною аудиторією. [Електронний ресурс]. Режим доступу: file:///C:/Users/Павло%20i%20Зоряна/Downloads/ZPNDZP_2013_3_27.pdf
5. Голодрига Ю. Авторитетні соціологи сказали, які газети читають українці. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.expres.ua/main/2016/01/01/166287-avtorytetni-cociology-skazaly-gazety-chytayut-ukrayinci>
6. Дорош М. Роль журналістів в умовах конфлікту: як не роз'єднати, а відновити довіру. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/rol_zhurnalistiv_v_umovakh_konfliktu_yak_ne_rozednati_a_vidnoviti_doviru/

7. Етнополітичні загрози та ризики національної консолідації: регіональний вимір. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/nats_konsol-eee72.pdf
8. Мокренчук Е. Християнська журналістика в інформаційному просторі України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/33426/>
9. Паращевін М. Релігія та релігійність в Україні / За ред. С. Макеєва. Переднє слово О. Іващенко. К.: Інститут політики, Інститут соціології НАН України, 2009. 68 с.
10. Петрушкевич М. Релігійна преса в Україні: спроба світоглядно-статистичного аналізу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eprints.ua.edu.ua/S252/1/Петрушкевич.pdf>
11. Пирог Г. Християнські цінності у сучасному українському суспільстві / Г. Пирог // Науковий вісник Чернівецького Університету: зб. наук. праць. Чернівці, 2004. Вип. 203–204: Філософія. С. 22–26.
12. Послання Бенедикта XVI з нагоди 44 дня Засобів масової інформації. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/34147/>
13. Про видання. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://credo.pro/about-us>
14. Районну газету можна зробити потрібною, цікавою та конкурентною. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ztpress-club.org.ua/rajonnu-hazetu-mozhna-zrobyty-potribnoyu-tsikavoyu-ta-konkurentnoyu/>
15. Ставлення громадян України до суспільних інститутів, електоральні орієнтації. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://razumkov.org.ua/napryamki/sotsiologichni-doslidzhennia/stavlennia-hromadian-ukrainy-do-suspilnykh-instytutiv-elektoralni-orientatsii-2>
16. Тенерські П. Чи потрібна церкві реклама? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/34136/>
17. Филипчук С. Християнські видавництва в сучасній Україні // Наукові записки. Острого: Видавництво Національного університету «Острозька академія». Випуск 10: Серія «Історичне релігієзнавство». С. 144-151.
18. Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння / Бабинська С., Завадська Ю., Каранінка М., Кулігіна О. Вид-во «Ездра», 2012. 240 с..

References:

1. Antoshevsky T. Implemented Mass Media in Ukraine. URL: https://risu.org.ua/article_print.php?id=9808&name=analytic&lang=en
2. Balaklitsky M. An innovative textbook on minefields on public journalism. Review of Ally Boyko's Textbook "Religious Journalism". URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/books/novatorskiy_pidruchnik_pro_minne_pole_religiynoi_zhurnalistiki/
3. Bible. Translation Ogienko I. (2010) Donetsk: OFB Eastern European Mission [in Ukrainian].

4. Boyko A. Religion and Politics in the Media: Features of Disseminating Information to Young Audiences. URL: [file:/// C: /Users/Paul%20i%20Zoryana/Downloads/ZPNDZP_2013_3_27.pdf](file:///C:/Users/Paul%20i%20Zoryana/Downloads/ZPNDZP_2013_3_27.pdf)
5. Holodriga Y. Authoritative sociologists said which newspapers Ukrainians read. URL: <http://www.expres.ua/main/2016/01/01/166287-avtorytetni-cociology-skazaly-gazety-chytayut-ukrayinci>
6. Doroshina M. The role of journalists in their conflict: how to disperse, but to keep the trust URL: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/rol_zhurnalistiv_v_umovakh_konfliktu_yak_ne_rozenati_a_vidnoviti_doviru/
7. Ethnopolitical Threats and Trends in National Consolidation: Regional Dimension. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/nats_konsol-eee72.pdf
8. Mokrenchuk E. Christian Journalism in the Information Space of Ukraine. URL: <https://risu.org.ua/en/index/projects/masmedia/33426/>
9. Parashevyn M. (2009) Religion and Real Security in Ukraine / Ed. S. Makeev. O. Ivashchenko's foreword. K.: Institute of Politics, Institute of Sociology of NAS of Ukraine [in Ukrainian].
10. Petrushkevich M. Religious Press in Ukraine: An Attempt at World Statistics. URL: <http://eprints.oa.edu.ua/5252/1/Petrushkevich.pdf>
11. Purog G. Christian Efficiency in Contemporary Ukrainian Society (2004) // Scientific Bulletin of Chernivtsi University: Coll. Sciences. wash. Chernivtsi. Issue. 203–204: Philosophy [in Ukrainian].
12. Benedict XVI Consent Message 44 Days Media. URL: <https://risu.org.ua/en/index/projects/masmedia/34147/>
13. Edition. URL: <http://credo.pro/about-us>
14. You can make the district newspaper an interesting, interesting and competitive. URL: <http://ztpress-club.org.ua/rajonnu-hazetu-mozhna-zrobyty-potribnoyu-tsikavoyu-ta-konkurentnoyu/>
15. Submission of Ukrainian citizens to public institutes, electoral organizations. URL: <http://razumkov.org.ua/napryamki/sotsiolohichni-doslidzhennia/stavlennia-hromadian-ukrainy-do-suspilnykh-instytutiv-elektoralni-orientatsii-2>
16. Nowpersky P. Does the church need advertising? URL: <https://risu.org.ua/en/index/projects/masmedia/34136/>
17. Filipchuk S. Christian Activities in Modern Ukraine // Scientific Records. Ostroh: Publishing House of the National University Ostroh Academy. Issue 10: Historical Religious Studies Series [in Ukrainian].
18. Church and media. Seven Steps to Understanding (2012) / Babinska S., Zavadaska Y., Karapinka M., Kuligina O. Ezra [in Ukrainian].