

МАКСИМ БАЛАКЛИЦЬКИЙ

МЕДІАТИЗАЦІЯ ПРОТЕСТАНТИЗМУ

В УКРАЇНІ 1991–2010 РОКІВ



УДК 070:316.77:659.3]:274(477)«1991/2010»

ББК 76.02 (4Укр)

Б 20

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції  
ДК № 3281 від 18.09.2008

Рекомендувала до друку Вчена рада Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
(протокол № 8 від 24 травня 2011 р.)

Відповідальний редактор

А. А. Бойко, доктор філологічних наук, професор

Рецензенти:

Н. В. Зелінська, доктор філологічних наук

М. В. Бутиріна, доктор наук із соціальних комунікацій

В. Є. Єленський, доктор філософських наук

Б 20 **Балаклицький М.** Медіатизація протестантизму в Україні 1991–2010 років : монографія / М. Балаклицький. – Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2011. – 379 с.

У монографії проаналізовано ефекти медіатизації релігійної сфери з використанням досвіду протестантської комунікації незалежної України, вивчено ідеологію комунікаційної діяльності українських протестантів, організаційні принципи, типологічні особливості та функції протестантських медіа, розглянуто запропоновані протестантськими журналістами шляхи нормалізації суспільного буття, оцінено ефективність протестантських ЗМІ та можливий внесок цієї комунікації в розвиток української журналістики.

Для науковців, викладачів, практиків релігійної комунікації, журналістів, а також усіх, хто цікавиться питаннями медіатизації релігійної сфери.

Видання здійснено завдяки фінансовій підтримці Канадського інституту українських студій Альбертського університету (з Вічного фонду ім. Анни і Нікандра Буковських).

ISBN 978-966-1630-10-8

© М. Балаклицький, 2011

## ЗМІСТ

<b>Передмова</b> .....	4
<b>Розділ 1. Передумови та історія медіатизації релігії в Україні 1991–2010 рр.</b> .....	15
1.1. Історіографія протестантської комунікації в Україні.....	15
1.2. Медіатизація релігії: термінологічний аспект.....	48
1.3. Трагування релігійної комунікації протестантським богослов'ям.....	58
1.4. Базові джерела протестантської журналістики.....	65
1.5. Амбівалентне ставлення до мас-медіа українських протестантів.....	75
<b>Розділ 2. Організаційний вимір протестантських ЗМК України</b> .....	101
2.1. Протестантські медіа України як комунікаційна система	101
2.2. Сегментація аудиторії протестантських ЗМК України.....	123
2.3. Мас-медіа і міні-медіа в релігійній комунікації.....	131
2.4. Освітні осередки протестантської журналістики.....	139
<b>Розділ 3. Типологічні особливості протестантських медіа України</b> .....	164
3.1. Жанрово-тематичні групи протестантських медіа.....	164
3.2. Кореляція наукового і публіцистичного дискурсів у протестантській журналістиці.....	171
3.3. Протестантська публіцистика у книжковому форматі.....	179
3.4. Маркетинговий потенціал протестантських ЗМК.....	187
<b>Розділ 4. Функції протестантських ЗМК України</b> .....	198
4.1. Проповідництво.....	198
4.2. Зв'язки з громадськістю.....	204
4.3. Соціальна критика.....	216
4.4. Методи оцінки ефективності протестантських ЗМК України.....	228
<b>Розділ 5. Протестантська журналістика про шляхи гармонізації суспільного буття</b> .....	267

5.1. Людина і суспільство.....	267
5.2. Здоровий спосіб життя і профілактична медицина: потенціал розв'язання соціальних проблем.....	277
5.3. Зміна суспільства через трансформацію мас-медіа.....	285
5.4. Моделювання протестантської журналістики України....	296
<b>Післяслово.....</b>	<b>312</b>
<b>Використані джерела.....</b>	<b>328</b>

## ПЕРЕДМОВА

Одним із сучасних процесів світового масштабу є медіатизація суспільства. Це розширення ролі медіа настільки, що вони починають визначати «порядок денний» у різних сферах суспільного життя. Загальноновизнаною є взаємопов'язаність медіа з політикою, великою мірою — з економікою, культурою. Однак аналітики нерідко схильні пропускати повз увагу дедалі зростаючий вплив релігійного фактору на національне й міжнародне життя.

*Гіпотеза* нашого дослідження формулюється таким чином: медіатизація релігійного життя — це повернення релігії в публічний простір постсекулярних і постатеїстичних держав через медіа. Це явище не має прямої кореляції з громадською діяльністю релігійних організацій, релігійною активністю й моральним рівнем населення. Інтерес до релігійної тематики в медіа свідчить про вичерпання привабливості ідеологій Просвітництва, постмодерне «позачасове» мислення, увага до традицій минулого, пошук у ньому своєї ідентичності, закоріненості серед нівелюючими тенденціями глобалізації, вестернізації, споживацтва, ціннісної та світоглядної дезорієнтованості. Сучасне звернення аудиторії до відомостей про релігійне життя зумовлено доступністю інформаційного продукту, свободою вибору, широкою пропозицією релігійного «ринку».

В українській науці розпочато аналіз тільки одного з проявів медіатизації релігії — її віртуалізації (термін уведено Е. Мартинюком [244]). «Він має на увазі процес збільшення ролі електронних засобів масової інформації в сучасному релігійному житті і викликані цим зміни в ній» [97], — твердить О. Добродум. Головну роль у процесі віртуалізації релігії відіграє Інтернет: «Реалії сучасного релігійного життя вже практично нерозривно пов'язані з використанням комунікаційних технологій, оскільки релігійна соціалізація й релігійне самовираження в наш час значною мірою здійснюються завдяки Інтернету, а інформаційні технології, у свою чергу, у всезростаючому ступені торкаються практично всіх аспектів життєдіяльності релігійних співтовариств. Розвиток інформаційних технологій допоміг активізації релігійного життя: появі релігійного Інтернету, релігійного відеохостингу GodTube, кіберцерковного життя, відкриттю Інтернет-церков, віртуального місіонерства. Конфліктогенними зонами здійснення релігійного життя в Інтернеті постають сайти, що пропагують ідеї педофілії, порнографії, суїциду,

релігійної ксенофобії, а також подекуди релігійний блоггінг, релігійний спам, релігійне хакерство» [96, с. 46].

Як зазначає президент Асоціації журналістів-християн Р. Кухарчук, «засоби масової інформації є основною рушійною силою секуляризації суспільства. Парадокс, але разом з цим світ стає дедалі релігійнішим» [201, с. 1], і світські медіа вловлюють попит на релігійну інформацію. Звичайно, медіатизовану — адаптовану до медійного формату. Про те, що залишається від релігії після такої обробки, писалося, знімалося й говорилося чимало [567, 464, 158, 159, 196, 401, 272, 34, 319, 85]. Т. Меттінглі добачає професіоналізм релігійних оглядачів (незалежно від їх власних переконань) у здатності написати «такий матеріал, який євангельські віруючі самі вважали б точним та проникливим. ...може бути важко підтвердити, що Бог відповідає на молитву. Але напевне можна підтвердити факт, що мільйони людей вірять у те, що отримують відповіді на молитви, і що це впливає на їхні вчинки в особистому та суспільному житті» [253, с. 13]. Наскільки релігія взагалі може бути адекватно представлена в медіа, де співбесідники обговорюють явища, про які зазвичай мають вельми приблизне, а то й перекручене уявлення — викликає постійні дискусії в релігійному та релігієзнавчому середовищі. Ще більшою мірою це стосується релігійних меншин, серед яких протестанти пострадянського простору є традиційними персонажами «антисектантських» публікацій.

Для аналізу медіатизації релігійного життя незалежної України ми використаємо досвід протестантської комунікації. На користь цього вибору говорить, імовірно, найвищий рівень технічної оснащеності цього напрямку християнства: заживши суспільної підтримки завдяки друкарському верстатові, протестанти дотепер лідирують у використанні більшості медіа від періодики до Інтернету. Півтисячолітня історія цієї течії довела її здатність будувати успішну комунікацію за будь-яких соціальних умов і впливати на громадське життя в суспільствах перехідного типу. Її головною місією є друк і розповсюдження Біблії національними мовами на різноманітних носіях. Завдяки цим зусиллям від XVI століття Біблія залишається найпоширенішою книгою у світі, користується найширшим попитом, має найбільше перекладів.

Країною, яку можна з найбільшою певністю назвати «дочкою Реформації», є США. Від 1740 року до середини XIX століття більшість американців була протестантами. Необхідність проповіді

Євангелія *всім* землянам і заклику їх до особистого навернення зробила багатьох вірних цієї течії прискіпливими дослідниками та випробовувачами технологічних новинок. Право індивіда на самостійне тлумачення Біблії та глобалізоване мислення спонукало протестантизм замінити спадкові цінності Середньовіччя — благородне походження, надприродну харизму, сакральність влади й містичне знання — на створювані або культивовані особистістю: багатство, здоров'я, виборні посади, популярність, зовнішність, фізичну силу, освіту.

Сьогодні протестантська спільнота створила у США потужну субкультуру, що впливає на світські ЗМІ. Її складниками є досвід вільної конкуренції та існування за умов ліберальної економіки, ділова хватка, використання англійської мови, якою різною мірою володіє щочетвертий землянин, децентралізація та опертя на індивідуальну ініціативу, опозиційність до позацерковних авторитетів. У результаті багато протестантських медіакорпорацій має серйозний бюджет і міжнародний ринок збуту, відкриває національні представництва та продюсерські центри, що виробляють «культурно чутливий» інформаційний продукт.

Орієнтація журналістських повідомлень на різні аудиторні групи, їх стильова, тематична диференціація, увага до соціальної проблематики, ґрунтованість журналістської етики протестантів на ідеалах свободи, відкритості, демократії, законності, прав людини робить їх комунікацію достатньо презентабельною для аналізу масштабних процесів рівня медіатизації.

У православному територіальному анклаві протестанти віддавна грають своєрідну, так би мовити, роль другого плану. Це добре відома альтернатива «громадянській» релігії. Протестантизм на пострадянському просторі зазнає впливу східної духовності. Його можна розуміти і як реформоване православ'я [478, 479, 322]. Л. Филипович зазначає, що протестантські церкви на пострадянському просторі зростають найдинамічніше (у порівнянні з іншими релігіями і конфесіями), що вже дало змогу відмітити їх присутність у суспільстві. Дослідниця прогнозує, що «і в майбутньому, зберігаючи таку динаміку зростання, протестантизм може зайняти четверту частину всього релігійного пострадянського простору. ...можемо говорити про достовірність кількості зареєстрованих протестантських громад. Тут Україна — на першому місці. <...> І за якістю своєї присутності в суспільстві протестанти

завжди випереджали інші конфесії (пропорційно їх кількості)» [403, с. 32].

Українські протестанти — громадяни або вихідці з України будь-якої національності, які є членами протестантських церков України: лютерани, реформати (кальвіністи); меноніти, євангельські християни, баптисти, п'ятдесятники, адвентисти; харизмати тощо. К. Шульце до євангеліків (цей термін є американським аналогом на позначення протестантських церков, що не мають впливу на державний істеблішмент і ведуть проповідь великою мірою серед соціальних низів) зараховує осіб, які *«вірять в Ісуса Христа як особистого спасителя, сприймають Біблію як Слово Боже та прагнуть ділитися своєю вірою з іншими людьми»* [601, с. 20]. Шульце вважає, що євангелікалами є й ті католики, пресвітеріани чи методисти, що поділяють ці риси з деномінаціями, які виносять слово «євангельський» у свою назву; «означення «біблійна церква» майже гарантує» [601, с. 21] відповідність такому типу релігійності. Йдеться про християн, які є активними, «практикуючими» [54, с. 9] вірянами. До того ж протестантську спільноту пострадянського простору об'єднує колишній статус переслідуваної меншості та сьогоденне становище «альтернативного» християнства, орієнтація проповіді на спільну соціальну групу, майнова та інтелектуальна нерозшарованість послідовників. Усе це забезпечує цілісність пострадянського протестантства, непорівнянну із ситуацією в православному та католицькому анклавах України з очевидними політичними та етнічними поділами, та робить інформаційні потоки протестантських конфесій достатньо однорідними, щоб розглядати їх разом у межах нашої студії.

Ставлення громадськості до протестантів є досить суперечливим: «Існує, зокрема, переконання, що «там у них»... справжнє християнське життя, ледь не як у часи апостольські. Ходить багато легенд про те, як баптисти виручають «своїх», улаштовують їм особисте життя — аж до підбору подружжя. Особливо дивує те, що баптисти не палять і не п'ють... Однак у переважної частини... (населення — М. Б.) зі словом «баптист» асоціюється щось небезпечне і прилипливе. Від «баптистів» слід триматися подалі, «а то обплутають і затягнуть до себе». І світські ЗМІ, зображаючи протестантів, виконують інтегративну функцію: продукують «страшилки» й експлуатують теорії змови, об'єднуючи «нас» проти



«них», бо, мовляв, «що менше відмінностей у доктринах, тим більше підступності» [303, с. 49–50, 9].

Але медійний образ протестантів демонструє обмеженість «чорного піару». Незважаючи на інформаційний тиск, протестантські церкви не занепадають і «йдуть у наступ» — широко використовують медіа для досягнення своїх цілей. Під терміном «протестантська комунікація» розуміємо медіатизоване (технічно опосередковане чи супроводжуване) спілкування членів протестантських церков з одновірцями чи нецерковними особами.

В. Різун дає таке визначення терміна «комунікація»: «це... процес встановлення і підтримання контактів між членами певної соціальної групи чи суспільства в цілому на основі духовного, професійного або іншого єднання учасників комунікації, який відбувається у вигляді взаємопов'язаних інтелектуально-мислительних та емоційно-вольових актів, опосередкованих мовою й дискретних у часі й просторі,— тобто у вигляді актів мовлення, актів паралінгвістичного характеру й психофізіологічного впливу, актів сприймання та розуміння і т.ін., що пов'язані з процесами збору фактів, їх зберігання, аналізу, переробки, оформлення, висловлення та за потреби поширення, сприймання і розуміння, відбуваються з використанням або без нього різних знакових систем, зображень, звуків (письмо, жести, міміка та ін.), засобів комунікації (газети, журнали, аудіовізуальні програми й т.ін.), засобів зв'язку (телефон, телеграф, транспорт тощо) і результатом яких є конкретна інтелектуально-мислительна й емоційно-вольова поведінка співбесідника, конкретні результати його діяльності, ухвалені ним рішення, що задовольняють членів певної соціальної групи або суспільства в цілому» [336, с. 58–59]. Іншими словами, це спілкування (інформаційний обмін) двох і більше сторін із використанням спеціалізованих технічних засобів. Протестантською комунікацією називатимемо технічно опосередковані інформаційні потоки протестантських церков: внутрішні (між одновірцями чи представниками різних церков) та зовнішні (між церквою та суспільством).

Тільки здається, що обиватель не має уявлення про це явище: давно стали брендами мініатюрний Новий завіт від місії «Гідеонові брати», журнали свідків Єгови «Пробудись!» і «Вартова башта», брошура «Чотири духовні закони», художній фільм «Ісус» (1979), що безкоштовно транслиувався по всіх кінотеатрах України на початку

1990-х років, виступи телеєвангелістів К. Коупленда, Дж. Маєр та ін. по телебаченню, по проводовому радіо — проповіді, обрамлювані впізнаваним баптистським співом, медіаперсона С. Аделаджі, чия популярність не дорівнює аналогічним показникам очільників основних конфесій України, але фіксується світськими рейтингами: 2006 року «Газета по-києвски» назвала його одним із головних ньюзмейкерів Києва, а 2009 року він переміг в Інтернет-голосуванні «Обличчя Києва», проведеним журналом «Афиша» [292].

Комунікація пострадянських протестантів демонструє потенціал розвитку. Підпільне баптистське видавництво «Християнин» «станом на 1983 рік... віддрукувало біля 0,5 млн. Євангелій і духовних збірок російською, українською, молдавською, грузинською, осетинською, німецькою та іншими мовами» [205, с. 50]. Ослаблення «залізної завіси» уможливило інформаційний обмін радянських протестантів із закордонними одновірцями: наприклад, видавництво «Slavic Gospel Press», засноване у США колишнім киянином М. Моргулісом 1982 року, за 30 років випустило 15 мільйонів Біблій та інших книг.

Поважним досягненням була демонстрація мультфільму «Суперкнига» на радянському телебаченні. У травні 1990 року мультфільм було показано в прайм-тайм на центральному каналі з майже 300 мільйонами глядачів у Радянському Союзі, Східній Європі та В'єтнамі. Уперше в історії в Радянському Союзі трансливалися християнські телесерії. За чотири тижні після завершення показу читачі прислали більше ніж мільйон листів. Передачу «Клуб «Суперкниги» було дубльовано естонською, латвійською, білоруською, карельською, молдавською, вірменською та грузинською мовами. У цілому проект отримав п'ять мільйонів листів [536, с. 1–2]. Для розвитку цих ініціатив було створено Асоціацію «Еммануїл» з офісом у Києві. Її президент повідомляє, що з 1990 року «220 телекомпаній зі 173 міст трансливали наші програми, ми отримали більше ніж 12 мільйонів листів із 55 тисяч населених пунктів, наші програми дубльовано десятима мовами народів колишнього СРСР» [45, с. 2].

Зажив успіху і дитячий журнал «Тропинка» — 1990 року він мав більше ніж мільйон читачів. Створене з ініціативи протестантів Українське біблійне товариство «розповсюдило в кілька разів більше екземплярів Біблії й біблійної літератури, ніж це було зроблено за попередні 1000 років. А точніше — видали майже 3,5 мільйона примірників біблійної літератури» [7, с. 67].

На сьогодні українські протестанти випускають сотні періодичних видань, із яких більше десятка мають міжнародне поширення й наклад близько 100.000 примірників. У рейтингах «Релігія» Яндекс, Mail.ru тощо створені українськими євангеліками портали йдуть одразу ж за офіційними православними ресурсами. ТВН — найбільша у світі християнська телемережа, яка нараховує більше ніж 15.000 кабельних мереж, 7500 телевізійних станцій і поширюється через 48 супутників. Її частиною є канал ТБН, який «можна приймати в усіх країнах світу, крім Австралії та Нової Зеландії» [25, с. 146]. Аудиторію київської FM-станції «Світле радіо Еммануїл» світські маркетологи оцінюють у 36.000 осіб [250, с. 74].

Протестанти — духовно, а не фінансово чи владно орієнтована асоціація українських громадян із чіткими моральними принципами: сімейні цінності, здоровий спосіб життя, трудова етика, добродійство, добровільне взяття відповідальності за інших, захист прав людини, ринкової економіки, прозорого уряду, свободи совісті й слова, а «консолідована точка зору навіть порівняно невеликої громади робить її частиною настільки ж нечисленного громадянського суспільства» [225, с. 176], може, його найрозвиненішим у нашій країні компонентом і фактором [241]. Вивчення досвіду такої комунікації визначає *актуальність* цієї теми для української науки та суспільства.

«Будучи активною меншістю, протестанти прагнуть поміняти ідеологію і стиль управління державою, змінити саму державу, не здійснюючи в ній революцій та не емігруючи з неї, — зазначає Р. Лункін. — <...> Вільне сповідання віри, також і зцілення соціальних вад, є, з точки зору протестанта, релігійним і патріотичним обов'язком кожного християнина. <...> Найшвидше еволюція політичного світогляду нових євангельських церков на пострадянському просторі відбулася в українському протестантизмі. Причому вибухове зростання євангельських груп відбувалося паралельно з політизацією суспільства в цілому. Соціально-політичні проповіді пасторів стали потужним елементом місії та фактором зростання громадського впливу баптистських, п'ятдесятницьких і адвентистських церков України. Тим більше, що за своїм соціальним складом українські протестантські церкви після 2000 року почали віддзеркалювати структуру суспільства в цілому, а [їх] лідери... порушувати проблеми, що хвилювали найрізноманітніші групи населення. <...> Після «помаранчевої революції» протестантизм,

поруч із Православ'ям, став важливим елементом громадського життя України. ...в уявленні сучасної євангельської спільноти будь-яка держава рано чи пізно повинна стати, перш за все, простором вільної проповіді, де християни можуть і повинні реалізовувати свої обов'язки з перетворення навколишнього світу» [225, с. 194, 210, 212, 219].

Як заявляє П. Цюкало, послідовникам цієї християнської течії на пострадянському просторі варто було б залишатися *протестантами* — щодень боротися за протестантські принципи свободи совісті та відповідальності в усіх сферах життя — ще й тому, що ці церкви володіють соціально-політичним, а не тільки богословським потенціалом. Акцент на особистих стосунках людини з Богом допомагає знайти баланс між свободою та відповідальністю особистості, що дозволило створити цивілізацію західної демократії. Протестантська ідея може стати робочим інструментом для створення ефективного суспільства відповідно до реальних економічних і соціальних законів [426, с. 93–98].

Сімдесятирічне існування «залізної завіси» показало, що успіх протестантського руху не визначається закордонними фінансами. Його характеризують демократичні принципи управління, соціалізація знедолених, адаптація до змінних умов. Протестантський етос закликає більше працювати й менше споживати, у такий спосіб протистояти консюмеристській цивілізації. Ці цінності поширюються через церковні ЗМК.

Свободу слова протестантські журналісти сприймають як похідну від свободи совісті як найвищої цінності: «Ні свободи друку, ні свободи організацій, ні свободи зібрань — взагалі ніяких свобод бути не може, якщо відсутня свобода совісті, бо саме вона визначає громадянську позицію людини» [427, с. 29].

Протестантський «нонконформізм має на увазі *соціальну асиметрію* взаємин неправославних християнських церков і домінуючої церкви» [25, с. 55], а також секулярного загалу. Протестантські медіа — приклад комунікації впливової меншості. Цей досвід необхідний Україні, де громадянське суспільство діє через широкий спектр суспільних сил і громадських організацій, вплив некомерційних і неполітичних структур. Голос меншини — голос субкультури [274], голос індивіда. Це релігійні медіа, звернені не до влади, а до суспільства. Їх спрямовано до індивіда, а не до колективу.

Вживаємо скорочення: АСД — адвентисти сьомого дня, ЄХБ — євангельські християни-баптисти, УЛЦ — Українська лютеранська церква, ХВС — християни віри євангельської (п'ятдесятники).

*Науковою проблемою* монографічної студії є масштаб, причини й фактори медійного успіху консервативних релігійних груп у постмодерному суспільстві, де основні потуги належать політичним і економічним силам.

*Предмет* — явище медіатизації релігійного життя, яке прийшло на українські терени з падінням «залізної завіси» 1991–2010 рр.

*Об'єкт* дослідження — журналістська продукція українських протестантів.

*Мета* монографічного дослідження — комплексний розгляд протестантської комунікації України в контексті світового явища медіатизації релігійного життя.

Метою передбачено розв'язання таких завдань:

- дослідити передумови та історію медіатизації релігії в Україні 1991–2010 рр.;
- проаналізувати організаційний вимір протестантських ЗМК України;
- вивчити типологічні особливості протестантських медіа України;
- визначити функції протестантських ЗМК України;
- розглянути потенціал гармонізації суспільного буття, пропагованої протестантською журналістикою.

*Методологічну базу* дисертації склали схема комунікації Г. Ласвелла, В. Різуна, В. Іванова, концепції лідерів думок і референтної групи, консервативної позиції мас-медіа П. Лазарсфельда [14, с. 47–51], теорії активної аудиторії [585], об'єктивності й відповідальності журналістики В. Шрамма [120, с. 49–60], техніцистського мислення М. Маклюена, мозаїчної культури «глобального метрополіса» Г. Кана і Б. Брюса-Бріггса [120, с. 196–201], партиципаторна теорія медіа [14, с. 28–31], поняття соціальної комунікації А. Соколова, комплексу міні-, міді- та макрокомунікації, його визначення комунікаційних потреб [365]; погляди Є. Прохорова [321] на ціннісну орієнтацію та гуманістичну спрямованість журналістики, рівноправність учасників комунікації.

З доробку українських журналістикознавців ми використовуємо теорії неминучої масифікації В. Різуна [336, с. 206], теорію медіадосліджень В. Іванова [122–126], теорії патогенного тексту

Б. Потятиника і М. Лозинського [315], глобалізації мас-медіа О. Зернецької [121], дискурс-аналізу К. Серажим [352], теорії інмутації О. Холода [412–417], концепцію світоглядної (екуменічної, морально-етичної) публіцистики Й. Лося [223, 224], релігійної журналістики А. Бойко [32–35].

Окремо слід згадати ідеалістичну антропологію як складник погляду Б. Потятиника [313] на медіа, який спонукає акцентувати історичні паралелі, зумовлені ригідністю людської природи, та критику Б. Потятиником тоталітарних медіа й ідеї віртуальності в медіа як опосередкованості досвіду власними відчуттями. Також важить панідеологічний, антиринковий підхід І. Михайлина [276, 277] до аналізу журналістських явищ: опозицію маскульту і панеконотмічній моделі медіа, рейтинговому менталітету сучасних медіа, оборону аналітичної журналістики, високої культури, публічної сфери як осередку творчості, служіння людям, державі, гуманістичним принципам, виховання особистості та громадянина.

*Методами* монографічного дослідження є типологізація, класифікація, періодизація, контент-аналіз протестантських видань України, моніторинг ЗМІ, якісне анкетне опитування аудиторії та журналістів протестантських медіа, інтерв'ю з активістами протестантської медіасфери.

Засадничою основою дослідження є ліберальний, об'єктивістський підхід до вивчення релігійної комунікації А. Бойко, А. Юраша, співробітників Відділення релігієзнавства Інституту філософії НАНУ (А. Колодний, Л. Филипович, В. Єленський, В. Климов, С. Свистунов, П. Яроцький, В. Титаренко) і одеських науковців кола Е. Мартинюка (О. Никитченко, О. Добродум, О. Невшупа).

*Наукова новизна* дослідження визначається такими чинниками:

- уперше в українській науці термін «медіатизація» застосовано до релігії;
- розвідку сфокусовано на церковній комунікації протестантів, а не на образі цієї церкви у світських медіа;
- студія розглядає процеси в цій сфері, що тільки зазнають становлення (1991–2010);
- у науковий обіг України введено низку нормативних документів щодо журналістики українських протестантів і масу західних досліджень протестантської комунікації, що дозволяє реконструювати розуміння церковними медійниками своєї роботи;

- уперше в українській науці розглянуто богословське підґрунтя інформаційної діяльності протестантів;
- запроваджено термін *міні-медіа*;
- проаналізовано протестантський досвід недержавного впливу на зміст світської медіапродукції;
- задля осягнення «автентичної логіки релігійних спільнот» [432, с. 264] дослідження спирається на широкий практичний матеріал: результати двохрічного моніторингу протестантських медіа та найширшого на сьогодні соціологічного опитування аудиторії та співробітників протестантських ЗМІ України, спеціально зібраний один з найбільших архівів протестантської періодики незалежної України;
- запропоновано метод оцінювання ефективності релігійних ЗМІ.

Результати дослідження можуть бути застосовані для подальшого вивчення методів медійного висвітлення релігійного розмаїття України та світу, комунікації релігійних організацій України як частини громадянського суспільства, взаємодії та впливу медіа та релігії, форм побутування релігії в медіа, медіатизації різних сфер життя.

# РОЗДІЛ 1

## ПЕРЕДУМОВИ ТА ІСТОРІЯ МЕДІАТИЗАЦІЇ РЕЛІГІЇ В УКРАЇНІ

### 1.1. Історіографія протестантської комунікації України

Перша відома нам спроба осмислення протестантської комунікації України (1895) належить Лесі Українці [212] — вона розглядала зміст журналу євангельських християн «Беседа». Реакцію відомої поетки на періодику релігійної меншини можна пояснити інтересом М. Драгоманова до протестантизму, який бачив у ньому канал європеїзації та демократизації українського суспільства, поширенням у другій половині XIX століття протестантських течій західного та православного походження на території Російської імперії, одним з основних вогнищ якого стали німецькі колоністи та українське селянство півдня України, та репресії царського уряду до «сектантів», якими він підтримував статус православної країни. Останнє в інтелігенції з ліберальними та соціалістичними поглядами викликало співчуття до переслідуваних, тим більше що політичні та релігійні дисиденти за царського та радянського режимів часто відбували покарання в тих самих місцях, знали одне одного і зазнавали ідеологічного взаємовпливу [див. 611].

Показовою в цьому плані є позиція діаспорного історика Г. Домашовця. Він уважає баптистів єдиним напрямком українського протестантизму, який робить внесок в українську національну культуру. Попередниками української євангельської літератури він називає М. Костомарова з його «Книгами буття українського народу» й М. Драгоманова, наводячи список праць останнього з історії українського протестантизму. За словами Домашовця, «проф. М. Драгоманів... був не тільки симпатиком баптизму, але й стояв ув обороні українського баптизму, писав про те статті, розвідки та тримав зв'язок з англійськими баптистами та радив М. Павликові допомогти українцям у Галичині заснувати УЄБЦ» [97, с. 513] (Українську євангельсько-баптистську церкву). Г. Домашовець твердить, що основний розвій баптистської літератури та преси відбувся за кордоном через відсутність релігійної свободи на українських землях, і на підтвердження цього називає 22 журнали, які видавали українські баптисти в Канаді.

Після легалізації урядом П. Столипіна в 1906 році протестанти займаються практичною журналістикою. Їх видавничі проекти



привертали увагу оглядачів різної політичної та світоглядної орієнтації, що диктувало й тональність відгуків від доброзичливих, що відмічали миролюбну і толерантну ідеологію цих часописів, яка різко контрастувала з братовбивчою пропагандою 1920-х, до упереджених «пресових доносів», у яких «німецьких засланців» обвинувачувано в різноманітних злочинах аж до державного перевороту [див. 278]. Значно кращим було становище протестантської преси в Речі Посполитій: польська влада надавала ширші можливості для релігійних меншин, при цьому вимагаючи від них вірнопідданської позиції та вживання польської мови у виданнях. За таких умов розвій церковної преси стикався з перешкодами порівняно меншого масштабу: бідністю передплатників, нестачею талановитих дописувачів, чужістю польської мови для галицьких селян-українців.

Цю журналістську традицію було перервано на шість років між 1939 (часом закриття протестантських часописів у Західній Україні) і 1945 роком, коли в Москві було створено «Братский вестник» — єдиний періодичний орган радянських протестантів. Історія журналу збіглася з багатьма суперечливими подіями, найболючішими з яких були розкол церкви євангельських християн-баптистів (1959–1963) і переслідування протестантів під час хрущовського правління. Це пояснює, чому публікації часопису породжували рукописні коментарі [190], автори яких використовували оприлюднені на його шпальтах дані в ідеологічних баталіях.

Розкол стався через диктат радянської влади над керівництвом союзу та неприпустимі, на думку опозиції — Ініціативної групи — поступки цьому тискові. З початку 1960-х почали виходити відкриті листи до влади з вимогою розширення релігійних свобод, списки арештованих за віру, а з 1970-х років приблизно п'ять разів на рік оприлюднювано самвидавний «Бюллетень Совета родственников узников ЕХБ». Пожвавлення міжнародного туризму дозволило вивезти представницьку частину протестантського самвидаву на Захід, де його публікація почалася 1968 року з англійського перекладу М. Бурдо [480].

Загострення «холодної війни» та антирадянські настрої на Заході, особливо після виходу «Архіпелагу ГУЛАГ» О. Солженицина в протестантському видавництві YMCA-Press у Парижі, довели існування в СРСР релігійного інакомислення, що викликало низку закордонних досліджень протестантської комунікації на цій території.

Найвідомішою розвідкою з них є книга В. Заватскі «Євангельські християни в СРСР після Другої світової війни» [583]. У ній автор аналізує відмінне уявлення про факт і конфлікт інтерпретацій тих самих подій у легальній та нелегальній пресі баптистів, причини, які породили нелегальну пресу, типи нелегальних публікацій і заходи протистояння влади релігійному дисидентству, а також роль і ефективність самвидаву в інформуванні світової громадськості про релігійне життя за «залізною завісою».

С. Дурасов [501, 502] подає історію п'ятдесятницької преси на території соцтабору, використання вірними цієї конфесії жанрів агітаційної кінодокументалістики, описує ідеологічну боротьбу за радянський радіопростір і виниклі завдяки християнським радіопередачам нові громади.

Українські дослідники писали про «Братский вестник» 1989 року. Тоді вийшло дві брошури, які започаткували нездійснену серію: огляд змісту «Братского вестника» [19] та методична розробка до *критичного* розгляду цього періодичного органу [20].

1993-го року М. Елліотт заснував у США журнал «Вісник церков і служінь «Схід-Захід» («East-West Church & Ministry Report») як довідник для закордонних місіонерів, які працюють на території колишнього соцтабору. Часопис містив низку інформативних статей про стан справ у протестантській журналістиці та книговидаванні на цих теренах. На його сторінках В. Заватскі аналізує стосунки пострадянських протестантів і західних місій. За його словами, «від 1975 року радянські християни від політики виживання перейшли в наступ: вимагали більше Біблій, іншої релігійної літератури, розширення біблійних кореспондентських курсів і додатків до музичних курсів, а зростання тиражу конфесійних журналів» [583, с. 8]. Заватскі визнає, що вже на 1992 рік стало неможливо вести облік конфесійних видань через нестабільність і некерованість журналістського процесу в протестантському середовищі. Масовий характер більшості церковних видань пояснюється прагненням мінімального оповіщення євангельською вісткою максимальної кількості осіб.

Дж. Макнейл критикує якість перекладів західних протестантських авторів, що виходили на пострадянському терені на початку 1990-х: «велика частина євангелізаційних матеріалів, що надходить із Заходу, настільки зле перекладена, що вони не можуть використовувати багато з тих видань без того, щоб сливе завдати

образи освіченості цих людей або створити у них враження, що Євангеліє призначено виключно для обмежених осіб. Якість перекладу багатьох книжок і трактатів, призначених для Росії, не витримує жодної критики. Без сумніву, поспіх західних місій, близький до хаотичної гарячки, зіграв свою роль. Іноді тексти навіть в оригіналі було погано написано та редаговано» [552, с. 1].

Стабільними дописувачами видання з проблематики протестантських медіа є М. Елліотт і Ш. Мампер. М. Елліотт наполягає на необхідності інкультурації для західних місіонерів у роботі на пострадянському просторі [504]; засуджує рекламні прийоми, які приховують релігійну сутність здійснюваних заходів [505]; аналізує ринковий потенціал протестантських видавництв щодо здатності знайти продаваний текст, публікації, маркетингу і продажу. М. Елліотт пояснює домінування перекладів західної християнської літератури придушенням комуністичним урядом «християнського культурного самовираження та цілковитою ізоляцією християн від вищої освіти, журналістики, викладання та друкування» [503, с. 16], називає західні організації, які заохочують діяльність національних письменників і видавців, та робить огляд їх роботи на кінець 1990-х років; аналізує фактори, що сприяють чи шкодять розвиткові національного протестантського книгодрукування, і вважає практику безкоштовного розповсюдження книг західними місіями головною перешкодою для його поступу.

П. Джейкоб і М. Елліотт [536] описують історію приходу протестантської програми «Суперкнига» на радянське телебачення 1991 року, яка мала 300 мільйонів глядачів у Радянському Союзі, Східній Європі та В'єтнамі, була перекладена вісьмома мовами народів СРСР і в цілому отримала п'ять мільйонів листів.

Ш. Мампер ділиться досвідом проведення семінарів для протестантських видавців і редакторів журналів колишнього соцтабору. Вона описує умови заснування протестантських журналів, мотивацію редакторів, їх кваліфікацію, основні труднощі цієї справи, постулює потребу в самоокупних міжконфесійних виданнях, можливості та «підводне каміння» професійного росту медійників, підсумовуючи, що «Видавці журналів просуваються з упертістю натасканого пса, користуючись доступними їм можливостями освіти, намагаючись покращити редакторську культуру та поволі розширюючи наклад. Багато цих редакторів і видавців не вважає себе надто відважними. Озираючись назад, вони схильні характеризувати

свій початковий порив у цю галузь як безрозсудність» [562, с. 11]. У пізнішому огляді Ш. Мампер аналізує зміст протестантських журналів, канали фінансування та обмежені можливості волонтерської праці, досвід їх редакцій, мотивацію видавців і способи виховання національних авторів [242]. Авторка зазначає дефіцит комунікації між протестантськими редакторами та відсутність обізнаності про існування видань одне одного. На її думку, «найбільший потенціал віщує розмір російськомовного християнського ринку — п'ять мільйонів баптистів, харизматів і п'ятдесятників тільки в Росії, Україні та Білорусі. Східноєвропейські країни з найбільшим християнським населенням не можуть похвалитись і вповоловину меншим ринком. Однак розмір, вірніше відстані, становлять і найбільший виклик для видавців християнських журналів» [561, с. 9–10]. Ш. Мампер підкреслює, що недостатньо мати величезний ринок, якщо немає змоги розповсюджувати журнали на самоокупній основі, та називає причини такого становища.

М. Мойл, Г. Деві та Б. Мілн [559] розповідають про зусилля об'єднання євангельських видавництв Центральної та Східної Європи «International Literature Associates», спрямовані на заснування незалежних міжконфесійних видавництв, самоокупних і національно орієнтованих, видавання церковної та євангелізаційної літератури, виховання національних авторів, вироблення функціональної моделі християнського бізнесу та формування когорта співробітників місцевих редакцій, здатних вести життєздатний бізнес і ухвалювати етичні рішення.

В Україні студії протестантських медіа з'являються 1995 року. Курс лекцій В. Любащенко створив тенденцію, не перервану до сих пір: авторка перелічила періодичні видання, видруковувані різними напрямками українського протестантизму [228]. Такий підхід став компонентом пізніших студій В. Докаша і В. Франчука [131], А. Колодного [162], П. Яроцького [467], С. Гурьєвої [84], хіба що додалося називання видавництв і радіостанцій [227]. Після восьмирічного досвіду проведення освітніх семінарів для редакцій протестантських журналів пострадянського простору і Східної Європи Ш. Мампер визнала, що «дотепер ніхто не знає, скільки їх (протестантських журналів — М. Б.) є насправді» [561, с. 9]. Більшу цінність становлять спроби систематизації даних про протестантську пресу. Науковець С. Головащенко подає таблицю видань, випущених в Україні, Росії та діаспорі з кінця XIX століття до першої половини

XX століття [128, с. 276–277], дослідниця О. Назаркіна — за 1993–2000 роки [269, с. 211].

Другим із цих двох авторів є М. Пейтер, чия бакалаврська робота становить оригінальне дослідження теорії протестантського радіомовлення. Використовуючи схему комунікації Г. Ласвелла, автор наполягає на принциповій відмінності християнської комунікації від світської та твердить: «Християнам не слід віддавати журналістику на служіння миру, вони повинні мати свою... ми... можемо і повинні говорити не по-мирськи, освітлюючи події навколишнього світу» [294, с. 20]. Християнську комунікацію, за М. Пейтером, характеризує участь Бога в процесі спілкування мовника та аудиторії. Основою християнської радіожурналістики є біблійна інтерпретація фактів. Вона передбачає духовне відродження слухача; мета християнського радіомовлення: невіруючого — привести до Бога, для віруючого — поглибити стосунки з Ним. Слухач повинен вирішити або на користь вічного життя, або проти нього. Автор визнає, що засоби масової інформації не тільки звертаються до аудиторії, але й створюють її. Діалог з аудиторією повинен будуватися на пошуку спільних інтересів, з яких універсальними є екзистенційна невдоволеність, відчуття внутрішньої порожнечі, самотності, вини, страх смерті. Апеляція до цих потреб може компенсувати нестачу знань про аудиторію. М. Пейтер називає функції християнського радіомовлення: євангелізаційну, духовно-настановчу, навчально-просвітницьку, інформаційну.

В. і О. Шевелєви у своєму інтерв'ю [446] визначають місце радіо в системі місіонерських засобів християнської церкви та називають його переваги: мобільність приймача, задіявання людської уяви дозволяє концентрувати увагу слухача, дешевизну та більшу доступність виробництва радіопрограм, особливо порівняно з ТБ.

Бурхливий ріст протестантської періодики привернув дослідників поза конфесійними межами цієї гілки християнства. 1996 року А. Юраш у дисертації «Українська церква у контексті сучасних політичних конфліктів та комунікативних процесів (історико-політичний аспект)» уперше здійснив представницький огляд протестантської преси України за конфесійним критерієм [456, с. 237–238]. Важливою характеристикою його праці є атрибуція видань, заснованих протестантськими місіями.

Того ж року на цю тенденцію відгукнувся журнал «Людина і світ», запропонувавши С. Мірошниченку провести контент-аналіз релігійних програм у харківському телеєфірі. Журналіст зробив висновок, що «Розподіл ефірного часу за конфесійною ознакою свідчить зовсім не про симпатії населення до певної релігії, а про місіонерську активність тієї чи іншої спільноти в Україні та чи не передовсім про її фінансові можливості. ...61 % усього релігійного телемовлення в Україні припадає на протестантів переважно західного походження... православні ієрархи поступаються Рику Реннеру чи Мерилін Хиккі в ораторському мистецтві та вмінні «тримати» аудиторію» [262, с. 32]. Подальші згадки про протестантів у моніторингу світських ЗМІ України обговорюють проблему тотально неадекватного (в професійному, етичному, правовому, соціальному плані) образу цієї релігійної течії [102, 401, 34], в той час як медіа цих конфесій відійшли на маргінес уваги непротестантських науковців. Виняток становить стаття Ю. Колісника [161], де він розглядає заклики толерантного ставлення до представників інших національностей та релігій у текстах проповідей, надрукованих у журналі німецької євангелічно-лютеранської громади св. Катерини (Київ) «Німецький канал».

Першими навчальними посібниками з протестантської комунікації були тексти лекцій, прочитаних в Україні закордонними викладачами. Я. Гаммонд виступав у Вищій духовній школі (Київ) у 1996–1997 роках. Його виступи стосувалися біблійної основи для видавничого служіння, ролі друкованого слова в церковній роботі, принципів комунікації, оцінки ресурсів редакції та потреб аудиторії, розгляду стадій підготовки рукопису та макета видання [298].

Р. Бродшов [482] підготував огляд праць західних протестантських авторів із міжкультурної комунікації. Ця брошура унаочнює відмінне розуміння комунікації західними та пострадянськими протестантами. Англосаксонці поза мистецькими колами користуються писаним словом набагато ширше, але не сприймають його як єдиний і найкращий спосіб спілкування. Слов'янська ж культура розуміє комунікацію переважно як «високу», книжну. Україна належить до літературоцентричних націй — секуляризованих, із громадянською релігією Культури та вірою в Державу, підтримуваною давнім досвідом диктаторського ладу [див. 16]. Тут плекають сакральний статус писаного слова. Вияв такого підходу — звуження комунікації до журналістики як творення текстів

[287]. Слово «комунікація» дотепер не прижилося серед українських протестантів: приміром, термін Communication Department із «Церковного статуту» адвентистів сьомого дня [588, с. 121–123] постає то відділом із громадських зв'язків [425, с. 89–90] (що звужує його функції до піару), то відділом зовнішніх зв'язків [131] (ніби внутрішньоцерковна комунікація не потребує оптимізації), то відділом інформації [283] (що не передбачає зворотного зв'язку). Р. Бродшов порушує питання комунікаційної теорії, процесу пізнання, принципів комунікації, мовних і невербальних шляхів спілкування, впливу соціальних структур на місіонерську комунікацію, ролі мас-медіа та процесу ухвалення рішень аудиторією.

Помітною публікацією стала оприлюднена 1998 року збірка есеїв «Екологія духу» [216] І. Лещука. У ній можна помітити страх консервативного крила протестантської людності перед ознаками формування в Україні інформаційного суспільства. Автор тлумачить такі ознаки в есхатологічній перспективі біблійного Апокаліпсису. Для церковних кіл ця книжка надовго стала головним джерелом з цієї тематики.

З кінця 1990-х років світські релігієзнавці та історики звертаються до попередніх періодів протестантської журналістики на українських землях. А. Ігнатуша [130] почала вивчати протестантську періодику Східної та Наддніпрянської України 1926–1928-х років як суспільно-політичне явище. А. Ігнатуша розглядає передумови створення, періодизацію та причини закриття видань, їх відгук на тогочасні суспільні та міжконфесійні процеси й роль в інтеграції вірних і зміцненні конфесій.

Приваблює науковців і історія євангельської періодики в Західній Україні, де стабільну увагу привертає євангелічний журнал «Віра і наука» (з 1929 року «Українська реформація»), що виходив у Станіславові та Коломиї в 1925–1939 роках. І. Монолатій [267] охарактеризував зміст цього часопису. В. Глаголюк [72] подав огляд змісту євангелічних видань Покуття 1920—1930-х років, де, крім «Віри і науки», розглянув зміст видань «Приятель дітей», «На провесні», «Хліб щоденний», «Недільна шкілька», «Сіяч», «Прозри!», «Новий світ», «Стяг» під кутом питань релігійного виховання.

Я. Клачков у своїй монографії з історії протестантської журналістики в Польщі 1918–1939 років [541] окремий розділ приділив виданням для українців. Науковець описав історію журналів

«Віра і наука», «Наша правда», «Прозри!», «Стяг», «Єднота», «Знаменія времени», «Гость», «Воскресная школа», «Християнин», «Післанець правди», «Маяк», «Євангелист», «Евангельская вера», «Свет к просвещению», «Читання на щодень», «Християнський союз», «Місіонерський вестник/Zwiastun Misjonarski», «Ewangeliczny Chreścijanin», «Євангельський християнин», «Будівничий Церкви Божої», «Євангельський голос», «Słowo Pojednania», «Християнство», відмічаючи цільову аудиторію, концепцію видань, класифікує типи публікацій. З точки зору дослідника, протестантизм із його пресою був поважним культуротворчим чинником: «Особливе значення мав протестантизм для українців, оскільки через упровадження до літургії української мови він прискорював національне освідомлення значної частини українського населення. Важливо також відзначити, що завдяки протестантизму українство вводилося у коло європейської культури. Цей цікавий під національним і соціальним оглядом процес прилучення до західної цивілізації затримав вибух Другої світової війни» [154, с. 80].

Л. Бородинська [36] оповідає історію журналів євангельських християн у Польщі «Християнин», «Місіонерський вісник», «Євангельський християнин».

Учасники щорічного наукового симпозіуму «Людина і християнський світогляд» (Сімферополь), організованого протестантами, регулярно торкаються теми інформаційного суспільства і впливу технологій на людське життя. Нецерковні особи використовують цей майданчик для тотальної критики медіатизованого сьогодення з консервативних позицій [27, 358, 283, 61, 238, 202]. Протестантських доповідачів теж характеризує критичний пафос [78], однак вони наголошують, що зупинити технологічний розвиток неможливо. Д. Гант [409] твердить, що люди проектують у технологію власну гріховну сутність і вважає, що усвідомлення людиною своєї залежності від Бога дозволить підважити опертя на технологію. Д. Кріді [179] фіксує позитивні, нейтральні, негативні та потворні ефекти використання Інтернету й пропонує низку порад щодо регулювання впливу цього засобу комунікації. В. Комлев полемізує з постмодерністськими презумпціями відсутності смислу на основі розгляду сутності інформації як субстанції натуральної, потенціальної, актуальної, особистісної, моральної, твердячи, що «у світлі Божої реальності



інформація стає чудом, а чудеса — актуалізацією віртуальної реальності» [172, с. 123].

У 2000-ні роки увага протестантів до мас-медіа стає систематичною. Це можна пояснити формуванням прошарку церковної інтелігенції, яка здобула світську освіту, повсюдним зниженням ефективності спонтанної євангелізації, що змушувало задуматися над необхідністю вироблення професійних вимог до роботи місіонера, а також над засвоєнням нових форм присутності церкви у світі, у тому числі через ЗМК. Протестантська мемуаристика збирається ентузіастами, щоб стати матеріалом праць з історії цих конфесій. У ній знаходиться місце і для розділів про церковні медіа.

В. Франчук [406] подає історію п'ятдесятницьких журналів «Примиритель», «Євангельський голос», «Євангелист», «Голос правди» (пізніше «Слово правди»), «Проповідник Євангелія», які виходили на українських землях. Дослідник зазначає функції часописів, робить огляд публікацій, подає короткі біографії членів редакції та основних дописувачів, називає географію розповсюдження.

Спогади М. Жукалюка [109] містять розповідь про увірування його батьків після прочитання християнської брошури, роль російського перекладу Біблії в духовному рості волинських протестантів, роботу християнських колпортерів (мандрівних продавців літератури), диспут навернених у протестантство селян із православним священиком на вимогу останнього; про підпільну видавничу діяльність 1970-х років: набір на друкарських машинках уроків суботньої школи, щоденних і щорічних молитовних читань, перекладних богословських праць, виготовлення саморобних друкарських верстатів; методи проведення євангельських кампаній після падіння СРСР.

Пізніша розвідка М. Жукалюка розповідає про комунікацію адвентистської церкви в Західній Україні за 120 років побутування в цьому регіоні. Автор викладає історію релігійного колпортерства і виступає за помірковану модернізацію церковної комунікації: «не слід нехтувати уже випробуваними в минулому методами, удосконалюючи їх сучасними досягненнями науки і техніки. Відомо, що сьогодні найбільш зростаючими кількісно і якісно дивізіонами і уніонами є ті, які застосовують увесь потужний потенціал писаного Слова. <...> На церковних з'їздах і нарадах їхні учасники і керівники говорять багато і про все, тільки не про літературний євангелізм»

[110, с. 167]. Подано статистику видавничої діяльності цієї конфесії в Україні.

Виникають українські посібники для протестантських журналістів. Природно, їх зміст обертається довкруги роботи працівника пера — професіонала чи ентузіаста-волонтера.

Підручник П. Павлюка [287] викладає основи журналістської майстерності: мотивацію професії журналіста, збір і опрацювання інформації, жанрологію журналістики, редагування своїх творів, спеціальні рекомендації для християнських журналістів, етичні принципи репортера. Спеціальний розділ автор присвячує необхідності створення методичних посібників із журналістики на профільних факультетах християнських ВНЗ.

Настання цифрової епохи визначило те, що більшу перспективність у справі журналістської освіти виявили менш формальні, «горизонтальні», мережні об'єднання протестантських медійників.

Співробітники херсонської газети «Для ТЕБЯ» Т. Дьяченко і О. Заднепряна уклали матеріали журналістських курсів [112] для розширення авторського складу свого видання. В основі посібника лежать роботи Г. Лазутіної, О. Тертичного і Д. Рендола. Створений паралельно, курс обговорює майже ідентичні з посібником П. Павлюка теми: особливості журналістських текстів, пошук ідей для журналістського твору, збір інформації, методику інтерв'ювання, основи журналістської стилістики, вимоги до журналістської фотографії, організацію журналістської праці та основи редагування.

Пізніший посібник Г. Мохненка [268] має справу з оптимізацією внутрішньоцерковної комунікації. Його зрілість виявляється в комплексному підході до проблеми, більшій увазі до зворотного зв'язку, увазі до міні-медіа, акценті на дублюванні інформації різними засобами комунікації. Г. Мохненко розглядає проблему кадрів у інформаційному служінні, принципи подання інформації та неминучі її втрати під час передавання, що диктує необхідність повторів і конкретизації аудиторії, варіанти структури інформаційного служіння всередині церкви чи деномінації, а також способи використання інформаційного листка, міні-буклетів, оголошень на домашніх групах, службових записок і недільної проповіді, стендів у приміщенні церкви, фотознімків, слогану і логотипу церкви.

Розповсюдження Інтернету створило нові можливості для інтеграції протестантських медійників і систематизації даних щодо церковних ЗМК. Інтернет-євангелізм став у церковному середовищі найпопулярнішим напрямом громадянської журналістики.

Українські медійники брали участь у конференціях «Євангеліє в Інтернет», які проходили у Росії 2001–2004 років. Як у випадку з курсами газети «Для ТЕБЯ», тези доповідей було виставлено онлайн. Виступи стосувались ідеології Інтернет-служіння, інструкцій для початківців, упорядкування християнської інформації в Інтернеті, бізнесу в Інтернеті, Інтернет-євангелізму, внутрішньоцерковної Інтернет-комунікації, редагування мережних ЗМІ та взаємин Інтернету зі світом офлайну.

У 2002–2006 роках Євроазіатська акредитаційна асоціація (Одеса) очолила дослідницький проект «Історія євангельського руху в Євразії». У результаті було випущено п'ять дисків з архівними матеріалами (більше ніж 3000 документів) і бібліотекою. На дисках, зокрема, подано фотокопії легальної преси протестантів — зміст журналів «Гость» (Санкт-Петербург) за 1917 рік, «Баптист» (Москва) за 1925–1927 роки, «Християнин» (Ленінград) за 1926 і 1927 роки, «Баптист Украины» (Харків) за 1926–1928 роки, «Євангелист» (Одеса) за 1928 рік, «Примиритель» (Данциг) за 1929–1931 роки, «Маяк» (Лодзь) за 1933 рік, «Братский вестник» (Москва) за 1945–1993 роки; корпус жандармського листування з «сектантської» проблематики, яке зокрема стосується заборон на різні аспекти редагування періодичних видань, вилучення в окремих осіб і з обігу протестантської періодики та літератури, публікації православної преси про протестантів; нелегальна преса: «Братский листок» за 1969 і 1970 роки, рукописний журнал «Євангельский призыв», «Вестник истины» за 1976–1994 роки, «Бюллетень Совета родственников узников ЕХБ» за 1982–1984 та 1986 роки; радянські публікації про протестантів, а також відгуки закордонної протестантської періодики про візити баптистських служителів за межі соцтабору.

З першої половини 2000-х років протестанти почали робити академічну кар'єру в світських ВНЗ. Так, А. Жаловага аналізує комунікативний потенціал протестантської проповіді, зазначаючи, що вона є «найбільш авторитетним джерелом релігійної інформації, головним засобом формування й закріплення християнського уявлення про людину у свідомості віруючих... одним з основних каналів релігійної комунікації. ...проповідь може бути використана і

як джерело аналізу трансформацій менталітету тієї аудиторії, якій вона адресована, і як засіб для вивчення християнського світогляду нашого часу, документом якого вона є» [106, с. 31–32].

О. Назаркіна наводить широкий соціологічний матеріал, який дозволяє побачити контекст протестантської комунікації та зрозуміти ментальні установки вірян (зокрема, антиінтелектуальний ухил церков радянського часу), причини заборони перегляду телебачення в традиційних баптистських і п'ятдесятницьких громадах, нелінійний розвиток церковної комунікації: «закриття (в Донецькому християнському університеті — М. Б.) 1998 року програми «Християнське радіомовлення», яка була спрямована виключно на місіонерську діяльність у галузі засобів масової інформації» [269, с. 112], розглядає роль протестантських ВНЗ у зміні цього становища. О. Назаркіна показує місце місіонерської діяльності в комплексі завдань церкви, називає причини негативного ставлення до виступів західних телепроповідників із боку частини українських громадян, наводить статистику росту числа церковних періодичних видань і результати власного опитування щодо ефективності релігійної реклами.

М. Мокієнко описує протестантську комунікацію за відсутності релігійної свободи, зокрема, прийом релігійних радіопередач із-за кордону, колективне прослуховування (згодом перегляд) касет релігійного змісту. Дослідник подає періодизацію євангелізаційної роботи протестантів у незалежній Україні, виокремлюючи труднощі, що виникали в цей час. За М. Мокієнком, важливість медіатизованого інформаційного обміну зростає в процесі «сіяння» — на другому етапі «трифазного» євангелізму. Це «звернення до розуму через відкрите спілкування, що включає в себе особисте свідчення, книги, касети, вивчення Біблії, спілкування, проповіді та навчання». З другої третини 1990-х відбувається перехід до проповіді через ЗМІ. Наразі медіа відіграють поважну роль у просвітницьких ініціативах церков — дискусіях із космогонії ( креаціонізм vs. еволюція), навчанні основ сім'ї та шлюбу, здорового способу життя. М. Мокієнко зазначає, що «особливу увагу пізніх протестантів сконцентровано на розвитку благовістя з допомогою інформаційних технологій та ЗМІ, що, на їх переконання, повинно стати «одним з пріоритетів Церкви третього тисячоліття» [263, с. 297, 299].

На першу половину 2000-х припадає і зміцнення п'ятдесятницько-харизматичного руху в Україні, який починає претендувати на роль представника християнської ойкумени в озвучуванні її соціально-політичної позиції перед суспільством. Завдяки увазі до електронних медіа, які в багатьох країнах «стали частиною п'ятдесятницького самовизначення» [471, с. 9], та послідовному християнському екуменізмі засновані харизматами ЗМІ зайняли нішу загальнопротестантських медіа. Експансіоністська стратегія харизматів вирізняє їх із-поміж поміркованіших журналістських підходів пізньопротестантських течій.

2000-го року С. Вельбовець очолив створення порталу *invictory.org*, що було початком формування медіаконцерну «IN VICTORY Media» з офісом у Києві. За його словами, на кінець 2006 року «на портал заходять більше ніж мільйон разів на місяць із шістдесяти країн світу» [148, с. 4]. 2003-го року С. Вельбовець започатковував журнал «IN VICTORY», що регулярно поміщає інтерв'ю з протестантськими пасторами, які проявляють активність у медіасередовищі, та враховує частоту згадок їх імен у християнських медіа пид час складання рейтингу «Люди року, які вплинули на християнство». Ці інтерв'ю містять інформацію з історії протестантського руху в Україні та на російськомовному просторі [354], ілюструють сучасні методи церковної комунікації протестантів [356]. Журнал ознайомлює читачів із тенденціями у світовому християнстві, інтерв'юючи аналітиків, бізнесменів, науковців, діячів культури, які допомагають церквам адаптуватися в цифровому світі. Другим типом публікацій є огляди церковної роботи, де аналіз ефективності комунікації протестантських деномінацій є наскрізним мотивом [28, 302]. Третій тип — представлення місіонерського потенціалу нових медіа [273].

З 2004-го року з ініціативи Р. Кухарчука було створено всеукраїнську Асоціацію журналістів-християн «Новомедіа». Того ж року почалося проведення щорічних конференцій Асоціації, на яких церковні аналітики (як правило, медійники-практики) проводять семінари за двома основними напрямками: практичні аспекти масово-комунікаційної діяльності та перспективи церковної роботи в/через ЗМІ. Реалізація аудіо- та відеозаписів цих семінарів зробила їх популярними посібниками серед зацікавлених осіб: мультимедійна інформація легше засвоюється телевізійним поколінням, ніж друкований текст. 2005-го року почався щорічний випуск

корпоративного бюлетеня «Новомедіа». Як і слід сподіватися, він містить стратегічні положення та офіційні заяви Асоціації, звіти проведених заходів і оголошення майбутніх подій. Більшість матеріалів оперативно прочитується в електронному вигляді на сайті Асоціації в електронному листуванні, тож бюлетень призначено охоплювати офлайнову аудиторію, бути візиткою та архівом організації.

П. Александров випустив брошуру з текстом своєї доповіді на конференції Асоціації християнських журналістів у Санкт-Петербурзі 2004 року. Автор твердить, що «найглибша причина аморалізації медіа лежить не в економічній моделі країни або політичному режимі, а в моральній основі журналістики» [4, с. 3], і заперечує тезу про її ідеологічний нейтралітет. Учень професора Й. Лося, П. Александров розглядає історичний розвиток гуманізму як моральної основи сучасної журналістської освіти, робить порівняльний аналіз гуманістичної та християнської основ масової комунікації, виявляє роль і місце християнської журналістики в житті суспільства, її методологію, соціальні функції та перспективи розвитку. Автор вважає, що християнська етика може бути основою моральної (відтак, соціально відповідальної) журналістики, підставою самоцензури журналіста і самообмеження медійного світу в його тяжінні до прибутків і влади.

У 2004–2006 роках Т. Бойко випускав газету про християнське книговидання «Книгоноша» (з 2010 року вона виходить в електронній версії). 2008 року було створено Асоціацію християнських видавців України, видавництва-члени якої займаються підтримкою християнських авторів через конкурс християнської літературної критики, школу християнського книговидання, публікацію відповідних посібників [137].

О. Єфетов є впливовим аналітиком місії християн в Інтернеті. Публікуючи у своєму блозі [evangelism.ru](http://evangelism.ru) висновки кількарічних студій англомовних досліджень у цій галузі, О. Єфетов наголошує, що Інтернет є одним із головних джерел релігійної інформації для сучасного містянина. Приступність величезної кількості різнобічної інформації, анонімність користувача, відсутність фізичного контакту зі співрозмовником, майже абсолютна гарантія конфіденційності роблять Мережу гідним спадкоємцем храмової бібліотеки, молельні та сповідальні. Відтак, справжнім викликом для церкви є потреба використання новітніх технологій у своїй місії. Для підготовки

достатньої кількості волонтерів необхідно створити масу онлайн-ресурсів із цієї проблематики: призначених для залучення християн, які прагнуть служити в цій галузі; скерованих на церкви, що бажають почати Інтернет-місію; нарешті, орієнтованих на відчутні потреби нецерковних осіб, вдоволення яких викличе інтерес останніх до Євангелія й церковної спільноти. Останній підхід має назву стратегія мосту й полягає в такій ідеї: сучасна людина хоче впевнитися в ефективності ідеї/пропозиції/методики, перш ніж вона погодиться на її прийняття/практикування. Оскільки релігія «в чистому вигляді» найімовірніше не буде запотребувана світською публікою, є резон показати шляхи застосування біблійних рекомендацій у цінних/звичних для неї галузях — спорті, здоров'ї, сексі та взаєминах, особистих проблемах, хобі, туризмі, гуморі, мистецтві тощо.

2006-го року інформантство [news.invictory.org](http://news.invictory.org) розпочало проведення веб-конференцій, де питання ставлять читачі ресурсу. Завдяки популярності порталу вони перетворилися на великі інтерв'ю; наприклад, веб-конференція директора телеканалу CNL М. Максимова містить 69 блоків запитань і має загальний обсяг 48 тисяч знаків. В очах редакції порталу медіа є легітимним мостом у церковну «еліту»: гостями цих конференцій були директори та адміністратори телеканалів, продакш-студій та радіостанцій, блогер і редактор друкованого журналу, публіцист, телеведуча, режисери, відеооператор, продюсери, видавці та дистриб'ютори християнських книг. Ці інтерв'ю є джерелом інформації про мотивацію протестантських медійників, обставини та методи їх роботи, способи додання труднощів, досягнення і плани.

О. Лахно описує підпільну видавничу діяльність радянського часу Спільноти церков євангельських християн-баптистів: указує основні збірні архівних матеріалів з теми, подає історію баптистського самвидаву — видань «Братский листок», «Вестник истины», «Бюллетень Совета родственников узников ЕХБ», видавництва «Христианин», оцінює кількість і міру поширення нелегальної літератури серед віруючих, загальну продуктивність видавництва. О. Лахно зазначає використовувані технології: двобічний друк, «трафаретний, склографічний, фототипічний, гектографічний (так звана «синька»), і, нарешті, офсетний», спосіб виготовлення друкарських форм. Привертає інтерес аргументація вимог звільнити заарештованих співробітників видавництва «Христианин», фактори,

які служили запорукою тривалої підпільної видавничої діяльності, а також висновок автора, що «підпільний друк СЦ ЄХБ дав поштовх політичному самвидаву «шістдесятників», по суті, ставши складовою опозиційного руху радянського дисидентства» [205, с. 49, 51; див. 187].

П. Павлюк постулює актуальність релігійної інформації в сучасному світі, що, на його переконання, у християнській журналістиці контрастує з відсутністю інституту зовнішніх кореспондентів та роботи з авторами через, зокрема, нерозуміння важливості цієї праці церковною громадськістю. Низький попит на журналістську освіту всередині церков підкріплюється тим, що держава не визнає дипломи релігійних навчальних закладів. На думку автора, «важливо створювати християнські твори мовою та стилем, що буде зрозумілий сучасній культурі. Саме зараз ми повинні усвідомити, що в боротьбі за серця та розум людей у сучасній культурі нам доведеться виступати під прапором якості, який демонструватиме смислову цінність наших творів» [34, с. 155].

У другій половині 2000-х років у протестантському середовищі (переважно в молодіжній пресі) виникла низка спроб критикувати конкретні медіа, досліджувати практичні ефекти їх використання, виходячи з медіасередовища як даності та вдаючись до раціональної аргументації та практичних порад. Це критика комп'ютерних ігор [188], надмірної уваги до мобільного зв'язку [246, 76], порнографії [465], профілактика залежності від Інтернету [68, 91] і телебачення [430], тощо.

Доктор філософських наук М. Черенков є одним із провідних аналітиків пострадянського протестантизму. У своїх численних виступах він аналізує духовний стан світської медіакультури та закликає протестантів «здійснити перехід від підпільної субкультури до повноцінної культурної реальності. Християнство повинно стати гідною альтернативою знебоженій культурі» [434, с. 28]. М. Черенков вважає незалежні християнські ЗМІ важелем модернізації церковного середовища й фактором громадянського суспільства [431, с. 268, 416, 480, 508], закликає до професійних стандартів у всіх аспектах християнського життя [376], зокрема в журналістиці, докоряє церковній людності за некнижність, відсутність наукового підходу в її діяльності («тисячі служителів із пострадянських країн мандрують світом у пошуках фінансів. Вони із задоволенням купляють техніку й одяг, але не готові витратити кошти на придбання ідей» [433, с. 129]),



міжцерковні конфлікти, надмірний консерватизм, маргіналізацію в суспільстві, відмову від спроб щось змінити й прагненні зосередитися на збереженні традицій. Автор переконаний, що «залізна завіса» не тільки ізолювала протестантські церкви від Заходу, але й захищала від інформаційного перевантаження, яке настало з крахом атеїстичної системи. Це перевантаження часто приводить до дезорієнтації в медійному просторі. Однак «активність християнських церков не дорівнює їх професіоналізму. Як правило, ринок християнських ЗМІ закритий від конкуренції із зовнішнім світом, тому регулюється аж ніяк не професійними принципами. <...> Євангельські церкви... потребують ефективної інформаційної специфікації, резонансної ретрансляції самоідентичності. <...> Незважаючи на те, що спектр питань, поставлених перед церквами суспільством, доволі широкий, відповіді даються лише на ті, які цікаві самій церкві, причому формулюються відповіді внутрішньоцерковною, малозрозумілою для суспільства, мовою. Дуже складно розгледіти за набором біблійних цитат позиції церков стосовно специфічних проблем культури, освіти, політики, економіки. Очевидно, що крім цитування, абстрактного моралізаторства, емоційної проповіді, ідентичність церкви й суть її послання суспільству може бути виражено в богословських текстах, аналітиці, публіцистиці, науково-популярних статтях, художній літературі, якісній новинарній інформації про резонансні суспільні події, коментарях служителів зі злободенних тем. ...медіапозиція євангельських церков... вимагає глибокої мотивації та богословського обґрунтування зв'язку інформаційного представництва, церковного служіння, місії церкви у світі» [433, с. 165–167].

У дисертації О. Спир «Соціально-політичні і соціокультурні імплікації пізнього протестантизму в процесі трансформації українського суспільства» [374] цій проблематиці присвячено окремий розділ. Авторка оговорює труднощі входження євангельських церков в інформаційний простір, мотивацію протестантів до масово-комунікаційної діяльності, перелічує десятки періодичних видань. Поділяє ЗМІ на а) орієнтовані на внутрішньоцерковне середовище і б) загальнопротестантську аудиторію, та аналізує специфіку змісту обох типів видань. Виокремлює конфесійну стилістику: «Особливістю періодики ЦАСД є есхатологічність світосприйняття, баптистської — тлумачення біблійних доктрин часто в історичному контексті, харизматичного —

закликом до суспільно-соціальної активності». Спис подає заснування Асоціації «Новомедіа» як крок у бік професіоналізації медійної роботи церков, програму і діяльність Асоціації, результати медійної активності протестантів — захист церков у інформаційних війнах, осуд проявів аморалізму в Україні та світі, розширення проблематики видань.

Д. Глік [73] аналізує причини приєднання українських громадян до баптистської церкви. Проведене автором опитування дозволяє судити про роль медіа в цьому процесі.

2008-го року Міжнародна маркетингова група провела маркетингове дослідження потенційної та наявної аудиторії «Світлого радіо Еммануїл» (Київ) [250].

На думку С. Свистунова, відтік молоді з пізньопротестантських конфесій (баптистів, п'ятдесятників, адвентистів) і свідків Єгови пояснюється, головним чином, тотальною забороною цих церков на використання «інформаційно-комп'ютерних досягнень»: мобільних телефонів, відеозйомки, перегляду відеопродукції та світського ТБ, виходу в Інтернет, слухання нецерковного радіо. «Безумовно, — твердить дослідник, — це є найважливішою причиною переходу молоді в лоно неохристиян. Від протестантів переходять не тільки у споріднені протестантські громади, але і в православ'я, чого, практично, не спостерігалось в останні двадцять-тридцять років. Багато в чому винуваті самі керівники громад, коли обмежують внутрішні комунікації молоді лишень самою релігійною догматикою та псалмами» [350, с. 177, 178]. Складно погодитися з думкою науковця хоча б з огляду на масу розвинених Інтернет-ресурсів, контент для мобільних пристроїв, телеканали та радіостанції, створені та підтримувані переважно молодими членами пізньопротестантських деномінацій, однак його пафос підкреслює актуальність цієї теми для церковного середовища.

М. Пальчинська [289] фіксує зростання ролі ЗМІ, перш за все Інтернету, в роботі релігійних організацій України. Тут знаходимо короткий перелік протестантських видань і намагання визначити їх специфіку. Також авторка пробує сформулювати критерії оцінки релігійних медіа.

Л. Жакун [105] розглядає історію баптистської періодики з її виникнення в кінці XIX століття до сьогодення. Авторка описує сталий опір Всеросійського союзу євангельських християн ідеї заснування україномовного журналу та перипетії протестантської

преси в Другій Речі Посполитій, подає тематику журналів євангельських християн і баптистів, перелічує функції цих видань.

О. Опарін [278] реконструює генеалогію російськомовних журналів адвентистів сьомого дня на широкому історичному тлі. Робота цінна залученням великої кількості архівних матеріалів.

О. Мокренчук [266] має прагматичну позицію: «давно вже наспіло не роздумувати про релігійну журналістику, а робити її». На її думку, світські журналісти не можуть працювати з релігійною темою, бо сферу віри неможливо осягнути теоретично; не може журналістика бути і «християнською», бо кожен твір, що претендує на такий статус, вимагає адекватного виконання і наповнення. Мокренчук уважає, що пряма мова, репортаж кращі від аналітики, і пропонує шукати сюжети в життєвих історіях осіб, що стикнулися з надприродними переживаннями, кладучи в основу їх свідчення.

О. Добродум доходить висновку, що «тематика протестантизму є імпліцитною для Рунету зокрема та Інтернету в цілому, протестанти є резидентами Всесвітньої мережі, використовуючи останню з апологетичною метою». Її розвідка «з усією наочністю демонструє процес зростання high-tech у протестантському служінні, місіонерстві та євангелізації. <...> Можна припускати, що вони будуть усе активніше освоювати онлайнний простір» [95].

Тема протестантської комунікації зазнає повільної легалізації в церковному та світському науковому середовищі України. На сьогодні відносно сформовано уявлення про розвиток протестантської комунікації України до 1990 року. Однак більшість згаданих робіт — це первинні джерела, принагідні згадки, публіцистичні виступи, вузькоспрямовані прикладні посібники. Вони не утворюють цілісної картини, залишають масу аспектів аналізованої теми поза увагою; деякі з них містять приголомшливі ляпсуси, відтворюють стереотипи й міфи з політичної та атеїстичної пропаганди, хибують на одnoboku подачу матеріалу.

Найближчим контекстом протестантської комунікації України є журналістика євангельських церков країн колишнього соцтабору. Матеріалом до її вивчення є діалоги [42], інтерв'ю [300], веб-конференції, стенограми «круглих столів» [185], наукові статті [310, 276].

З 1997 року Санкт-Петербурзька газета «Мирт» почала виходити як огляд ринку протестантських видавців. Це провідний орган протестантської інтелігенції пострадянського простору. З її

публікацій довідуємося про попередників дистрибутивної системи християнської літератури [140], результати опитування читачів [438], знаходимо рецензії книжкових новинок і обговорення дискусійних питань.

М. Неволін [270] подає періодизацію протестантського друку. Перший етап, який він називає «дитячим», припадає на початок 1990-х років. Це час інформаційного голоду та духовного вакууму, коли ажіотаж викликав збільшення кількості книг, що виходили на ринок, за найнижчої якості поліграфії або перекладу. Другий етап — це початок 2000-х. Він характеризується серйознішим ставленням до текстів, зростанням якості перекладної літератури, осмисленішим підходом до відбору книг для перекладу, коли більшість видавництв вибирала свою нішу. Третій період акцентує розвиток національної автури.

У пізнішому виступі М. Неволін висловлює каяття в переоцінці церковних ЗМІ. На його думку, головними їх проблемами є: 1) невизначеність із цільовою аудиторією. Намагання охопити «всіх» звужує ефект; декларована та реальна аудиторії відрізняються, і ніхто не робить опитування через страх виявити дійсну картину; спонсори видають бажане за дійсне; християнський медіапродукт не приваблює позацерковних осіб, християнські ЗМІ не навчилися спілкуватися з людьми за межами своєї субкультури; 2) фінансування. Церкви не бажать дотувати ЗМІ, бо не бачать зв'язку між їх розвитком і числом парафіян конкретної громади. Читачі не хочуть бачити рекламу в християнських ЗМІ, бо вважають це проявом світськості і не прагнуть платити самі. ЗМІ не мають прозорого бюджету і чіткого графіку виходу; 3) актуальність і незалежна позиція. Відбувається з'єднання журналістики з піаром, обговорення внутрішніх питань або неіснуючих ідеалів, де недоліки пояснюють виключно зовнішніми причинами; 4) творчі проблеми: переоцінка ваги технічних питань, передрук чужих матеріалів, шаблонність. Застарий формат радіостанцій: дитячі інтонації, награна емоційність замість необхідних інформативності, оперативності, прямого ефіру та інтерактивності.

М. Неволін підкреслює потребу не в християнських журналістах, а в журналістах-християнах: «Покликання на те, що євангельських віруючих не пускають у світські ЗМІ, як мені здається, некоректні. Будь-які ЗМІ потребують якісний продукт. Поки ж, на жаль, мало що

можна запропонувати... якісно, а не у формі пропаганди конкретної деномінації» [271, с. 185].

Впливовий баптистський публіцист І. Подберезький наголошує на незмінності друкованих текстів для всіх верств церкви, робить тематичний огляд книжкової та журналістської продукції російських баптистів, критично оцінює якість перекладів. У своєму доробку 1990-х років автор коментує острах церкви перед електронними ЗМІ, підкреслює переваги нових медіа та закликає християн до їх використання: «Природно, багато що в «техніці» західних телеєвангелістів неприйнятно для росіян: у нас інша культура усного слова, інша манера спілкування з аудиторією. Від своїх традицій негоже відмовлятися. Але виходити до широкої аудиторії треба. Зараз проповідники нашого братства практично не мають доступу до теле- і радіоефіру через явний перекіс на користь історичної церкви» [303, с. 229].

Наступна збірка його творів реагує на іншу крайність — початкову переоцінку вірниками можливостей Інтернет-служіння: «Воно настільки захопило деяких християн, що в 2001 р. було висунуто гасло «Перестаньте будувати храми, розвивайте Інтернет!» <...> Однак навіть в Америці, де більш ніж половина населення має доступ до Інтернету, цей заклик визнали недоречним. <...> Віртуальне спілкування з Богом і одновірцями через Інтернет ніяк не може замінити реальне спілкування в храмі, де явно відчувається присутність Бога, де ми беремо участь у Вечері Господній, де лунає живе слово проповідника, де ми слухаємо піснеспіви і співаємо самі, де ми молимося й беремо участь у всякого роду служіннях» [301, с. 3].

І. Подберезький визначає характеристики протестантських ЗМІ: спрямованість на євангелізацію, неодмінне коментування інформації, претензії на зарозумілість, песимізм, поступове зростання професійного рівня, формування терпимості до інакодумання за паралельного росту фундаменталістських тенденцій. Автор піддає сумніву ефективність медіатизованого свідчення євангельського вчення, віддаючи перевагу особисто почутому слову проповіді або індивідуальному спілкуванню. І. Подберезький твердить, що широке використання нових комунікаційних технологій не долає їх обмежень, і заперечує ідею безмежної влади медіа: «Людина є непередбачуваною, нею можна маніпулювати лише постільки, поскільки вона сама погоджується на таке маніпулювання» [302].

І. Латухін використовує формат рецензії на книжку М. Маклюєна «Розуміння Медіа», щоб постулювати неминучість змін, що їх приносить технологічний розвиток, та підготувати ґрунт для апології телебачення як найбільш демонізованого протестантами ЗМІ: «Телевізія є, перш за все, засобом комунікації, що вимагає творчої активності та учасної реакції. На фоні телебачення преса, кіно і навіть радіо — не більш ніж упаковочні засоби для споживачів». Автор прикладає класифікацію Маклюєна до церковної комунікації: «холодна» проповідь дає слухачам можливість домислювати, залишає місце для «благоговіння перед таємницею». «Гаряча» проповідь прагне зробити послання гранично ясним, розставити всі крапки над «і». Однак якщо з тижня в тиждень паства слухає такі «гарячі» проповіді, одного дня настає момент, коли слухачі перестають щось сприймати й розуміти. Тільки це вже не благоговіння перед таємницею, а, радше, скептицизм агностика». Латухін використовує маклюєнівську класифікацію комунікаційних епох (усна, письмова, друкарська та електронна) для коментування технологічної зумовленості осьових явищ юдео-християнської традиції: з'яви біблійних книг у добу письмової культури, канонічного факту — Реформації, уможливленої книгодрукуванням, та разом з іншими протестантами-дослідниками постмодерну усвідомлює, що електронна технологія парадоксально наближує сучасну людину «до мислення біблійних авторів і мислення людини усної культури» [204, с. 41, 47, 51].

С. Філатов і Р. Лункін [400] розглядають образи протестантизму і православ'я у світських ЗМІ, які «найповніше віддзеркалюють народні уявлення про християнські цінності в масовій свідомості сучасних росіян. <...> Очевидно, що тільки ЗМІ з багатомільйонною аудиторією здатні створити дійсно масовий образ Православ'я і протестантизму. <...> Полярність тих якостей та дій, які часто приписуються, з одного боку, Православ'ю, з іншого боку, протестантизму, яскраво демонструють бажання вписати православну або протестантську церкви в суворо визначений громадський та культурний простір». На переконання авторів, медійні образи і православ'я, і протестантства однаково перекинуті й чужі реальному змісту релігійного життя. Їх негативи й позитиви «ніяк не пов'язу[ю]ться із сутністю віровчення». Дослідники вважають, що ця ситуація походить від глибокого невдоволення, розчарування,

комплексу поразки у свідомості росіян, де лубочне уявлення про православ'я функціонує в якості компенсації.

Д. Таєвський [385] розширює це питання на історію недержавної, неофіційної релігійності на російських землях. «Замість дослідження правдивих соціальних причин, що сприяли виникненню агресивних комерційних культів, журналісти займалися виключно висвітленням подій у «жовтому» світлі, цебто описом сенсаційних сцен і деталей подій, пов'язаних із цими сектами», — наголошує автор. На його думку, владні репресії стосовно «сект» суперечать свободі совісті й ставлять журналістів, що виправдовують такі дії влади, у ряд захисників тоталітаризму. Д. Таєвський відмічає відсутність професійної підготовки журналістів у галузі релігієзнавства. Пострадянські ВНЗ відмовилися від завдання розкрити мультирелігійну картину світу; російське релігієзнавство повторює помилки радянської науки і ставить науку на службу політиці. Це зумовлює нестачу компетентних джерел із теми. Автор аналізує систематичні порушення журналістської етики в розкритті цієї теми. Замість експертних оцінок журналісти займаються тотальною критикою. Це не має жодних наслідків для журналіста, викликає захват читацької аудиторії від його «сміливості», а релігійну громаду ще сильніше замикає всередині себе. Медійники множать стереотипи, готуючи матеріал без знайомства з лідером «секти» та героєм нарису, обмежуючи коло інтерв'ююваних його далеко не безсторонніми родичами. Має місце побутове сприйняття релігійних явищ, проектування окремих проявів на релігійний рух у цілому, інтуїтивна рецепція відмінності «правильної» релігії від аналізованої девіації. (В Україні цю тематику порушила О. Никитченко щодо так званих нових релігій, що виникли в другій половині ХХ сторіччя [272]).

В. Бачинін [25] оповідає про інформаційну діяльність Асоціації «Союз християн», важливим складником якої є робота супутникового телеканалу «ТБН» («Телемережа благих новин»). Автор вивчав досвід трансляції його програм у виправних закладах Росії, зокрема, він наводить результати опитування реакції ув'язнених на цей інформаційний продукт. Він бачить велику перспективу щодо християнських ініціатив у російських мегаполісах, наводячи приклад синдикації протестантських медіа з телеканалом «ТБН». Оригінальним внеском В. Бачиніна є розробка теологічної бази євангельського медіасередовища. Її складниками він вважає принцип

христоцентризму як християнського світогляду мовців і сприйняття природи й потреб аудиторії в перспективі християнської антропології, право особи ознайомитися з основами християнського віровчення, її право на духовну безпеку — реабілітацію християнської спільноти в очах громадськості та надію на Бога як екзистенційне опертя, християнську віру й церкву як джерело ідентичності, толерантність як основу соціальних стосунків.

О. Попов розглядає баптистський журнал «Братский вестник» через призму інтегративної функції. На думку автора, церковні ЗМІ значною мірою визначають обличчя конфесії. Відкриття нових періодичних видань у пострадянській час відбувалося під гаслом відродження традицій євангельського руху початку ХХ століття, але при цьому ставлення до недавнього минулого братства було радше негативним. О. Попов наголошує, що «поневажування історичних традицій євангельських християн-баптистів післявоєнного періоду... було згубним для нашого братства» через відсутність переємності. Спільне видання з'єднувало церкву, протистояло розпорошенню переслідуваних віруючих. Публікація новин світового баптистського руху давала «розуміння масштабності дій Божих». Через брак духовної літератури опубліковані проповіді давали духовну поживу. За відсутності євангельських освітніх закладів «Братский вестник» узяв на себе функцію недільної школи та семінарії»: публікував довідкову інформацію та лекційні матеріали. Після відкриття Московської баптистської семінарії 1968 року журнал «відтворив... усі курси цього навчального закладу, фактично надавши широкому колу читачів можливість самостійно здобути повноцінну духовну освіту» [309]. Дописувачі журналу мали відчуття історичності, відтак, одним із найпопулярніших жанрів часопису була біографія. «Братский вестник» вів хроніку церковного життя, постаючи цінним історичним джерелом.

Д. Ватуля розповідає історію протестантського радіомовлення в Росії, дорікаючи своїм колегам за упущені можливості початку 1990-х років. Тоді була змога оформити ліцензію, а за президентства В. Путіна, твердить автор, умови для християнських мовників значно погіршилися. Останні або розміщуються за межами Росії, або «представляють офіційну доктрину православної церкви, або мають малі неліцензовані супутникові операції, що їх складно відстежити чиновникам». Д. Ватуля розповідає, що до середини 2000-х протестанти виступали по федеральних каналах Радіо «Росія» і



«Маяк», але «між 2003 і 2006 роками управлінці цих державних радіостанцій вилучили всі протестантські програми прямими відмовами або через підвищення цін на ефірний час до недосяжних висот» [602, с. 16]. Усі рішення в бік заборони релігійного мовлення є неофіційними, часто реалізуються шляхом блокування ліцензійного процесу. Автор вважає, що виходом для протестантських мовників є Інтернет-радіо та супутникове мовлення.

О. Сальманов [347] критикує вживання методів піару в церковній роботі через те, що гарна презентація не міняє сутності товару. Застосування однобічно позитивного підходу редукує місце бід і страждань у житті віруючого, пропонуючи усічене уявлення про християнський спосіб життя. Священик у перспективі зв'язків із громадськістю постає політиком, який шукає не Божого схвалення, а людської популярності.

Цінність роботи Т. Нікольської [274] полягає в актуалізації внутрішньої та зовнішньої епістолярної комунікації в історії радянського протестантизму, залученні до аналізу «антисектантських» матеріалів радянської періодики і кіно («Тучи над Борском», «Грешница»).

П. Левушкан є автором методичних матеріалів із зовнішніх церковних комунікацій (наприклад, «Євангелізм у блогосфері» [206]). Його стратегія «хрестового походу» виходить з ідеї, що церкві немає потреби створювати окремі власні сайти, щоб опісля витратити ресурси на їх просування. На думку П. Левушкана, кращі варіанти — розміщення власного контенту в «світських» соціальних мережах, блогосфері, безкоштовних відео- і аудіосервісах, «білі» методи реклами й принцип «мосту». Аналітик вважає, що протестантський Рунет складається з корпоративних видань, пропагандистських ресурсів і новинарних сайтів. Незалежна журналістика існує там тільки в зародковому стані. Це пояснюється масою внутрішніх обмежень: корпоративним протоколом, зобов'язаннями перед рекламодавцями, відсутністю інформаційно-аналітичних ЗМІ. Інформаційні видання для церковної спільноти повинні бути громадським контролером для церкви, налагоджувати обговорення дискусійних питань. Натомість «світська преса часто виконує роботу християнської та знаходить «смажені факти» про бізнес-діяльність пасторів, або ще якісь непривабливі аспекти церковного життя» [254]. П. Левушкан вважає, що міра впливу цих видань на широку аудиторію є мінімальною; їх адресна група — експертне середовище.

У пошуках теоретичних розробок із протестантської комунікації ми звернулися до книгозбірень основних протестантських ВНЗ України. Попри запевнення бібліотекарів, що «в нас немає книжок із протестантської журналістики», вдалося виявити численні джерела з цієї тематики (згадаймо, що пострадянські протестанти *комунікацію* зазвичай співвідносять виключно з *журналістикою* як мистецтвом творення медіатекстів). Інтерес протестантів до світу медіа набуває дедалі ширшого й офіційного характеру. У жовтні 2010 року в Кейптауні відбувся третій Лозаннський конгрес зі всесвітньої євангелізації — найбільш представницьке зібрання світового протестантизму. Уперше в історії Лозаннського руху, що почався 1974 року, засвоєння церквою нових комунікаційних технологій винесено як першочерговий елемент порядку денного засідання такого рівня.

У контексті нашого дослідження англomовні джерела можна поділити на три групи: твори, писані про медіа/комунікацію українських протестантів, для українських протестантів; англomовні роботи, перекладені пострадянськими протестантами; студії іноземними мовами, якими протестантські семінарії поповнили свої бібліотечні фонди шляхом придбання чи які було подаровано західними протестантами-освітянами.

Нечисленні видання першої групи, що містять інформацію з нашої теми, в основному згадано в цьому огляді.

Як правило, на пострадянському просторі перекладають популярні роботи найконсервативніших із доступних авторів без акцентування дискусійних аспектів обговорюваних тем. Причиною цього є тяжіння пострадянських церков до якнайширших заходів із ліквідації релігійного невігластва, що є поважним складником їх місіонерської стратегії. Крім орієнтації на найнижчий спільний знаменник інтелектуальної підготовки своєї аудиторії, пострадянські протестанти мають недовіру до книжної мудрості, абстрактного знання, яке асоціюється у певної частини церковної спільноти зі світськістю, шуканням «глибин сатани» (Об'явл. 2:24) — довірливих розумових спокус. Причинами такого мислення є спогад про засилля атеїстичної пропаганди в радянській системі освіти, традиційне для неофітів опертя на авторитет неформальних лідерів, думку «братства» (неверифіковану усну традицію), страх помножити ересі та розколи. Інтелектуальний прошарок церков перебуває у стадії формування; це не надто численна спільнота, і її купівельна здатність

не може зробити прибутковим переклад наукових монографій. На випуску навчальної богословської літератури в Україні спеціалізується тільки черкаське видавництво «Колоквіум», засноване 2005 року.

У ставленні західних дослідників до світу медіа можна виділити три підходи: вивчення, використання та критику.

Теоретичні аспекти *вивчення* торкаються християнської комунікації як наукової дисципліни [553], складників місіології [580], розуміння місії церкви як комунікації [558], ролі спілкування в євангелізмі [600], його впливу на зміну способу життя реципієнта [496]. Як правило, комплексне розуміння цієї проблематики пропонують видання довідникового типу [473, 546, 477]. Медіаматеріал використовують для розробок у галузі богослов'я культури — белетристику [520], мультфільми [568], блогосферу [513], фільми (зі слов'янського світу стабільну увагу притягують кінокартини А. Тарковського [506, 346]). Аби визначити місце церкви в медіасвіті, її місії в/через медіа, науковці з'ясовують сутність і напрямки використання ЗМІ [563, 528, 529], досліджують шляхи оптимізації та ефективності вживання медіа [593], вплив технологій на розуміння місії [572], наслідки поширення масових комунікацій для релігійного життя [571]. Технології постають способом модернізації церкви [405] або загрозою для її сутності. У другому випадку необхідно «протистояти підміні у свідомості аудиторії Божої сили технологічною потугою» [481].

Роботи цього напрямку подають історію протестантського мовлення через електронні ЗМІ [512], надають уявлення щодо стану протестантських медіа європейських країн колишнього соцтабору [561, 488, 544].

*Використання* медіа в церковній роботі [507, 486] передбачає вивчення аудиторії [543, 569], специфіки використання медіа в різних культурних контекстах [496], визначення сфер використання різних медіа [557] — у церковній місії, освіті, духовному зростанні вірних, відпочинку, творчості тощо.

Коли йдеться про окремі медіа, найперше протестанти підкреслюють важливість друку [233, 52], аналізують напрямки його використання [495, 562, 591], називають типи церковних видань, вибудовують пріоритетні напрямки видавничої програми церкви [547, 517, 609, 8, 411], звітують щодо стану євангельських видавництв

в окремих країнах [487], аналізують досвід роботи літературних євангелістів [441].

Радіо перебуває на другому місці щодо медійних пріоритетів пізньопротестантських конфесій. Це продиктовано тим, що багато осіб, які навчилися писемності, обрали принцип *не читати*, поповнивши в такий спосіб лави постграмотного населення. Радіо визнано найкращим засобом руйнування упереджень і формування початкового інтересу до релігійної інформації за умови подальшого супроводу зусиллями місцевих громад [579, 500, 473, 540], а також каналом євангелізації населення тоталітарних держав [581].

Телебачення є найменш засвоєним протестантами засобом комунікації через його комерціалізованість, політизованість, високу конкуренцію, дорожнечу телевиробництва і трансляції, яка вимагає орієнтації програм на найширшу (і найменш вибагливу, в тому числі в моральному плані) аудиторію. Головним досягненням на цьому полі є діяльність телеєвангелістів [605]. «Другим диханням» для церкви стало уприсупнення супутникового ТБ [564].

Для релігійної комунікації Інтернет постав питоמוю технологічною революцією, порівняною з винаходом друку [525]. Цей медіум помітно вплинув на всі аспекти релігійного життя [523, 515]. Початкову ейфорію заступило тверезіше розуміння його посутніх обмежень для місіонерської роботи [518]. Необхідністю особистого спілкування продиктовано, зокрема, ідею організації комп'ютерних центрів у нехристиянізованих регіонах світу.

Велику увагу протестантські аналітики приділяють використанню міні-медіа: телефону, факсу, телексу, аматорського радіо, фото, любительського відео, листів на аудіокасетах, посилок, продажу/роздаванню книжок, журналів, запису аудіо- та відеокaset, церковному листуванню [524]. Організація інформаційної підтримки заходів місцевої релігійної громади передбачає використання з цією метою церковної будівлі, рекламних площ у світських ЗМІ, церковної друкованої продукції [597, 360], фотографій [476].

Це диктує потребу в професіоналах медійної сфери [485]. Протестантські аналітики дають рекомендації, як створити якісне релігійне видання [565], привернути увагу ЗМІ до діяльності церкви [595], запрошують християн іти в медіа [526]: ставати сценаристами, письменниками, акторами, журналістами [483], а не сподіватись (медійної) універсальності від свого пастора [592]. Подібна кваліфікація вимагає широкої ерудиції, і церковні аналітики

моніторять дискусії у світських текстах щодо морального використання технологій [537] та аналізують досвід позитивної співпраці протестантів зі світськими професіоналами [548].

На межі використання й критики перебувають відтінки поміркованої позиції, спрямованої на регулювання впливу засобів комунікації. Більшість авторів зосереджує цю роботу у сфері індивідуального вибору та виховання дітей: аналізує вплив телебачення на сім'ю, описує заходи оптимізації глядацьких навичок, пропонує набір заміників телевізії, зокрема низку відеорецензій на «безпечні» фільми [550]. Ліберальніші протестанти шукають сектори світської культури, прийнятні для християн, а також розмірковують щодо функцій *гріховного* контенту в медіа [514]. Автори публікацій для молодіжної аудиторії намагаються уникнути моралізаторства і пропонують критерії оцінки музичних і кінематографічних творів, друкованої продукції [201], моральних ефектів Інтернету [406]. Методи колективного протистояння протестантів неприйнятному медіаконтенту включають заснування громадських організацій, розсилання прес-релізів, зустрічі з медійниками та рекламодавцями, теледебати, масове надсилання скарг, моніторинг ТБ-контенту, протестні демонстрації, економічний тиск на рекламодавців (зокрема, через бойкотування продукції) та пікетування офісів [606].

*Критичні* підходи мають три основних рівні. Критика світських медіа [47] залучає до аналізу ТБ [490], антихристиянський ухил світських журналістів [589, 598], кінематограф [590, 594] (тут стабільну увагу привертає імперія В. Диснея [516]), рекламу [535], комікси [491], шоу-бізнес, зокрема музичний [575, 492], порнографічну індустрію [576] та белетристику [453].

Критику окремих медіа як таких найперше звернено до телевізії, яка буцімто редукує індивідуальний досвід [567]. На думку цих авторів, ТБ не має змоги транслювати євангельську вістку, яка для них є аналогом реальності. Інтернет також постає джерелом віртуального (читай, фальшивого) досвіду [555]. Інші дослідники твердять, що електронні медіа (передусім ТБ) нищать «справжню», класичну друкарську культуру [574].

Найдальше в негативістському пафосі заходять науковці, зосереджені на небезпечних наслідках технологічного поступу в цілому [509]. Вони аналізують еволюцію та кризу сучасних технологічних суспільств [538], протиставляють техніцистський та християнський світогляди і етичні системи [586], добачають загрози в

технократії [522], витонченій техніці, дегуманізуючій тиранії мас-медіа [508]. На їх думку, в сучасному світі технологія є ідолом [521] і не може допомогти в культурній трансформації [498], необхідній для збереження біблійних цінностей у суспільстві.

Студіювання протестантської комунікації не відбувається у вакуумі. Конфесійні та світські установи випускають наукові збірники з цієї тематики [391, 329]. Моніторинг релігійної тематики у світських і церковних ЗМІ вели: А. Юраш і Р. Скараба в часописі «Людина і світ», А. Колодний у журналі «Релігійна панорама» (видає в Києві з 2001 року), редакція часопису «Агенція релігійної інформації» (Львів, 2003–2005). Зараз моніторинг ЗМІ переважно здійснюється Інтернет-виданнями. Флагманом релігійного Уанету є портал Релігійно-інформаційної служби України [gisu.org.ua](http://gisu.org.ua) [6].

Для української національної школи вивчення релігійної комунікації характерний високий рівень секуляризованості. Десятки книжок і статей з цієї тематики не засвідчують інтересу до релігійного життя як такого. Релігія, віра, церква, релігійні медіа тут улягають інструменталістському підходу: постають призмою для розгляду інших, «світських» сфер буття, часткою локальних систем ЗМК, важелем розв'язання позарелігійних завдань.

Релігійний матеріал світських і конфесійних ЗМІ найчастіше використовується для ствердження української національної ідеї. У цьому ключі розглядають релігійні медіа В. Лернатович [210], І. Крупський [186], Б. Крив'як [177], С. Кость [175, 176], О. Канчалаба [138, 139], В. Габор [64], У. Чубай [440], В. Карпенко [141]. Такий кут зору пояснює інтерес до діаспорної преси УАПЦ з боку М. Іваника [129], М. Тимошика [387], В. Ляхоцького [231].

Багато розвідок присвячено тематичному аналізу релігійних ЗМІ; науковці досліджують їх погляд на політику (А. Юраш [457]), белетристику (М. Комариця [167–169]), екологію (С. Хомінський [419]), педагогіку (Т. Старченко [377], К. Чавага [429], В. Глаголюк [72]), у тому числі соціальну (С. Баранчук [21]), етику (О. Когутич [157], О. Закревська [114], М. Левчук [208]), культуру, суспільство і мораль (А. Бойко [32–35]).

М. Миць [259], Н. Антонюк [5], В. Борщевич [37], І. Павлюк [285], С. Гузенко [82] використовують релігійну пресу як історичне джерело.

В історичних періодах до постання системи масової комунікації увагу журналістикознавців привертає історія рукописних пам'яток і

видавничої справи на українських землях (М. Тимошик [388, 389]). Українську публіцистику доби бароко досліджують В. Коваль [155, 156] і Н. Поплавська [308].

Історико-бібліографічні дослідження М. Романюка і М. Галушко [341–343], Л. Дроздовської [98], В. Габора [65], студії І. Міляевич [261], О. Пархітька [291], В. Денисюка [89], О. Уварової [395], І. Михайлина [257] виконано за географічним принципом, де знаходиться місце й для релігійних видань.

Погляд світських журналістів на релігійне життя вивчають О. Шинаровська [448], Л. Сніцарчук [364], Ю. Комінко [170, 171], А. Бойко [34].

Значення медіа для церковного життя визначають О. Школьна [449], В. Яцишин [469], У. Лешко [214, 215].

Релігійні медіа як дзеркало церковного життя аналізує С. Баршай [23].

М. Солдатенкова [366, 367] (Бутиріна) розглядає комунікативний потенціал релігійної публіцистики.

Й. Лось [223, 224] застосовує етичне вчення християнства як ідеологічне підґрунтя національної школи моральної (світоглядної, екуменічної) публіцистики: О. Артемчук [9], І. Полянський [306], Т. Балда [18], М. Титаренко [390], Т. Лильо [219–221], Т. Хоменко [418], Х. Гарасимів [71].

Поняття «сучасна релігійна преса» для І. Скленера [361, 362] чомусь уключає тільки православні й католицькі видання. Огляд видань усіх релігійних груп України, здійснений А. Юрашем [456], для пізніших дослідників, схоже, виявився непосильним або небажаним.

Православну пресу студіюють А. Колодний і Л. Филипович [166], А. Бойко [32, 33], І. Шудрик і О. Щедрін [450, 451], Г. Панков [290], А. Стародуб [376], А. Волобуєва [62], Н. Романенко [340], І. Михайлин [257]; римсько-католицьку — А. Путова [325, 326].

Добре описано систему ЗМІ греко-католицької церкви (Т. Стриєк [596], Т. Різун [338], В. Яцишин [469], М. Лозинський [222], В. Передирій [295] та ін.). Католики постійно розробляють теорію соціальної комунікації. Щороку виходить як мінімум один офіційний документ із цієї теми — папське послання з нагоди Всесвітнього дня комунікації, що зазвичай оприлюднюється 24 січня, в день Франциска Сальського, покровителя журналістів. Українські католики західного та східного обряду обговорювали питання

католицької преси, досліджували її проблематику, історію, суспільну вагу [399, 92].

Попри чималий та наявний в Україні матеріал (наприклад, у бібліотеці Українського католицького університету у Львові), не досліджено пресу українських греко- і римсько-католиків у діаспорі [607]. А це ж чимала кількість періодичних органів із масою аналітичних публікацій із цієї теми. Українською мовою вийшло, наскільки нам відомо, найповніше видання римсько-католицьких документів із соціальної комунікації, що побачило світ на пострадянському просторі [424]. До неї треба долучити віддзеркалення ватиканських ідей на українському матеріалі. Наявні тексти не набагато перевищили місткість довідкових видань [243].

З дослідженням нехристиянської комунікації справи ще гірші. Мусульманські медіа вивчали Н. Яблоновська [459–462], К. Шейхо [447], С. Хомінський [419], М. Бутиріна [38–40]. Жодна з їх робіт не зосереджується цілком на цій тематиці: книжка К. Шейхо описує систему ЗМІ іншої країни, у решти дослідників цей напрямок комунікації функціонує як прикладова частина (С. Хомінський та М. Бутиріна) чи елемент локальної системи ЗМІ, до того ж етнічно обмеженої (Н. Яблоновська). Юдаїстським (єврейським) ЗМІ дісталася партикулярна роль у текстах Н. Яблоновської та С. Хомінського; спеціальні дослідження відсутні. При цьому світові релігії хутко долають у минулому непорушні культурні, соціальні, етнічні, расові бар'єри. Етнічні українці приймають іслам і східні релігії; етнічні євреї, вихідці із Середньої Азії та Африки переходять у християнство, вносячи в нього відповідний колорит. Власні видання в Україні мають поляки-католики, угорці-реформати, вірмени, роми (православні, протестанти, язичники), представники різних течій юдаїзму та ісламу, неоязичники, які формують свою ідеологію з елементів десятків вірувань.

В аспекті типів медіа лєвова частка досліджень стосується преси (переважно попередніх історичних періодів), рідше радіо (Т. Старченко [378], О. Когутич [157], В. Лизанчук [218]) і ТБ (У. Стеців [380], І. Кархут [142]). Між тим, релігійні організації та індивіди використовують різноманітні канали комунікації на макро-, міді- та мінірівнях. Попри неоціненне значення для релігійної комунікації, поза увагою лишаються «нові медіа»: Інтернет, мультимедіа, мобільний зв'язок. Відставання вітчизняного журналістикознавства на цьому полі ілюструє факт, що презентація



першого українського посібника з Інтернет-журналістики [313] відбулася щойно 14 вересня 2010 року. Заповнити цю прогалину намагається дещо загальникова робота М. Пальчинської [289].

Отже, ступінь дослідженості цієї теми вимагає комплексного розгляду протестантської комунікації України в контексті російськомовного протестантства і країн колишнього соцтабору із залученням теоретичних розробок західних протестантських дослідників у цій галузі. Це продиктовано несформованістю вказаної наукової традиції, особливо в україномовному анклаві, а також необхідністю вивчення протестантської комунікації в термінах, органічних для релігійної спільноти, потребою залучення до аналізу «прямої мови» протестантських медійників.

## **1.2. Медіатизація релігії: термінологічний аспект**

До 1970-х років студії релігії та мас-медіа були досить далекими одне від одного. Поява американського телеєвангелізму і його перетворення на всесвітнє явище стало поворотним пунктом у приверненні уваги науковців Атлантики до цієї галузі знання. У подальшому цей інтерес підтримували політизація протестантського фундаменталізму, що 1976 року спричинила обрання члена консервативної Південноамериканської баптистської конвенції Джиммі Картера президентом США, та мусульманська революція в Ірані 1978–1979 рр. Події 11 вересня 2001 року залучили до цієї проблематики і європейських науковців, спонукавши говорити про повернення релігії в публічну сферу у вигляді джерела ідентичності, інтеграцію містицизму в масову культуру, «ісламізацію» Європи, «зіткнення цивілізацій» та Ватикан як об'єднуючий центр християнського світу. Все це привело до фундаментального переосмислення сутності самої релігії як діалогу, до розуміння, що «історія релігій... є історією медій» [594, с. 4].

На сьогодні твердження на штиб «ми не можемо ні повноцінно зрозуміти релігію, не пізнавши медіа, ні збагнути медіа без осягнення релігії» [533, с. 20] є загальниками студій соціальної комунікації. З цієї теми висловлювалися Ж. Бодріяр, Г. де Вріс, Ю. Габермас, С. Гувер, Ж. Дерріда, С. Жижек, К. Лյондбі, Б. Маєр, М. Маклюєн, В. Онґ, Дж. Томпсон і багато інших.

Молодість комунікативістики як науки, постмодерністський плюралізм спричинили термінологічні пошуки, коли перейменовується сама дисципліна, виникають неологізми

(наприклад, медіазація, ремедіація), відомі поняття (скажімо, медіація, медіатичний зворот) набувають нових значень. На наш погляд, одним із термінів, здатних описати сучасну комунікаційну ситуацію, є *медіатизація* релігійного життя. Щодо рівня його апробації зокрема свідчить створення 2006 року на гуманітарному факультеті Копенгагенського університету Північної дослідницької мережі з медіатизації релігії та культури, яка об'єднує більше ніж півсотню учених зі скандинавських країн. Під її егідою пройшло вісім конференцій, випущено спеціальне число журналу «Northern Lights» за 2008 рік, із 2009 року заплановано подвоєння темпів роботи.

Ми проаналізуємо значення терміна «медіатизація» та близьких до нього (медіазація, медіальність, медіація, медіат(из)ований), покажемо специфіку його застосування до різних сфер соціального життя — переважно політики і релігії — запропонуємо власне вивчення цього поняття, а також накреслимо напрямки, в яких може здійснюватися дослідження медіатизації релігійного життя України.

Термін медіатизація (die Mediatisation, англ. синонім — mediatization) — німецького походження і початково стосувався династичного права, означаючи «пониження владаря в ранзі... При медіатизації незалежний володар нижчого за ієрархією рангу ставав не тільки формальним, а фактичним (підлеглим — М. Б.) владаря вищого рангу. При цьому медіатизований маєток [першого] входить до складу владаря-суверена й утрачає суверенітет» [351, с. 8]. Широку медіатизацію проводив Наполеон у 1803–1806 рр. За рахунок медіатизованих земель він розширив території своїх союзників — Баварії, Бадена, Вюртемберга й інших німецьких держав — членів Рейнського союзу, що спричинило ліквідацію Священної Римської імперії 1806 року. Наполеон залишав підкореним монархам видимість влади, яку на практиці вони не могли реалізувати.

Синонімічними до цього терміна вважаємо поняття *медіазація* (mediation, mediasation), *медіальність* (mediality), *медіація* (mediation), *медіатизований* (mediatized, mediatised), *медіатований* (mediated). За своїм походженням (мовознавство, механіка, медицина, фізика) *медіальність* указує на ідею посередності, усереднення чогось, проміжності, транзитивності, прозорості; *медіація* (бізнес-менеджмент) — на посередницьку роль у примиренні конфліктуючих сторін [249]. Українські та світові медіадослідники неодноразово прирівнюють ці слова в процесі перекладу («медіатизація» подано як «mediation» [444, с. 234]) і почергово вживають їх в однаковому

значенні. Як зазначає С. Лівінгстоун, «для неанглофона (терміни — М. Б.) медіація та медіатизація мають несуттєву різницю» [549, с. 4].

Отож, ми взяли за основу таке розуміння цього терміна: «медіатизація»... поки сам[а] по собі... не позначає скільки-небудь сталого в академічному сенсі поняття. <...> Відпочатково термін використовувався з метою опису особливої техніко-технічної інфраструктури, покликаної забезпечити індивідуальний і колективний доступ до всіх духовних благ інформаційної цивілізації. Опісля... заговорили про «медіатизацію суспільства» як становлення особливого типу соціального простору» [444, с. 235]. За І. Михайлиним, медіатизація публічної сфери життя — у модерних суспільствах це процес зростання в різноманітних галузях людської діяльності ролі журналістики настільки, що вона набуває значення істотного чинника у визначенні порядку денного, репрезентації осіб та в артикуляції й розв'язанні проблем. Чинниками медіатизації є: 1) розвиток і вдосконалення інформаційних і комунікаційних технологій, які дедалі більше полегшують виготовлення інформаційного продукту та розширюють і спрощують способи його доставки до споживача; 2) сприймання журналістики в демократичному суспільстві як місця ведення діалогу між різними сегментами суспільства, розуміння її головної функції як створення комунікаційного середовища, у якому репрезентують себе всі наявні в суспільстві політичні сили та громадські об'єднання, кожен громадянин має шанс озвучити свою позицію і право бути почутим; 3) розширення сфери інформаційних послуг у галузі PR, створення в багатьох установах, організаціях, на багатьох підприємствах прес-служб, які відіграють роль спеціальних агенцій послуг у сфері політичного (бізнесового, економічного та іншого) маркетингу; 4) дедалі зростаюча залежність переважної більшості населення розвинутих країн у галузі вироблення *громадської думки* від картини світу, створеної в мас-медіа та наданої споживачам новин у користування, зумовленість цієї картини оцінками й коментарями тонкого прошарку інтелектуальної еліти (архів автора монографії).

Сутність процесів медіатизації оприявнюється на трьох рівнях: 1) технічні нововведення посилюють роль медій, дозволяючи їм викликати 2) соціальні зрушення та 3) зміни в людській психології та поведінці.

Говорячи про *технологічні аспекти* медіатизації, можна припустити, що коли модерність почалася після Середньовіччя з

появою друкарської культури для обраної меншості, то постмодерність постала з медіатизації масового суспільства — усунення благоговійної дистанції від передових технологій («аури», за В. Беньяміном) і безпосереднього використання медіа (яке відповідає появі друкованої культури для мас). Надалі, за словами М. Іщенка та О. П'єцух, «розвиток інформаційного суспільства і управління ставленням до нього детермінується модифікаціями мас-медійних процесів за рахунок впровадження в них новітніх медійних і комп'ютерних технологій, які допомагають ефективнішому поширенню інформації» [134, с. 156], поширення нових засобів зв'язку, які забезпечують у своїй сукупності доступ будь-якого індивіда до джерел інформації, форм особистого, міжособистісного та групового спілкування [312, с. 8]. Варто також зазначити зростаючу інтертекстуальність і тематичну, стилістичну самодостатність медій, їх схильність до цитування, а не до вироблення власних повідомлень [599, с. 110].

*Соціальні зрушення* полягають у:

- підкоренні (згадаймо Наполеона) політики, економіки, культури, дозвілля принципам мас-медіа. Усі сфери життя суспільства «повинні» стати такими, якими їх зображають журналісти [4]. Як твердить Н. Габор, «інформація нині не лише конструє соціальний простір, вона, як рушійна сила, здатна змінити його. Інформаційна революція, про яку так багато пишуть останнього десятиліття, на нашу думку, полягає не стільки в тому, що в сучасному суспільстві з'явилися абсолютно нові інтерактивні ЗМК, які змінили й надалі змінять тип міжособистісного спілкування, скільки в тому, що їх поява здатна вплинути на перемену якості самого суспільства. При цьому віртуальна реальність перестає бути напівказковою і стає реальнішою за будь-яку дійсність» [66]. Медіа збільшують природні можливості людської комунікації, підміняють соціальну діяльність і соціальні інституції, зливаються з немедійними проявами соціального життя, гравці та організації всіх секторів суспільства пристосовуються до логіки медіа [549, с. 11];

- зміні медіакультури з друкованої на електронну, залученні медіа до транснаціональних процесів, посиленні комерціалізації та нерегульованості медіа, віртуалізації медіа світу [519, с. 39–42], коли символічні утворення (сенси, образи, гроші, політичні лідери й т.ін.) заміщуються вторинними символами — символами символів. Одночасно відбувається заміщення попередніх форм суспільних

зв'язків, у яких індивідів розділяли достатньо жорсткі соціальні бар'єри, у граничному вираженні визначене принципом «світового села».

*Психологічні зміни* виявляються в тому, що індивіди все менше покладаються на інформацію, здобуту в міжперсональному спілкуванні та від локалізованих форм влади [599, с. 180]. Відбувається експансія можливостей взаємодії у віртуальних просторах і в урізноманітненні того, що люди вважають реальним [531, с. 111], зміна способу виробництва, передачі й отримання символічних товарів, способу нашого сприйняття дійових осіб і просторово віддалених подій, яких ми стрічаємо в потоці медіаповідомлень, і нашу взаємодію з іншими через стосунки як споживачів медіатизованих символічних форм. Мас-медіа провокують суспільний інтерес до дистанційованих процесів і постачають інформацію, на яку ми можемо реагувати особисто чи колективно. Однак через те, що медіатизація також знижує нашу здатність робити внесок у процес і зміст комунікативного процесу, вона робить нас сприйнятливими до маніпуляції та контролю з боку осіб із ширшим доступом до продукування символів [534, с. 235].

Масифікація і медіатизація як процес і результат глобального впливу на мислення людей за допомогою різноманітних медіа виражається у «формуванні картини світу, яка являє собою когнітивні структури пізнання і сприйняття дійсності. При цьому формується особлива медіа-картина світу, яка є продуктом безперервної інформаційної експансії, спрямованої на пізнання світу, та спричиняє постійну маніпуляцію змістом свідомості особистості» [134].

С. Жижек відштовхується від етимології цього терміна, ілюструючи загрозу віртуалізації соціальної взаємодії: «Чи не відповідає ця ситуація (фактичне позбавлення Наполеоном влади німецьких князів — М. Б.) — *mutatis mutandis* — сьогоdnішній ситуації прогресуючої медіатизації, яка впливає на наше повсякденне життя таким чином, що суб'єкт стає дедалі більшою мірою «опосередкованим», «медіатизованим», непомітно позбавлюваним своєї влади під фальшивим прикриттям буцімто її посилення? Коли наше тіло медіатизовано (спіймано в мережу електронних медіа), воно одночасно наражається на загрозу радикальної «пролетаризації»: суб'єкта потенційно зведено до чистої порожнечі, з цього моменту навіть мій особистий досвід може бути вкрадено, ним може керувати механічний Інший» [108, с. 125].

Термін «медіатизація» переважно відносять до політичної сфери. Медіатизації політичної комунікації притаманні такі риси:

- відбувається переміщення політичного життя у символічний простір медіа. Політики та політичні сили через ЗМК намагаються створювати систему соціальних цінностей та орієнтирів, разом із ними творити квазіреальність, спрямовуючи суспільну дискусію та громадську думку у вигідному для себе напрямку;

- переплетення політичної і медійної галузей. Політика отримує вигоду від присутності в медіа, а медіа вимагають політичної реакції за цю присутність [60];

- лише за допомогою ЗМІ агенти можуть встановити комунікацію й змусити сприймати себе в політичному полі;

- політичні сили прагнуть замінити реальну політичну дію та двобічну комунікацію їх імітацією в медійному просторі: «Політична боротьба, зокрема у передвиборчій кампанії, трансформується в низку інформаційних кампаній, у формі політичних діалогів, нападок, диспутів опонентів, що стають уособленням певної ідеології або групи інтересів у символічному просторі» [305, с. 92], відбувається процес «скандалізації політики» [217];

- саме журналісти, репортери, коментатори добре «знають», що таке «новинарне» повідомлення. Наслідком цієї ситуації стає нав'язування політикам певних правил, із якими доводиться рахуватися;

- політична мова все більшою мірою редукується до повсякденної мови. Політики змушені використовувати максимально спрощені й лаконічні конструкції, щоб бути почутими й зрозумілими [1];

- адаптуючись до сучасних українських реалій, медіа, реклама та зв'язки з громадськістю інтегруються у межах медіаполітичної системи в єдину комунікаційну модель, спрямовану на реалізацію соціалізаторської та пропагандистської функцій. Інтеграція медіа з рекламою та паблік рилейшнз, їх активне взаємопроникнення сприяє подальшій трансформації влади в інформаційну сферу та призводить до значної маніпуляції громадською думкою та посилення авторитарних тенденцій у формі так званої «керованої демократії»;

- великі медіа-холдинги, що утворюють медіаполітичну систему, грають роль ерзац-партій, забезпечуючи певним громадсько-політичним силам не лише інформаційну підтримку, а й політично

позиціонуючи необхідні ресурси та лобіюючи ухвалу тих чи інших рішень [87];

- зростання публічності політичного життя.

Настільки ж суперечливим є процес медіатизації інших сфер суспільства. Говорячи про медіатизацію *культури*, І. Савельєва зазначає, що ЗМК «здійснюють зростаючий вплив на формування й розповсюдження культурної продукції в суспільстві. ...засоби масової комунікації повинні розумітися як «культурні посередники», розвиток яких розглядається як «фундаментальна безперервна трансформація засобів виробництва й циркуляція символічних форм у сучасних суспільствах» [344, с. 4]. Досягненням культури починають уважати лише той продукт культурної діяльності, який названий таким у ЗМІ. Відтак, на думку аналітиків, медіатизація культури веде до все більшої втрати культурою своєї автономії та виключності (які завжди виділяли її з-поміж інших видів людської діяльності), посилює її політизацію та ідеологізацію. Комерціалізація ЗМІ як основа медіатизації культури веде також до посилення маніпулятивності у сфері культури, підвищення рівня її конформності й політичної безпринципності, бо базується на «рейтинговому менталітеті», байдужому до суті культурного виробництва.

Цей термін застосовують до *живопису* [470, с. 204], *белетристики* [511] з полярними висновками від визнання того, що «вивчення (інтер)медіальності фактично є вивченням суттєвого аспекту літератури як такої» [608, с. 15], до однозначно негативного тлумачення медіатизації *театру* як втрати ним своєї сутності, процесу, якому належить жорстко протистояти [484, с. 35–36].

Також, на думку дослідників, набирає силу процес медіатизації *науки*. ЗМІ прагнуть усе більше перебрати на себе функцію наукового аналізу реальності, намагаючись витіснити на другий план соціально-гуманітарні науки. Це не тільки завдає збитків іміджу науки як такої, але й нівелює її результати до рівня інформаційних повідомлень. ЗМІ також перетворюють будь-яку реальну проблему на модель, але роблять це, на відміну від науки, не з метою пізнання, а задля безпосередньої маніпуляції свідомістю.

Уперше (2001) цей термін застосував до *релігії* Г. де Вріс, зазначивши, що «медіатизація і технологія, яка її спричиняє, уможливають будь-яке одкровення» [цит. за 556, с. 105]. Оцінки

аналітиками процесу медіатизації релігії можна звести до трьох основних пунктів.

*По-перше*, це визнання важливості медіа для релігії. Розмаїтість системи комунікацій спростила проникнення релігії в різні сфери людського життя: «медіа» є головним «медіатором віри» в теперішньому світі» [527, с. 478]. Вони можуть водночас поставати джерелом релігії та духовності, індикатором релігійних і духовних змін і, вписані в релігійні й духовні тенденції — міняти релігію через ці взаємодії, а також самі змінюватися через такий зв'язок.

*По-друге*, погляд на медіатизацію як частину процесу секуляризації суспільства. Оскільки навіть найуспішніші релігійні медіаподії не приводять людей до церков, ці події створюють можливість екстериторіального вродання релігійності в медіа, які теж глобалізуються. Новітні медіатенденції викликають занепад традиційних релігійних відмінностей. Відповідь із боку релігійних інституцій — звернення до медіа з метою зміцнення меж перших — критики й контролю над медіа на захист своїх послідовників. «Релігійні лідери мають рацію у своєму чутті того, що панівне становище медіа є прямим викликом (будь-якій іншій — М. Б.) владі. ...медіа роблять межі між священною культурою всередині релігійної сфери і «зовнішньою» профанною культурою майже недоречними», — зазначає С. Гувер [533, с. 13]. Явище «медіатованої релігії» вказує на зростаючу доступність релігії та духовності за межами формальних «релігій» — ситуацію, яка для цих інституцій віщує наслідки світового масштабу: занепад авторитету релігійних лідерів, інституцій та доктрин. Люди сьогодні беруть більше відповідальності за власні вірування, духовні переконання та релігійну ідентичність. Медіа вивели релігійну сферу за традиційні межі інституційної лояльності, міжперсональної взаємодії або локалізованих зв'язків «ритуального часу». Процес медіатизації має кількісний аспект (усе більше медіа усе частіше перебуває у вільному доступі в багатьох місцевостях, і т.ін.) і якісний (це зростання пов'язано зі зміною форм спілкування і дальших соціокультурних контекстів).

*По-третьє*, аналіз шляхів медійної трансформації релігійного життя. Медіа не просто висвітлюють і репрезентують релігію. Вони взаємодіють із релігією в такий спосіб, який змінює обох. В «епоху мас-медіа» релігійні організації не можуть перебувати за межами медіатизації. Будь-яка форма релігії або духовності, що прагне бути в



«центрі» суспільств, має бути вписана в «медіа», і медіаподії є поважним способом досягти цього. Тільки якщо «релігійну пропозицію» розповсюджено через різні медіа, вона має шанс презентувати себе «в центрі» медіакультур. Церкви повинні презентувати себе в медіа, якщо хочуть розглядатися як доречні «релігійні пропозиції». Коли релігію проговорюють у ЗМІ як «релігійну пропозицію», вона повинна бути й представлена у відповідний спосіб.

Ритуали, поклоніння, жалоба і святкування — усі ці соціальні акції раніше належали інституціалізованій релігії, але зараз їх запозичено медіями й трансформовано у більш-менш світські дії. Як відзначає Л. Кларк, телепрограми типу «Загублені» викликають релігійний символізм і оповіді всередині контекстів, що перебувають за межами звичайного релігійного поля; трансформуючи традиційні релігійні символи й оповіді всередині цих нових контекстів, вони створюють спосіб бачити релігію очима популярної культури; через глядацькі дискусії, що їх викликають програми, такі передачі висувують поняття релігії за межі релігійних інституцій [489, с. 30].

У якості мови медіа формують релігійну уяву згідно з жанрами популярної культури, і як соціальні середовища медіа переймають багато соціальних функцій інституціалізованих релігій, забезпечуючи моральний і духовний провід, а також відчуття спільноти. Медіатизація релігії робить популярні тексти важливими джерелами духовного інтересу. Більшість репрезентацій релігійних матерій у медіа не походять від інституціалізованих релігій і подається у форматі новин, документалістики, драми, комедії, розваг тощо. Через мову популярної культури в медіа релігія стає більш орієнтованою на розвагу та запити споживача, і підхід до релігії є назагал індивідуалізованим. Інші інституції й далі представлено в медіа, однак вони все більше набувають функцій постачальників «сировинного матеріалу», який медіа затим використовують і трансформують згідно з власними цілями. Медіа як культурні інститути стають радше продюсерами релігійних уявлень, аніж передавачами повідомлень релігійних інституцій. Отже, «популярна медіатизація» релігії — розвиток, що перетворює релігію на «медійну мегатенденцію». Не можна не погодитися з таким висновком С. Гувера: «Релігія змінила медії, і медії змінили й змінюють релігію. Постає щось нове. Мислимо ми його як нову релігійну медіакультуру

або нову медіатовану релігійну культуру, вона заслуговує на увагу вчених і лідерів у галузях медіа та релігії» [533, с. 17] .

С. Г'ярвард вважає, що медіатизація релігії не є універсальним феноменом. Це модерне явище, притаманне західним суспільствам, у яких медіа стали незалежними інституціями. «Медіатизацію не слід плутати із загальним явищем медіації, — твердить він. — Медіація сама по собі може не мати суттєвого впливу на соціальні інститути на кшталт політики чи релігії, допоки ці інституції контролюють комунікацію. <...> Медіатизація, навпаки, є довгостроковим процесом зміни соціальних інститутів і типів взаємодії в культурі й суспільстві через зростаюче значення медіав усіх межах суспільства. <...> У релігійній сфері медіа як провідники, мови і середовища полегшують зміни обсягу, змісту й напрямків релігійної інформації в суспільстві, водночас трансформуючи релігійні репрезентації, кидаючи виклик традиційним релігіям і замінюючи їх авторитет» [530, с. 13–14].

На нашу думку, медіатизація — процес, який позначає а) настання інформаційного суспільства й б) перерозподіл влади, викликані технологічною революцією в мас-медіа. Медіатизація релігії вказує на трансформацію релігійної сфери згідно із законами мас-медіа. При аналізі релігійної комунікації необхідно враховувати як її дискурс, так і технологічний бік.

Отож, термін «медіатизація» має широке поле застосування в студіях із соціальної комунікації та позначає настання інформаційного суспільства, де ЗМІ є джерелом влади, самостійним гравцем на політичному полі, посередником інформаційного обміну в/між іншими сферами суспільного життя, а також засобом їх зміни згідно з медійною логікою. У західних суспільствах із незалежним статусом ЗМК релігійна сфера характеризується високою технологічною та інформаційною насиченістю, залежністю від ролі медій; прогресуючою секуляризацією, коли у спробах протистояти їй церкви створюють нові інформаційні структури; репрезентацією релігійного матеріалу у форматах масової культури. На нашу думку, дослідження з релігійної комунікації незалежної України повинно виміряти ступінь, сутність і наслідки медіатизації релігії та визначати специфіку релігійної комунікації за умов постколоніальної демократії.

### 1.3. Тракткування релігійної комунікації протестантським богослов'ям

Протестантів, поруч із православними й католиками, характеризує помітна активність щодо розвою церковних ЗМК й участі у світському медіапросторі. Євангельські християни випускають сотні періодичних видань, кількість назв і накладу яких порівнянні з православними й католицькими часописами, й активно використовують можливості Інтернету. Міжконфесійне (для консолідації зусиль і ресурсів) протестантське ТБ використовує кабельне, супутникове й Інтернет-мовлення. Вітчизняні програми транслюються українськими й міжнародними протестантськими телеканалами. Євангеліки мовлять у СХ і УКХ (FM)-діапазонах, надають можливість слухати радіопередачі в Інтернет-подкастах.

Світська ж медіасфера в ліпшому разі ігнорує журналістські «голоси» релігійних збірнот, і протестанти тут є одним із найпоказовіших прикладів. Ця межа є найтоншою на хвилях Національного радіо (через низький рівень комерціалізованості цього ЗМІ), де тривалий період у «прайм-тайм» виступають євангельські проповідники. Ера телеповідництва 1990-х років західного походження чимало прислужилася до формування як масового уявлення про стиль протестантської риторики, так і подібних намірів українських мовців. Спробою «прорватись у публічність» можна назвати діяльність київського пастора С. Аделаджі, однак скандал довкруги фінансової структури «King's Capital» призвів до порушення проти цього пастора кримінальної справи й може зашкодити репутації протестантських церков.

Інформаційні інтенції церковних речників ніяк не є їх факультативною справою. Велелюдна демонстрація на захист міжконфесійної передачі на міському телеканалі [423], випуск аудіокниг про «божественне походження» піару [94], та й журналістський фак С. Аделаджі [194] не пройшли повз увагу аналітиків.

Мета цієї частини роботи — вивчити особливості й роль богословських концепцій у формуванні протестантських ЗМК України.

Вищезгадані студії релігійних медіа України В. Глаголюка, С. Гурьєвої, О. Канчалаби, Я. Клачкова, С. Мірошниченка, І. Скленера якщо і містять дані щодо протестантських ЗМІ, то

обмежуються хрестоматійними загальниками або розглядають «зовнішні» аспекти функціонування цих видань. На наше переконання, подібні дослідження мають провадитись із застосуванням культурно-історичного методу, що розглядає факти журналістики на широкому суспільному тлі.

Протестантське богослов'я комунікації переважно розглядає проблеми місіології — методи донесення потенційно до кожного члена суспільства євангельської вістки (у тлумаченні церковної громади). Такий акцент пізнього протестантства, поширеного в Україні, спричинений тим, що анабаптистський рух XVII сторіччя, не зустрівши підтримки можновладців, мусів повернутися до статусу меншості — недержавної церкви, себто до статусу християнства до його легалізації римським імператором Костянтином у IV столітті хр. е. Ще одним фактором була відмова від хрещення немовлят. Ці фактори, серед іншого, зумовили феномен «церкви вірних», збудованої на фіксованому членстві обмеженої кількості осіб, відповідності їх поведінки нормативам церковного вчення. Ось як це питання постає у баченні найвидатнішого німецького соціолога М. Вебера: «релігійна громада, «видима церква», за термінологією реформатського вчення, розглядається вже не як... *установа*, що за своїм призначенням охоплює як праведних, так і грішних, заради слави Божої (як у кальвінізмі), чи як посередник для передачі засобів спасіння (як у католицизмі і лютеранстві), а виключно як спільнота *тих, хто особисто вірує і відродився*, і лише їх одних. Іншими словами, перед нами вже не «церква», а «секта». Якраз це повинно було символізувати саму по собі цілком зовнішню вимогу хрестити лише дорослих, тобто тих, хто свідомо внутрішньо сприйняв віру і сповідує її. «Виправдання» *такою* вірою, як неодноразово підкреслювали перехрещенці у своїх релігійних бесідах, сильно різнилося від ідеї «зовнішнього» розуміння заслуги Христа, яка панувала в ортодоксальній догматиці старого протестантизму. <...> Одкровення приступне для кожного: для цього досить бути готовим і **не перешкоджати наближенню Святого Духа гріховною прихильністю до мирського життя**» [44, с. 153] (останнє виділення моє — М. Б.).

Такий підхід зумовив неабияке напруження між громадою та її оточенням. Євангельське свідоцтво стало засобом виживання самозабезпечувальної релігійної спільноти через рекрутування нових членів, а також способом вияву її віри, виконанням Христової

заповіді «навчіть усі народи» (Мт. 28:19), шляхом самореалізації. Якщо речники раннього протестантизму (приміром, деякі російські лютерани) сьогодні засуджують практику прозелітизму [116], для більшості пізньоєвангельських течій необхідність місіонерської роботи не викликає сумнівів. Згадане доручення Христа проголошується останніми ледь не найголовнішою метою існування церкви. (Цю ідею підхоплено й оновленим католицизмом.) Місія є екзистенційною потребою євангельських конфесій; заклик протестантам на доказ їх «чистоти намірів» заохочувати, скажімо, православних слухачів протестантських катехизаторських курсів ставати активними членами православної церкви, що лунає з уст православних полемістів [282] (такі випадки зафіксовано в місіонерській практиці американських протестантів серед французьких католиків [54, с. 230]), у сьогоднішніх українських умовах є питомою абстракцією.

Міжпротестантську полеміку викликає не потреба у свідченні віри, а його методи. Ми виділимо «консервативний» і «прогресистський» табори диспутантів, викладемо суть суперечки, аргументацію обох сторін і вкажемо компромісні варіанти.

За винятком нетривалого періоду на початку ХХ сторіччя пізньопротестантські конфесії на теренах колишньої Російської імперії перебували під заборонаю та владним тиском. Відтак, історично раніше сформувалося «консервативне» крило віруючих. Неможливість здобувати вищу освіту, сповідувати свої погляди, брати участь у суспільному житті спонукали поглибити прагнення до відокремлення від «грішного світу», успадковане (пост)радянськими євангеліками від європейського анабаптизму. Традиційність розуміється як доведення самобутності своєї конфесії, розробки герметичної субкультури: інтелектуального рівня, манер, звичок, зовнішності, специфічних мовленнєвих зворотів, евфемізмів тощо. Субкультура абсолютизується, правлячи за ознаки спасенної людини (тут можливий зв'язок із кальвіністською вимогою врятованої людини перевірити/підтвердити свій статус нормативною поведінкою); субкультуру проголошують взірцем для всієї історії християнства, виводячи її джерела ледь не з апостольської епохи. Її випробування часом — самодостатня якість для традиціоналістів — підкріплюється важливим доказом, що саме такий спосіб життя дозволив церкві вистояти в часи переслідувань. Ідеалом тут є мученик (Христос), вигнанець. Страждання упослідженої церкви

постають ознакою її істинності (згадаймо цю ідеологему з арсеналу православних полемістів середньовічної України).

У добу свободи совісті не всі віруючі змогли адаптуватися до нових умов. Багато кого дезорієнтувала відсутність «ворога», який, відбираючи церковну незалежність, водночас надавав соціальні гарантії. Випадіння із сучасності поглибилось у зв'язку з непевним статусом релігійних громад, «антисектантською істерією» у світських ЗМІ, коли відмова від спілкування з пресою, намагання прояснити свою позицію поглиблюють конфлікт із суспільством. Наразі таким є статус свідків Єгови й герметичних течій на кшталт адвентистів-реформаторів, незареєстрованих баптистських і п'ятдесятницьких громад. Тож «консерватори» твердять, що надмірна відкритість до світу загрожує/обертається безоборонністю перед гріхом.

«Прогресисти» заперечують, що інкапсуляція конфесії позбавляє церкву можливості користатися перевагами свободи для здійснення її призначення — свідчення про Христа й дискредитує євангеліків в очах громадськості. «Прапором» прогресизму є вчення латвійського пастора О. Ледяєва; терміни «харизматизм», «харизматія», «ледяєвщина» перетворились у ході полеміки на жупели для позначення методів церковної роботи, несумісних з уявленнями конкретного диспутанта. У своїй книзі «Новий світовий порядок» (2002) Ледяєв називає вторгнення та експансію головною стратегією церкви останнього часу й закликає християн поширити свій вплив на сфери політики й спорту, мистецтва й моди, журналістики й маркетингу, юриспруденції. Найпоплідовніше прогресистську ідеологію розвивають наймолодші напрямки 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 зібрання пастори, що змужніли у післяперебудовний час.

Предметом прогресистських міркувань є глибина інкультурації християнства (контекстуалізації, втілення — аналогія до земної місії Христа) з метою місіонерського, рятівного впливу на світ. Така стратегія має на увазі не створення штучної субкультури (гіпертрофованого виявлення святості), а максимального наслідування світських моделей («що не заборонено, те дозволено») з перетворенням храму на ареопаг суспільного життя: тут влаштовують дебати кандидатів у президенти, покази мод, театральні постановки, вечори гумору тощо. Змінюється розуміння способу

самопожертвування ради Бога: замість потреби *меншості* зберегти вірність переконанням *навіть ціною життя* виникає необхідність *будь-що-будь* охопити *максимальну* аудиторію вісткою спасіння. Ідеалом стає успішний місіонер (апостол Павло).

Звичайно, більшість церков іде поміркованим шляхом, поступово засвоюючи апробовані світом і «прогресистами» методи й технології: вихід на нерелігійні ЗМІ, проведення прес-конференцій, звернення до послуг позацерковних спеціалістів, громадську активність: добротинну, політичну й правозахисну, тісніші контакти зі світською владою. В Україні, де панівною «релігією» є *матеріалістичний прагматизм*, наразі є неможливими крайні прояви ліберальної (благословення на одностатеві шлюби й аборти, рукопокладення (здійснюване англіканською церквою) геїв у священство) чи фундаменталістської релігійності: авторитетних вимог видалення з навчальних програм світських ВНЗ згадок про дарвінізм, бойкотів «гріховної» культурної продукції, використання політичних важелів для законодавчого протистояння секуляризації суспільного життя, а то й насильницьких методів для досягнення такої мети. Зазвичай акцентування своєї неправославної шкодить високопосадовцям. Євангельські християни настільки чітко розмежовують свої професійні та церковні обов'язки, що деякі протестанти не визнають, приміром, О. Турчинова «своїм», не бачачи в його публічних діях повсюдного покровительства євангелікам, а в офіційних заявах — проповідей, звичних для зібрань київської громади баптистів, яку відвідує колишній віце-прем'єр.

Для порівняння: в Росії такі суперечки стають протестантським аналогом дискусії «почвенників» і «западників». Перших позначити легше: для молокан — реформаційної течії православного походження — важливою ознакою «русскости» є борода й крій одягу, взорований на російську фольклорну моду (косоворотка, etc.) [22], для лютеран — не тільки відмова від прозелітизму, про що говорилося вище, а й ідеал протестанта як *підданого* Російської держави, що займає «позицію не конкуренції, а *консолідації* з Російською Православною Церквою... Росії сьогодні потрібен патріотичний протестантизм... що підтримує державу та її політику, яка має своєю місією сприяння духовному відродженню народу, що неможливо без підтримки місіонерських ініціатив традиційної для Росії Церкви. ... [необхідна] *добровільна й тісна взаємодія з домінуючою Церквою на правах меншості*... протестант, що дійсно думає про благо Росії,

тільки виграє від того, що РПЦ зможе духовно жити молоде покоління, майбутнє нації, прийшовши до *світських* шкіл, а також здійснюючи пастирську діяльність в армії, інших інститутах, несучи туди Слово Боже» [116] (курсив мій — М. Б.).

Українські протестанти, як правило, обирають серединний шлях – без загравання з владою, але й без її демонізації. Крайнощі редукуються обопільно. З одного боку, дослідники фіксують зменшення есхатологічного напруження навіть у вченні свідків Єгови, яке зазвичай відрізнялось крайньою недовірою до світської влади [468, с. 250–256]. Одним із виявів переходу від «секти» до «церкви» є зміна акцентів проповіді: есхатологія змінюється моралізмом, той — суспільною тематикою: питаннями культури, патріотизму, мистецтва тощо.

З іншого боку, непоодинокими є зізнання євангельських лідерів про певне «розчарування в західних ідеалах демократії», скажімо, через тенденції а) вимирання європейського ліберального християнства і б) співчутливого ставлення фундаменталістських кіл Північної Америки до урядового обмеження громадянських прав населення, зокрема, під знаком «боротьби з тероризмом». Попри віртуальність «християнських» партій (як і будь-яких утворень у сучасному українському політикумі, заснованих ідеологічними, а не фінансовими колами), зростає увага протестантів до дій уряду (загальновідомою є участь євангельських віруючих в акціях «помаранчевої» революції), підтримка демократичних засад суспільства, серед іншого, з потреби збереження її релігійного розмаїття на противагу патрональним проектам «київських» церков. Виникають спроби релігійного тлумачення національної ідеї: як духовного відродження, моралі, «християнського обличчя» країни (пор. з тезою М. Грушевського про те, що православ'я було національною ідеєю українців у козацьких війнах XVII сторіччя).

В основі дискусії «консерваторів» і «прогресистів» лежать дві антиномії. Перша з них стосується балансу між плеканням особистої святості й служінням чужим духовним потребам. Захисники першого погляду наполягають на тезі, що слід спершу особисто поклонитися Богу, щоб стати провідником Його благодаті для інших (особиста святість є джерелом натхнення для служіння — Дії 1:8, 13:2). Пропоненти другої позиції наголошують, що служіння індивіда іншим зміцнює і його власну віру (Мт. 25:34–40). Цю суперечність вияскравлює історія про Марію і Марту (Лк. 10:38–42), конфлікт якої



є нерозв'язним в очах багатьох українських протестанток. Тут безумовний пріоритет духовного споглядання суперничає з обов'язком жінки щодо своєї сім'ї — занурення в безкінечні домашні клопоти. Напруженість такої дилеми викликала з'яву компромісного тлумачення: «У кожному з нас живе Марта — наша функціональна частина, й Марія — частина, що відповідає за взаємини... Марта готувала вечерю, у той час як Марія сиділа біля ніг Ісуса. Коли Марта поскаржилася, що Марія їй не допомагає, Ісус сказав: «Марія ж обрала найкращу частку, яка не відбереться від неї...» Ісус не мав на увазі, що Марта робила щось погане, Він просто хотів сказати, що вона робила це в невідповідний час» [153, с. 69].

Друга антиномія полягає у відмінному баченні сутності зла й людської природи: які форми має зло (гріх, безбожжя), яких меж сягає його присутність у світі, чи має воно владу над наверненим християнином аж до того, щоб позбавити його віри (єдності з Богом) і, як наслідок, спасіння. Ключем до цих питань є протестантське розуміння науки про синергію — межі Божої та людської участі у спасінні індивіда. Складність цього питання полягає в тім, що воно не спирається на окремі біблійні свідчення, а виводиться із системного тлумачення Святого Письма. Кальвіністський догмат про подвійне передвизначення, яке поділяє людство на приречених на загибель і на вічність із Богом, породив багатомісячні дискусії [77, 324], де прихильники ідеї свободи волі людини до спасіння примкнули до вчення голландського богослова Якоба Армінія (1560–1609) (армініанства). Пропоненти передвизначення не вірять у можливість утратити спасіння, тож вважають, що «хрестовий похід» у світ для його трансформації за євангельським зразком угодний Богу й нічим їм не загрожує (за версією цитованого вище М. Вебера, кальвіністський пафос є джерелом капіталістичної свідомості). Відповідно, апологети свободи волі наполягають на пріоритеті «церковної» релігійності для акумулювання духовних сил: «Служіння секулярному світу небезпечно для вашого духовного здоров'я. ...таке служіння не для всіх. <...> Для багатьох адвентистів краще, заради власного ж блага, залишитись у себе «вдома», нічого не починаючи» [293, с. 32].

У цій частині монографії вивчено й виявлено форми й методи церковної комунікації протестантських церков України; встановлено, що євангельські церкви розглядають комунікацію в руслі місіонерської роботи — свідчення християнської віри позацерковній

громадськості; показано, що в постперебудовний час масовоінформаційна діяльність протестантів дедалі більше враховує особливості українського менталітету.

#### **1.4. Базові джерела протестантської журналістики**

Вивчення протестантських медіа неможливе без студіювання нормативної бази протестантських комунікантів, без розуміння ідеологічної основи їх діяльності. Можна назвати не так багато документів, які б визнавалися бодай основними протестантськими течіями. Засадничий плюралізм, свобода совісті унеможлиблює з'яву корпусу директивних приписів. Наявні джерела утворюють дві прозорі групи — сакральний текст Біблії та нечисленні церковні документи з журналістської роботи.

Складно назвати протестантських авторів, які б безпосередньо чи опосередковано не покликалися на Святе Письмо. Протестантське розуміння біблійного вчення тотожне багатовіковій традиції богослов'я цих конфесій, яку несла вмістити в окремий параграф роботи з нетеологічної спеціальності. Тому пропонуємо нашу власну версію біблійного погляду на комунікаційні процеси.

Біблія в історії людства виокремлює три принципові стадії: нетривале перебування першої людської пари в земному Едемі, період від гріхопадіння до другого пришестя Христа та вічне життя спасених у Небесному Єрусалимі. Бог від початку покладає на людину повноту відповідальності за її моральний вибір. Твердиться, що цей вибір Адам і Єва зробили на користь моральної та, як виявилось, фізичної, екзистенційної автономії. Наслідком стає неможливість особистого спілкування з Творцем віч-на-віч: «людина не може побачити Мене і жити» (Вих. 33:20). Єгова «ховається» за лаштунки історії, невидимо провадячи тих, хто вірить у Нього. Натомість слухання Божого голосу й послух йому постає головним змістом і виявом рятівної віри: «Слухай, Ізраїлю: Господь, Бог наш Господь один! І люби Господа, Бога твого, усім серцем своїм, і всією душею своєю, і всією силою своєю! І будуть ці слова, що Я сьогодні наказую, на серці твоїм. І пильно навчиш цього синів своїх, і будеш говорити про них, як сидітимеш удома, і як ходитимеш дорогою, і коли ти лежатимеш, і коли ти вставатимеш. І прив'яжеш їх на ознаку на руку свою, і будуть вони пов'язкою між очима твоїми. І напишеш їх на бічних одвірках дому свого та на (міських — М. Б.) брамах своїх» (Повт. 6:4–9). Як видно з останньої цитати, почуте слово

повинно втілюватися у внутрішньому світі людини, затим у її сім'ї, далі в ближчому оточенні й, нарешті, в громадській діяльності. Відмова слухати Божий голос засвідчує гріховність людини, її бунт проти Бога, остаточним наслідком якого стане огняне озеро (Об'явл. 20) — вічне відчуження від Подателя життя.

Біблія робить акцент на міжперсональній комунікації як такій, що уможлиблює цілісне спілкування — тут задіяно всі органи сприйняття та існують широкі можливості (миттєвого) зворотного зв'язку: «Багато я мав написати до вас, але не схотів на папері й чорнилом. Та маю надію прибути до вас, і говорити устами до уст, щоб повна була ваша радість!» (2 Ів. 1:12).

Цим продиктовано нерозбірливість біблійних авторів щодо технічно опосередкованих каналів комунікації. Все, що не передбачає особистого спілкування «устами до уст», вони вважають недосконалими формами інформаційного обміну.

Перший прихід Ісуса Христа як центральна подія біблійного нарративу не порушив цієї системи. Набуття Логосом людського тіла створило нагоду говорити з Богом лицем до лица. Очікування другого пришестя — повернення Христа — є надією на відновлення справжньої комунікації. І запис Його слів і дій у книгу по-справжньому актуалізується завдяки присутності Святого Духа в серці віруючої особи.

Різні комунікаційні епохи минають без особливого впливу на цю установку: усне спілкування часу патріархів, писемна комунікація доби царств і, пізніше, імперій. Біблійний текст побічно згадує різноманітні канали фіксації та передачі соціальних смислів: *матеріали* — воскові, глиняні, металеві, дерев'яні та кам'яні таблички, шкіряні й папірусні зwoї, покриті вапном каміння, дорогоцінне каміння (Десять заповідей було записано на сапфірових таблицях); *пристрої, інструменти* — чорнило і стилос, різці; *технології запису* — вишивка, малювання літер, писання Божим перстом на сапфіровій плиті, чеканка, продряпування, карбування, видавлювання, та *протистояння носіям шкідливої інформації* — палення чаклунських книжок, руйнування поганських капищ і заборона згадувати імена чужих божеств, вигнання окультистів, нищення військових трофеїв; *професійні комуніканти* — радники, посланці, скороходи, свати, місіонери, проповідники, писці, глашатаї, актори, співці, політичні пропагандисти, пророки, політики, чиновники.

Навіть у Бога є книги: книга пам'яті, книга життя. Книгами користуються на Божому суді. В їх описі технічних деталей обмаль: сказано, що перед використанням ці книги «розгортають» (Дан. 7:10). В Апокаліпсисі йдеться про загадкову книжку, «запечатану сімома печатками» (5:1), що її не дано відкрити смертним істотам. Тільки Агнець Божий (Ісус Христос) на підставі Своєї Голгофської жертви виявився гідним зламати печаті й зазирнути в неї. Доступ до цієї інформації постає доказом унікального статусу Христа, що визнається всіма небожителями.

Перешкодами до сприйняття повідомлення можуть бути технології захисту даних (запечаткування) та семіотичне шифрування (незнання мови документа, а також невміння витлумачити прочитане). Формальна грамотність не є достатньою для розуміння Господніх таїн; натомість тут важить смирення — готовність слідувати волі Божій.

Якщо розглядати носії інформації як аналог соціальної пам'яті, то необхідність довіряти свої знання зовнішнім носіям є виключно людським уділом. Біблія твердить, що Бог нічого не забуває й не потребує допоміжних засобів для Своїх комунікаційних потреб. Його книги є аналогом договірної угоди, що виготовлюється у двох ідентичних примірниках і служить переліком прав і обов'язків сторін — символом людської, недосконалої природи. Їх функція — компенсувати обмеженість людської пам'яті, яка, у свою чергу, є такою через гріховність = смертність людини.

Біблійне розуміння людської пам'яті перебуває в контексті визначення сутності людського знання й пізнання. Когнітивні та розумові здібності людини ушкоджено її розривом із Богом, тимчасовим, транзитивним характером її земної мандрівки від народження або у Божу вічність, або у гріховне небуття: «Коли я говорю мовами людськими й ангольськими, та любові не маю, то став я як мідь та дзвінка або бубон гудячий! І коли маю дара пророкувати, і знаю всі таємниці й усе знання, і коли маю всю віру, щоб навіть гори переставляти, та любові не маю, то я ніщо! <...> Ніколи любов не перестає! Хоч пророцтва й існують, та припиняться, хоч мови існують, замовкнуть, хоч існує знання, та скасується. Бо ми знаємо частинно, і пророкуємо частинно; коли ж досконале настане, тоді зупиниться те, що частинне. <...> Отож, тепер бачимо ми ніби у дзеркалі, у загадці, але потім обличчям в обличчя; тепер розумію частинно, а потім пізнаю, як і пізнаний я» (1Кор. 13:1–3, 8–10, 12.

Тут і далі в цитатах курсив мій — М. Б.). Можливість у вічності розмовляти з Богом віч-на-віч скасує і часткове відання, і потребу в комунікаційних засобах.

Проблема гріха лежить у сфері не знаття, а волі. Біблія твердить, що кожна людина має достатньо знань, щоб знайти шлях до Бога: «гнів Божий з'являється з неба на всяку безбожність і неправду людей, що правду гамують неправдою, тому, що те, *що можна знати про Бога, явне для них, бо їм Бог об'явив*. Бо Його невидиме від створення світу, власне Його вічна сила й Божество, думанням про твори стає видиме. Так що нема їм виправдання» (Рим. 1:18–20). Базовою проблемою людської комунікації є не дефіцит знань, а «зіпсуте гріхом» серце людини, яка під належним існуванням розуміє відсутність дійсної комунікації з Творцем. У спілкуванні з Богом саме людина «ухиляється від розмови». З цих міркувань протестантські церкви пропонують неофітам у першу чергу виголосити молитву каяття — відновити нормативну комунікацію з Всевишнім.

Біблія — єдиний сакральний документ, спільний для всіх протестантів. *Sola Scriptura* — один із базових принципів протестантської традиції, збережених дотепер. Також це єдиний документ, по-справжньому авторитетний для послідовників цього напрямку християнства. Біблія є джерелом богословських ідей, практики церковної роботи й повсякденного життя вірних. Підкреслення пріоритетності цієї книги над іншими каналами інформації є неодмінним компонентом протестантського благочестя. Ось фрагмент передмови до збірки богословських творів сучасного протестантського журналіста й громадського діяча: «головною цінністю для мене залишались, залишаються й залишаться Триєдиний Бог Єгова і Святе Письмо — Біблія. Точніше — мої особисті стосунки з Ним і моє особисте вивчення Книги. Саме регулярні молитви і читання Біблії, а також певний досвід привели до написання цієї книги» [199, с. 8].

Важливе місце в науці протестантів посідає скриптуральне богослов'я: Бог — це Слово (Ів. 1:1), Ісус — Слово Боже, Біблія, як і Христос, має дві природи — Божу й людську, «бо пророцтва ніколи не було з волі людської, а звіщали його святі Божі *мужі*, проваджені *Духом Святим*» (2 Пет. 1:21).

Протестантське бібліоцентричне богослужіння відроджує синагогальну практику, метою якої є не містична літургія, похідна від храмового жертвопринесення, а слухання Божого слова; не

ритуалістична, а інформаційна комунікація: «Блаженний, хто *читає*, і ті, хто *слухає* слова пророцтва та *додержує* написане в ньому, час бо близький!» (Об'явл. 1:3). Комунікація, стосунки з Богом становить центр сучасного протестантського богослов'я. Головні їх канали — молитва і роздуми над особисто читаним текстом Святого Письма. Молитва — запитання Богу, біблійний текст — джерело відповідей на них.

Можна погодитись із закидами католицьких і православних полемістів, що такі тенденції є «віртуалізацією» віри, релятивізацією її видимих ознак (на думку спадає аналогія з Давнім Римом, де ранніх християн уважали за атеїстів через відсутність у них сакральних зображень і статуй та через молитви із заплющеними очима). Подібна релігійність віддзеркалює біблійне уявлення про віруючого як про Божий храм і оселю Святого Духа (1Кор.3:16, 2Пет. 2:5). Її формували відлучення християн від юдаїзму, руйнування Єрусалимського храму та розсіяння християн у результаті гонінь, відродження ідей про «безземельних» віруючих (Євр. 13:14), перенесення надій на посмертну відплату, ідеал віруючих як *чужинців і приходьків* (Євр. 11:13) на землі, страдницький образ послідовника християнства, уявлення щодо богоугодного способу життя як конфлікту з оточенням і неминучості відчуження від «грішного світу» (Мт. 10:22, 24:9).

Безнастанні намагання протестантів реконструювати спосіб життя християн апостольського часу формують сприйняття церкви як мобільної спільноти вірних, що на них пробуває Дух Святий. Це світське чернецтво, де нерідко через бідність, маргінальний суспільний статус, позбавлення земних розваг, протистояння матеріалізму й споживацтву відбувається спроба побудувати субкультуру, де принижений може відчути самоповагу, через взаємодопомогу досягти соціальної справедливості в окремо взятій громаді.

Незамінну роль у побудові такої спільноти грає *комунікація* — з Богом, вірними і миром, представники якого мають шанс на вічне життя за умови приєднання до «ковчега спасіння». Біблія є ідеологічною основою цієї субкультури, смислопороджувальним документом. Ось приклад з інтерв'ю з промо-кампанії нової книжки: «Я би не назвав уміст книги «Десятка» життєвими спостереженнями. Швидше, це виклад біблійних істин через призму власних переживань і мого скромного досвіду. Інша справа, що те, про що я

пишу, це не суха теорія, а пережита практика. Я твердо вірю: Біблія — прикладна книга. Це паспорт із застосування вашого власного життя. Тому в кожному розділі я прагнув показати практичність тої чи іншої біблійної істини — будь то істина про чудеса, молитву, долю людини, громадську позицію християн чи друге пришествя Христа. <...> Що нового можуть дізнатися читачі з вашої книги? Та яка там новизна, про що Ви говорите? Насмілюся Вас запевнити, що за всю історію церкви Христової на землі, за ці дві тисячі років, було озвучено усно чи сформульовано письмово всі біблійні істини. А те, чим ми зараз займаємося — це авторська інтерпретація, взаємна настанова, напучування й нагадування» [370].

Інші документи, підготовлені протестантами, мають дорадчий, рекомендаційний характер, є «надбудовою» в когнітивному діалозі вірних зі Святим Письмом.

«Основи соціального вчення церкви адвентистів сьомого дня» (2002) фіксують позитивні наслідки поширення ЗМК. Медіа привели «до повсюдного визнання прав людини на свободу совісті та свободу слова», спричинили руйнування культурних та ідеологічних бар'єрів. Різноманіття світу виховує толерантність і розуміння необхідності усвідомленого вибору. З точки зору церкви, головне призначення ЗМК — поширення євангельського вчення. Слово як інструмент Божої творчої сили «не повинно бути засобом пропаганди зла і обману». Тут знаходимо й критику світських медіа — твердження про необхідність журналістам мати моральні критерії, культуру й практику розумного самообмеження, внутрішній моральний досвід. Автори документа радять не використовувати гріховних прагнень людини для маніпулювання нею, засуджують «використання ЗМІ для поширення наклепів, насадження духу нетерпимості, ворожнечі, релігійного чи політичного екстремізму», постулюють принцип невтручання церкви в політичну боротьбу. Свободу слова вони розуміють як свободу *для* життя у відповідності до Божих заповідей.

Роль церковних відділів інформації — взаємодія зі світськими ЗМІ, що не применшує права інших членів церкви й пасторів використовувати медіа з богоугодними цілями: «За відповідального ставлення до такого співробітництва ініціатива, що походить від окремих віруючих, є виключно важливою та корисною. Надаючи інформацію про життя й діяльність Церкви як світським, так і заснованим Церквою ЗМІ, церковні служителі й члени Церкви сприяють тим самим відкритості суспільства». У медіасередовищі,

переповненому негативною інформацією, християни можуть бути носіями добрих новин: «Вістка про Спасителя, заснована на євангельському вченні та особистому духовному досвіді вірника, завжди буде найкращою та найактуальнішою новиною в усі часи» [280, с. 194, 195, 197, 196–197].

«Основи соціальної концепції Російського об'єднаного Союзу християн віри євангельської» (2002) мають більш прагматичний характер. Там сказано, що конфесія поважає зусилля медійників з інформування громадськості щодо подій у світі. Позитивними принципами цієї роботи автори документа вважають «розкриття позитивних ідеалів, а також боротьбу з поширенням зла, гріха й пороку. Неприйнятними є пропаганда насильства, ненависті, національної, соціальної та релігійної ворожнечі, а також гріховна експлуатація людських інстинктів, у тому числі з комерційною метою».

Цілі співробітництва зі ЗМІ майже ті ж: нести Євангеліє різним прошаркам суспільства, а також заохочувати інтерес світських кіл до різних сторін церковного життя й культури. Є й відмінні: заявлено можливість християнам працювати у світських медіа, «доносячи до суспільства ідеї християнської моралі» [281, с. 12], а також наявність і функції власних ЗМК конфесії. Ці стосунки передбачають обопільну відповідальність щодо надання та висвітлення погляду церкви на суспільні питання.

В останній частині цього пункту йдеться про причини й шляхи розв'язання можливих конфліктів у взаєминах церкви та світських ЗМІ. Вони можуть породжуватися неточною чи спотвореною інформацією про церковне життя, згадуванням її в неналежному контексті, змішуванням особистого погляду автора з громадською позицією. Принциповими розбіжностями названо богозневагу, інші прояви блюзнірства, свідоме систематичне перекручення відомостей про діяльність конфесії, явні наклепи на церкву та її служителів, і наголошено, що спірні моменти повинні розв'язуватися у відповідності до державного законодавства.

«Соціальна позиція протестантських церков Росії» (2003) демонструє посилення уваги протестантів до суспільного життя. Пункт про церкву і (світські) ЗМІ наслідує структуру згаданих документів. Підкреслено, що «ЗМІ є не тільки джерелом інформації, але й інструментом формування суспільної свідомості, моральних і світоглядних установок особистості». Фраза про аполітичність



церковних організацій набула такої форми: «Виключається участь священнослужителів через ЗМІ в політичних заходах».

Активніша позиція церков помітна в такому твердженні: «Церкви можуть відмовитися від заяв з будь-яких питань у тих ЗМІ, спрямованість яких суперечить нормам християнської етики (наприклад, пропаганда пороку, міжлюдської ворожнечі, негативного ставлення до релігійного світогляду). Ми вітаємо об'єктивне критичне ставлення до подій та фактів, але не приймаємо критику, що принижує гідність особистості та руйнує можливість позитивного діалогу». Відтак, протестантські церкви залишають за собою можливість вибіркової співпраці зі ЗМІ, фактично захищають своє право на бойкот тих медіа, які переходять межу критицизму. Свободу совісті у ЗМІ, як зазначила Л. Филипович, тут проголошено незаконною: «загалом публікаціям атеїстичного змісту певно, що дорога на сторінки газет, скоріше через моду на релігійність і певну боязнь осуду з боку релігійної громадської думки і дещо фаворизованих державою церков, закрита. Тож маємо скоріше в країні не свободу совісті, а свободу віровизнань» [402, с. 99]. Атеїзм проскрибовано. В «Соціальній позиції» уточнено напрямки оздоровлення суспільства: «сприяти профілактиці й подоланню різного роду залежностей (наприклад, наркотичної, алкогольної, тютюнової), соціально неприйнятної поведінки. Церков покликано сприяти розвитку соціальної справедливості, захищати права і свободи людини, підтримувати проекти миротворчих місій, міжконфесійну згоду, запобігати всякого роду екстремізму» [373, с. 75].

До внутрішньоцерковних документів відносять устави конфесій. Автори уставу адвентистської церкви [425, с. 89–90] радять у кожній громаді створити відділ громадських зв'язків (комунікації [131, с. 377–378]). Його завдання — використання засобів піару та комунікаційних каналів для місіонерської роботи. Сюди входять збір і поширення новин, дружні контакти зі світськими журналістами, постачання їм інформації, допомога у виготовленні церковного медіапродукту. Структура відділу є гнучкою. Залежно від потенціалу громади його функції може виконувати комітет громадських зв'язків або окремий секретар. Комітет спеціалізується на стосунках із пресою, радіо і телебаченням, служителями заочної біблійної школи та внутрішнім середовищем церкви для приготування церковних стендів і реклам, розміщення оголошень конфесії, надання

громадським бібліотекам та іншим інформаційним центрам відомостей стосовно церкви АСД. Від секретаря очікують «здорових суджень», організаторських здібностей, уміння позитивно представити церкву, підготувати прес-реліз, знаходити спільну мову з людьми.

Корпоративну документацію протестантських медійників складають (на прикладі адвентистської церкви): «Стратегія церкви АСД», заяви «Про місію ЦАСД» і «Про етичні принципи роботи Генеральної Конференції» (найвищого адміністративного органу конфесії), вищезгадані «Основи соціального вчення церкви АСД», Керівництво для керівників відділу інформації (фактично, посадова інструкція), «Пошук віри в Інтернеті» [252], «Робота зі ЗМІ» [327] та «Стосунки з мас-медіа» [53], «Дії в умовах кризових ситуацій».

Згідно з Робочим курсом відділу інформації, церковних медійників покликано допомагати «посадовим особам і керівництву Церкви у висвітленні їх діяльності та ініціатив перед церковною та громадською аудиторією. Крім того, Відділ роз'яснює посадовим особам характер ставлення громадськості до нашої Церкви. У разі виникнення кризових ситуацій Відділ також надає необхідні експертні відомості та вказує на способи дій у відповідь» [328]. Інформаційна діяльність церкви включає внутрішню комунікацію, зв'язки з громадськістю й кризовий менеджмент. Цей документ описує концепцію, бачення, мету й відповідальність у її досягненні, функції та сферу діяльності відділу, а також указує на необхідність координації зусиль усесвітньої церкви АСД: «Місією Відділу інформації є відкрита, безпечна і сповнена надії інформація. Використання ефективних сучасних технологій та методів її передачі може стати мостом для охоплення різних груп осіб як усередині Церкви, так і поза нею. Метою та баченням Відділу інформації є формування позитивного образу Церкви в суспільстві, щоб її місія, діяльність і благовістя допомогли багатьом стати послідовниками Христа і приєднатися до Церкви. <...> Усі функції Відділу виражаються в контексті основних пунктів стратегії Церкви: єдності, росту церкви та якості життя її членів» [328].

В Інструкції для керівників відділу інформації йдеться про функції зв'язків з громадськістю, їх відмінності від реклами, мотиви використання церквою цієї форми комунікації. На думку авторів документа, непрямі форми впливу на світських журналістів мають більшу ефективність. «Ваше завдання — донести інформацію про

вашу організацію до журналістів і редакторів так, щоб вони змушені почати їх висвітлювати», — закликає Інструкція. Вимогами до керівників цього відділу є гречність, професіоналізм (найперше — грамотна мова без жаргону, претензій до світських колег і брехні), повага до чужої думки, спірної в тому числі, творчий підхід, поінформованість і чуття такту. Важливо стати корисними для ЗМІ, бути експертами для них, аналізувати, які послуги церква може надати суспільству. Для цього слід віддзеркалювати й коментувати актуальні тенденції суспільства.

Далі документ подає ознаки новинарного повідомлення: оригінальність, конфлікт, участь відомих осіб, географічна близькість до аудиторії; інструктує, як зацікавити репортера своєю новиною, зазначаючи, що «громадська преса — не місце для богословських дебатів. Тут треба публікувати історії, цікаві для громадськості. Ваша мета — визначити місце вашої церкви в суспільстві як відкритого, доброзичливого місця поклоніння Богу для законослухняних громадян своєї країни» [53, с. 5, 9]. Останній розділ Керівництва говорить про те, як написати прес-реліз, адаптувати його для різних видів ЗМІ, визначивши «зону проникнення» кожного з них.

Документ «Дії в умовах кризових ситуацій» [86] аналізує основні фактори ризику для церковної організації, розглядає приклади реальних кризових ситуацій, що спіткали церкву в минулому, називає шляхи їх попередження і подолання. Головними профілактичними діями тут є розвиток стосунків зі ЗМІ до настання кризи, участь у роботі професійних об'єднань, централізація вихідного джерела інформації, що дозволить організації говорити «в унісон», використання каналів комунікації, щоб донести свої думки до громадськості, а не тільки реагувати на запити журналістів.

Отже, протестанти фактично визнають єдине базове джерело своєї релігійної науки та практики — Біблію. Святе Письмо розглядає технічно опосередковане спілкування як недосконале, таке, що походить від обмеженої гріхопадінням людської природи. Протестанти вважають масову (журналістську) комунікацію тимчасовим явищем, що, однак, не применшує її значення для церковної роботи. Відповідно до розглянутих церковних документів щодо стосунків церкви та ЗМІ, виконання протестантами їх місіонерського завдання включає розвиток внутрішньоцерковної комунікації, виправлення неправдивої інформації про свою конфесію,

розповсюджені світськими медіа, налагодження зв'язків з громадськістю, попередження й подолання кризових ситуацій.

### **1.5. Амбівалентне ставлення до мас-медіа українських протестантів**

Дослідники фіксують бурхливий розвиток протестантських ЗМК в незалежній Україні. Автору цих рядків відомо більше сотні назв українських періодичних видань, редактованих протестантами, з яких близько десятка мають міжнародне розповсюдження, а найбільший наклад дорівнює 400.000 примірників (видавана адвентистами всеукраїнська безкоштовна газета «Вічний скарб»). У нашій країні засновано міжнародні медіахолдинги «Еммануїл» (дітище CBN) і незалежний «IN VICTORY»; супутникові телеканали CNL (Казахстан) і ТБН (Росія) відкрили українські відділення. Через відсутність географічних кордонів складно визначити обсяг протестантського Інтернет-контенту, продукovanого й споживаного нашими співвітчизниками, але варто сказати, що засновані українцями портали [uucrus.ru](http://uucrus.ru), [invictory.org](http://invictory.org), [adventus.info](http://adventus.info), [bible.com.ua](http://bible.com.ua), [maranatha.org.ua](http://maranatha.org.ua), [jesuschrist.ru](http://jesuschrist.ru), [4oru.org](http://4oru.org) очолюють рейтинги релігійного Рунету.

Аналіз цього комунікаційного процесу неможливий без визначення того, з яких міркувань сучасні церкви засвоюють новітні технології, ставлячи їх на службу своїм завданням, — без відтворення ідеологічної бази протестантських журналістів.

Важливо також окреслити ставлення до самих комунікаційних технологій, на яке протестанти спираються у своїй церковній практиці. Це найкраще зробити на прикладі славетної тези М. Маклюєна «засіб комунікації є повідомленням», вплив якої на сучасні медіастудії порівнюваний зі значенням праць З. Фройда для розвитку психоаналітичної теорії.

Маклюєнівську тезу розуміємо так: будь-який засіб комунікації (медіум) неодмінно трансформує повідомлення в певний спосіб. Тип і міра цієї трансформації становить власне «повідомлення» медіума, виражаючи його роль у процесі інформаційного обміну [551].

Зауважмо, що можлива хіба що реконструкція таких уявлень, бо дискусії з цієї тематики у (між)церковних колах не існує: предмет об'єднує доволі далекі сфери знання, здається абстрактним і «академічним», тому не привертає широкої уваги; технологією цікавляться комп'ютерні «фанати» й інші «технарі», які часто є

церковними маргіналами, а інтелігентський прошарок українського протестантства опікується питаннями ідеології; більшість журналістських проєктів конфесії здійснюється ентузіастами без спеціальної освіти; у багатьох віруючих зберігається підозра до «мирських» наук, а соціологія, психологія, журналістикознавство, культурологія майже цілком входять до цієї «зони стигми». Існує низка принагідних згадок і кілька позицій різного ступеня доказовості, чії прихильники вважають їх за вичерпне розв'язання проблеми й не сприймають контраргументів.

Та й розвивається протестантська медіасфера зовсім не лінійно: 1998 року в Донецькому християнському університеті було закрито програму «Християнське радіомовлення», спрямовану «виключно на місіонерську діяльність у галузі засобів масової інформації» [269, с. 111], на відділенні журналістики Християнського гуманітарно-економічного університету в Одесі практично немає студентів-християн. Як твердить М. Черенков, «активність християнських медіа не співмірна професіоналізму» [433, с. 165]. Сам термін «професіоналізм» викликає у протестантській громадськості швидше негативні асоціації з готовністю поступитися моральними принципами ради наживи, психологічною «незалежністю» від Божої допомоги й настанови: «Апогеєм явища стала почута однією особою фраза, яка просочилася з-за дверей пасторського кабінету, де проходила молитва служителів: «Ми виганяємо тебе, дух професіоналізму!» [28, с. 21]. Тому все відчутнішими стають картання протестантською інтелігенцією церковної маси за інертність, відсталість, небажання користатися перевагами сучасності: «Історичний досвід доводить, що церква зазвичай... не виходила за рамки сучасного їй контексту, й більшість євангельських віруючих були виконавцями часу, відстаючи від нього на кілька десятиліть. Ні стратегії, ні тактики подальшого розвитку в них не було. <...>

Якщо у відповідності зі Святим Письмом уважати, що християни постійно перебувають на полі духовної битви, то виходить так, що вони все ще партизанять на війні, яка вже давно скінчилася. <...>

Не розуміючи принципів комунікації та часу, в якому ми живемо, ми стаємо не виконавцями Божої волі, а статистами, виконавцями часу, які підбирають «останні колоски». <...>

У кожній сфері нашого життя: в політиці, бізнесі, соціальній поведінці, сфері релігії чи моралі ми перебуваємо під впливом дуже невеликої кількості осіб, які розуміють ментальні процеси і соціальні дії мас. Нами керовано, наші уми формовано, смаки ліплено, наші ідеї — це ідеї людей, про яких ми ніколи не чули. <...>

Ми дозволили витіснити себе на узбіччя, а з тим іще й ображаємося на цей світ, який відчайдушно потребує Бога, але не розуміє мови, якою з ним про Нього намагаються говорити християни... Багато років я пропонував обучити перекладачів з церковної на світську мову. Хоча б по одному на кожну велику церкву, в крайньому разі, на область. І назва для такого спеціаліста є підходяща: «спеціаліст зі зв'язків із громадськістю». Кожна поважна фірма має спеціалістів, які розуміють ази інформаційного служіння. Бо в сучасному інформаційному суспільстві без знань комунікації й кроку не ступнути. Чому ж у церкви немає таких спеціалістів?

<...> Чому в навчальному закладі, де є можливість отримати необхідні знання з комунікації, немає баптистів? Чому їх не буває на високоякісних у професійному плані семінарах «Новомедіа»? Чи вони й далі хочуть бути сектантами в очах обивателів?» [286].

Спочатку про моменти, які сприймаються одноставно. Метою українських протестантів щодо розвитку церковних медіа є місіонерська робота — охоплення людства євангельською вісткою: розповідь про Бога й запрошення до християнського способу життя. Такий *modus vivendi* реалізується в церковному товаристві, а мас-медіа готують «ґрунт» для особистого контакту з місіонером, чи то християнський книгоноша, вуличний євангеліст, чи то проповідник: мінімізують / усувають стереотипи, формують релігійний «порядок денний», можуть надати пораду й підтримку в скрутну хвилину; апологетичні передачі дозволяють оцінити рівень послідовності й переконливості віровчення, інформування про діяльність церкви створює її позитивний образ в очах громадськості.

На користь уживання комунікаційних технологій у цій роботі працюють і нові можливості, які вони несуть із собою. Дистанційна комунікація формує додаткову аудиторію, не обмежену критерієм географічної помісності релігійних зібрань чи громадською думкою щодо відвідування певної конфесії. Це люди у специфічних умовах: фізичних (неповносправні), юридичних (ув'язнені), соціальних (політична й бізнес-еліта, представники силових структур). Додаткова емансипація особливо дається взнаки за Інтернет-

контактів: «практика показує, що люди більш розкуті під час спілкування онлайн, ніж лицем до лица, охочіше діляться своїми потребами, ставлять питання й готові слухати (читати) відповіді як на свої питання, так і на питання інших осіб» [463, с. 195].

Володіння навичками масової комунікації також дозволяє протистояти інформаційним атакам конкурентів: «Хто був Голіаф... який зневажав Ізраїль? У сучасному світі це певні радіопрोगрами, телеканали і газети. Вони зневажають нас, збиткуються над нами. Тому нам треба виступити з їх же мечем, щоб перемогти їх» [49, с. 6]. Асоціація «Новомедіа» зробила інформаційні «війни» одним зі своїх статутних завдань: «10 лютого... [2008 р. вона] виступила із Заявою відносно показу фільму «Горбата гора» на каналі «1+1» і вимагала у відповідних держструктур посилити контроль над показом фільмів, які несуть особливу небезпеку українській нації. Незабаром Національна Рада України з питань телебачення і радіомовлення на підставі висновків Національної експертної комісії із захисту суспільної моралі погодилася з аргументами Асоціації «Новомедіа». З тих пір українським телеканалам заборонено демонструвати фільм «Горбата гора» про двох ковбоїв-геїв до 23:00» [173]; «Сумський осередок Асоціації «Новомедіа» 10 липня 2009 р. звернувся до місцевої газети «Ваш шанс» з приводу розміщення на сторінках цього видання матеріалу, зміст якого спотворює й невірно тлумачить діяльність... протестантських церков і громадських організацій. У серпні Асоціація «Новомедіа» отримала відповідь від Сумської державної адміністрації на заяву Асоціації. Лист був підписаний заступником губернатора Сумської області Олегом Медуницею. Керівництво області погодилося з тим, що у статті «Невеселі думки про «веселий майданчик» газета не надала достовірну інформацію про Християнський духовний центр» [277].

Надзавданням масовоінформаційної діяльності протестантів є перетворення суспільства за біблійним зразком: «саме ЗМІ мають кардинальний вплив на погляди, думки, свідомість і мораль суспільства» [197, с. 6]; «Теперішній час — це доба ЗМІ. Те, про що сьогодні не сказали в ЗМІ, не існує. Того, чого не показали по телевізору, не сталося» [232, с. 36]; відтак, «ЗМІ — це перше, що потрібно для впливу на *будь-яке* суспільство» [143, с. 7] (тут і далі курсив мій — М. Б.).

Ось приклади застосування такого підходу. Пастор зі Слов'янська С. Демидович, один із засновників національної акції

усиновлення «Тебе буде знайдено», повідомляє, що показ у парламенті України створеного за його участі документального фільму «Лист мамі» «вплинув на прийняття закону про дітей-сиріт. ...програми і проповіді [Демидовича] спонукали багатьох людей у різних країнах прийняти сиріт у свій дім» [353]. Київський журналіст А. Шарій, який успішно працює з низкою світських ЗМІ, твердить, що після його статті «Чому спить дитина» [442] «щезло в Києві ціле явище! Прохачки зі сплячими дітьми на руках щезли і з багатьох інших міст по всьому СНД» (лист до автора від 13.03.08).

Загальниками міркувань протестантських аналітиків є:

- войовничий пафос проти окультизму та аморального медіаконтенту. Попри відсутність у більшості церковних ЗМК оглядів культурної продукції як рубрики, діатриби проти «Гаррі Поттера» і «Коду да Вінчі» зайняли сторінки багатьох видань і сайтів. Київський пастор С. Аделаджа скликав прес-конференції, щоб засудити фільми «Код да Вінчі» й «Сафо. Любов без меж» (Україна, 2008) й пропонував заборонити їх прокат і поширення в Україні. Коли пролунали голоси обурення через заборону прокату гомосексуальної стрічки «Бруно», А. Шарій виступив у «жовтій» Інтернет-газеті from-ua.com з емоційною підтримкою рішення державної комісії [443]. Останньою подією такого типу стало прийняття Верховною Радою Закону «Про внесення змін і доповнень у деякі законодавчі акти (стосовно боротьби з дитячою порнографією)» (набув чинності 9 лютого 2010 року, автор проекту — депутат П. Унгурян (баптист, фракція БЮТ). Закон «покладає... відповідальність на провайдерів — компанії, які надають послуги доступу до всесвітньої мережі Інтернет. Віднині вони зобов'язані ретельніше стежити за фактами зберігання і поширення в Мережі продукції, яку можна кваліфікувати як дитячу порнографію» [198];

- лейтмотив запевнень щодо нейтральності технологій: «Інтернет не є монстром. [Мережа] ...має свої проблеми і не є самостійною сама по собі, а лише інструментом у руках людей, які її створюють» [345]. Подібні роздуми іноді породжують самозрозумілі тези: «...апаратна частина телевізора чи комп'ютера без інформаційного «заповнення» є мертвою, бездушною, — твердить у своїй книзі «Екологія духу» кандидат технічних наук І. Лещук. — Технічний апарат, як і людина, небезпечний тільки тоді (в духовному сенсі), коли він керований (одержимий) злими духами



(негативною інформацією). ...сама інформація... «оживлює» пристрій». Це *reductio ad absurdum* підміняє предмет дискусії. Пошуки ролі технічного засобу в процесі комунікації мають аналізувати не наявність чи силу благоговіння перед матеріалом, із якого створено корпус медіума, а об'єктивно існуючий «голос», який він додає під час передачі повідомлення.

Щоправда, твердження про нейтральність комунікаційної техніки можуть сусідити з поважними свідченнями протилежного, тому вірити таким заявам не завжди варто. Особливо рельєфною ця суперність є в подальших частинах книги І. Лещука. «Неправильно розуміти інформаційні технології тільки як «залізо»..., — застерігає автор і наголошує на «можливості «накладання печаті» машинного образу на дух людини і на образ її мислення» і «занурення людства в *окультурно-віртуальний світ*». Незрозуміло, що тут має на увазі автор під словом «віртуальний»: породжений технологією різновид реальності (технологічний аспект явища), характер її сприйняття людиною (психологічний аспект) чи, наприклад, відеоматеріали, що розвивають цю тематику (змістовий аспект).

Однак, коли нижче мова заходить про небезпечні наслідки використання телевізійного матеріалу, автор пише: *«Апріорі, всякій розсудливій людині зрозуміло, що саме по собі це дивовижне відкриття зовсім не є злим або добрим. Як і багато інших технічних винаходів, воно нейтральне, і тільки залежно від застосування може завдавати шкоди чи приносити благо, стати джерелом благословення чи прокляття»*, на тій же сторінці пропонує «чітко визначитися щодо сучасного *телебачення* в цілому». Проти запевнень у нейтральності тих же телекомунікацій промовляють апеляції І. Лещука до психології сприйняття («І стороннє випромінювання ЕМП [електромагнітних полів], «тиснучи» на нормальну електромагнетику мозку, здатне привести її на рівні пригніченості, депресії та найтяжчих психоемоційних розладів. <...> На ґрунті інформаційного перевантаження виникає невизначеність, невпевненість під час ухвалення рішень»; «Варіюючи кольорову гаму, використовуючи різні види модуляції, можна викликати стрес, утому, депресію і все, що завгодно»), соціології мас-медіа («Мільйони осіб справно споживають видовища, виготовлені невеликою групою» [216, с. 57, 58, 225, 232, 238, 244, 181, 196, 251]) тощо.

Ця суперечливість книжки Лещука пояснюється соціально-психологічними обставинами. Автор озвучує позицію войовничо

консервативного крила пострадянського протестантства, яке зітнулося з вимогою молодшого покоління церковної людності (по змозі раціонально) аргументувати свої погляди. Старі лідери церкви не люблять згадувати радянську епоху, коли видимий контроль над інформаційним горизонтом вірян був відповіддю на виклики часу. Він і тепер має місце в практиці незареєстрованих громад: «з метою виявлення у своїх вірних телевізорів, відеоапаратури по домівках здійснюються так звані рейди перевірки, після яких вірні можуть отримати зауваження з причини «прив'язаності до світу» [374, с. 72]. У мейнстрімі євангелічного християнства такі методи стали неприйнятними, хоч «свого часу проблема «мати чи не мати у домі відео телевізор» викликала бурхливу дискусію на з'їзді Всесоюзної Ради євангельських християн-баптистів. Наразі табу на телебачення відсутнє. Але лідери категорично висловлюються проти перегляду програм і фільмів, які містять насильство, розбещеність, елементи окультизму» [375, с. 90]. Поганою може бути тематика журналістських повідомлень, але не сам засіб комунікації — такою є поступка консерватизму в обмін на респектабельний образ церкви, а також через страх обвинувачень у «тотемізмі» щодо сприйняття технічних засобів і культурній відсталості. Останнє, безумовно, має місце: консерваторів підводить незнання того, що західне журналістикознавство експериментально довело тезу, якою (підсвідомо) давно керувалися інформаційні фільтрувальники (gate keepers) підрадянського протестантства.

Не вільні від подібних запевнень і західні роботи з протестантської місіології: «Ми розуміємо, що технологія є позаморальною. Характер використання робить її моральною чи аморальною»; «Нам потрібні... гарні адаптувальники, які скажуть: «Справа не в технології, тут немає «священних корів». Я зрозумію, що приносить ефект, і буду прославляти Бога, транслюючи свій контент через цей засіб» [525, с. 4, 70].

Однак ця межа є не такою щільною, як здається. З одного боку, лунають голоси на утвердження людиноцентричних критеріїв оцінки масової комунікації: «Божий метод — це люди. Де і коли б радіо та література стали самоціллю, а не засобом — Боже благословення буде втрачено» [517, с. 239]. «У християнській комунікації ми є каналами, по яких Євангеліє Ісуса Христа «розширюється» (у маклюєнівському смислі — М. Б.) до інших людей, — пише інший автор, — і ми використовуємо медіа, щоб «розширити» себе,

донісши, в такий спосіб, своє повідомлення до них» [593, с. 41]. Отже, технології змінюють світ і суспільство. Протистояти технологічному поступу даремно й безглуздо. Натомість слід використовувати ці засоби для впровадження біблійних цінностей, а безумовність такої мети зредукує побоювання щодо сторонніх ефектів опосередкованої комунікації: «Сила Божа на спасіння людям походить від Євангелія, а не від технології, методології чи окремої особи» [525, с. 3].

З іншого боку, технологічний пафос наражається на численні свідчення зумовленості людської поведінки не масовими комунікаціями, а стосунками зі своїм оточенням. Безпрецедентна ефективність персонального спілкування заперечує позірну всесильність медіа. Ба більше, «технологічні рішення... збільшують потребу в безпосередньому міжособовому спілкуванні» [572, с. 304]. Розмови з сім'єю та друзями відіграють важливішу роль у формуванні та зміні життєвих оцінок особи, аніж вплив будь-яких або всіх видів мас-медіа. Це особливо стосується глибоко закорінених оцінок і вірувань, наприклад релігійних переконань [528, с. 557]. Дослідження демонструють, що соціальна група черпає із зовнішніх інформаційних каналів тільки ту інформацію, якою вона вже володіє. Принципово нове їй членами не сприймається або заперечується [477, с. 46]. Відтак, будь-яка мас-медійна кампанія без ефективного особистого спілкування з аудиторією не принесе намічених довгострокових результатів [572, с. 311].

Ці спостереження спонукають місіологів до таких висновків: «Схоже, що в сучасному євангелізмі на мас-медіа зроблено непропорційно великий акцент. Особливо коли йдеться про таке базове поняття, як релігійна віра, не існує заміни для міжособистісного спілкування. І проблема полягає не в нашому використанні медіа, а в недбалості щодо доповнення медійних повідомлень особистими контактами з ініціативи членів місцевих громад. Кожне зусилля повинно спрямовуватися на з'єднання мас-медійного євангелізму з місцевим, персональним свідченням і навчанням» [529, с. 220], а відтак, «ідея, що найкращий спосіб євангелізувати світ — використання радіо і телебачення, є фікцією. У реальності ж потенціал мас-медіа почасти обмежений, і вони повинні доповнюватися міжперсональною комунікацією. <...> По-справжньому важливі детермінанти соціальних змін, демонструє дослідження, це «міжперсональне спілкування, життя місцевої

спільноти й політична агітація». Усе це вказує на «мал[у] корисність мас-медіа як важелів соціальних змін» [477, с. 50]. Аудиторія очікує, що ЗМК працюватимуть на підтримку наявного статус-кво.

В українському протестантстві неабияка увага до особистого спілкування з одновірцями викликає критику технічно опосередкованої віри, релігії, церкви. «Характерним для радикального протестантизму залишається те, — пише О. Спир, — що віруючим прищеплюється думка про громаду як єдине гідне і дійсно необхідне джерело різнобічного, насамперед приватного, спілкування, оскільки будь-яке інше призводить до проникнення у світогляд і характер людини небажаних рис «грішного світу». Ось чому в деяких євангельських громадах, особливо традиційних баптистських і п'ятдесятницьких, протягом всього досліджуваного періоду зберігалася заборона дивитися телевізор, хоча кількість таких громад поступово зменшується» [269, с. 141–142]. Зауважмо характерні міркування блогера-протестанта щодо перспектив застосування досвіду рекламних кампаній на користь церкви: «Я хочу, — відповів Бог, — щоб ти зрозумів, що ніяка реклама не замінить особистого спілкування з людьми. Я хочу, щоб ти особисто йшов і говорив людям про Мене, а не передавав цю дану тобі відповідальність бездушному телевізору» [211]. Як правило, й доступу людини до друкованої продукції буває недостатньо для передачі їй дару віри: «Газета — це проповідь на папері, яка приходить до майбутнього християнина додому, він іще не почав ходити до церкви, але церква газетою вже почала ходити до нього. <...> Але те, чого техніка не замінить ніколи, це процес спілкування з людиною. Тут усі найостанніші комп'ютерні досягнення безсилі, тут треба працювати один на один. Тільки тоді буде хороший результат» [379].

Характер коментування технологічного прогресу в галузі комунікацій залежить від ставлення конкретного автора до останніх тенденцій у ній. Цитовані публіцисти репрезентують погляди церковних груп, а ті, у свою чергу, віддзеркалюють розмаїття життєвого досвіду пострадянської людини: або оптимізм молодості щодо перемоги громадянського суспільства й ринкової економіки, готовності використати переваги нових соціальних умов для самореалізації та зміни свого оточення («прогресисти»), або її розгубленість у постмодерному світі, страх перед сучасністю, яка

руйнує звичне минуле, ставлячи перед грізними викликами («консерватори»).

Необхідність пояснити й виправдати свої переживання формує відмінне богослов'я комунікації у цих частин протестантської громадськості. Прогресисти запевняють у божественному походженні технологічного поступу [238]. Оскільки Бог є автором технологій, то людині належить не «витрачати час» на безкінечну моральну експертизу конкретних медіумів або загальної комунікативної ситуації, а якнайенергійніше спрямовувати ці засоби на богоугодні цілі: «Це справедливо і у відношенні до можливостей, які Бог дав церкві разом із розвитком технологій. Господь створив технологію як корисний інструмент для досягнення Своїх цілей» [525, с. 3].

Натомість консерватори сумніваються в можливості однозначно атрибутувати технологічний поступ Богу. З огляду на масу нових проблем, які технологія несе із собою, вона може кваліфікуватися як підозріла, а то й одверто сатанинська за суттю: «можна говорити про наявність реальних передумов для «одухотворення» комп'ютерних систем і мереж, а також про можливість перетворення їх на «звіра», у якого вкладено «духа... щоб заговорив» (Об'явл. 13 розд.). Іде процес возведення Вавилонської вежі інформаційно-комп'ютерної ери і плацдарму для антихриста»; «Всесвітнє царство антихриста будет являти собою загальну систему управління, що фізично й духовно закріпачує людину. І технічний прогрес уже створив передумови, за допомогою яких антихристу вдасться закріпачити все людство й держати його під своїм контролем».

Зі зрозумілих причин консервативні позиції набагато чіткіше прописано й розрекламовано. Згадувана вище книга І. Лещука є ілюстрацією крайніх проявів підозрілості до технологізованого сьогодення аж до демонізації останнього і прозрівання грядущого царства «Ай-ті-христа». У цій роботі присутні різні шари змісту, серед яких є

- переконливі аргументи:

«сучасні віруючі нерозбірливо ставляться до багатьох інформаційних «продуктів» (літератури, радіо, телебачення, живопису, театру і т.ін.). ...через особисте духовне невігластво християни дозволяють мирському духові проникати у свою душу, що призводить... до духовного зараження»;

«Сприймаючи ту чи іншу інформацію, людина *неодмінно* піддається певному зовнішньому впливу на *фізичному* й *духовному* рівнях»;

«Людина починає *поневажувати* реальні інформаційні потоки людських спільнот (від осередку суспільства — сім'ї — до більших утворень) і жити своїми інтересами в уявному... світі, де їй гарно і зручно самій (глобальний егоцентризм)»;

- твердження, яким бракує емпіричної бази:

«Залежність від телевізора (комп'ютера) може привести до депресивних форм божевілля, позаяк одриває людину від реального життя. У результаті особа перетворюється на *масу*, з якої *можна ліпити все, що завгодно!*»;

«Засоби масової комунікації та інформації за своєю суттю, спрямованістю і способом навіювання породжують у людині *трафаретні (як правило, перекручені) реакції та оцінки, уніфіковані уявлення, небачену раніше стандартизацію і нівелювання культури мислення, що призводить до отупіння особистого сприйняття, викликає* втому і байдужість»;

«Парадоксальна ситуація: радіо, телевізія, комп'ютери, сучасні «інтелектуальні системи», «експертні системи», покликані гарантувати надійність ухвалених рішень, *сприяють зменшенню людської активності...* розвивають споживацьке ставлення до знань»;

«Більшість же глядачів, як відомо, розкриваються назустріч екрану простодушно і безхитрісно, як діти»;

- не до кінця коректні питання:

«Чи буде розвиток сучасної техніки, особливо технологій віртуальної реальності, сприяти вдосконаленню моральної свідомості...?»;

- та й просто журналістські «страшилки»:

«*Можливо*, що в майбутньому віруси «навчатися» вбивати на тільки комп'ютери, а й живих людей, операторів ЕОМ» [216, с. 252, 12, 13, 50, 223, 11–12, 182, 183, 187, 181, 195].

Однак друкована технологія, яка забезпечила постання і поширення протестантства, знаходить у текстах церковних аналітиків протилежне тлумачення. Тут на користь уже відомої тези щодо богоданності конкретного засобу комунікації працює півтисячолітній досвід релігійного друку. Протягом цього часу християнство вперше реально стало *всесвітньою релігією*, а протестантизм — *питомо*

глобальним явищем з присутністю на всіх континентах. «Якби можна було поставити одну роботу вище від іншої, то найважливішою була б та, яка дозволяє нашим публікаціям потрапляти до людей, спонукаючи їх досліджувати Писання» [394, с. 9], — твердить найвідоміша адвентистська письменниця.

Апологети друкарства називають такі переваги літературного служіння: завдяки книжкам послання потрапить туди, куди не дійде живий проповідник і де неможливо проводити зібрання; скептично налаштовані особи ймовірніше візьмуть до рук книжку, ніж погодяться на бесіду; друкowana сторінка не потребує додаткового технічного забезпечення, не залежить від електропостачання, практично не має терміну придатності, може бути придбана однією особою, а вплинути на іншу. Книги «не схожі на телепередачі або радіоефір, які щезають одразу після закінчення». Навіть скромно оформлені видання гамують інформаційний голод у бідних районах світу (тому ж вікні «10/40»). Самостійне читання прилучає реципієнта до лінійного сприйняття богословських схем протестантських церков, породжених раціоналістичним проектом Модерну. Останні розробки електронних технологій доповнюють друк, але не виключають його, тож, «незважаючи на бурхливий ріст числа користувачів комп'ютерів... література продовжує залишатись основним засобом передачі людству вістки Євангелія» [441, с. 58, 367]. Справа Й. Гутенберга в безпеці, вважають ці автори.

Не всі поділяють їх оптимізм. Буклети й брошури мають невелику цінність, якщо не привертають уваги, не орієнтовані на відчутні потреби аудиторії та не вписані в місцевий контекст. І навіть тоді люди в основному не цінують їх, бо дістали їх задарма — така позиція інших місіологів. «На додачу до неписьменності як такої, поважний відсоток населення, яке вважають грамотним, *функціонально* не є таким, — твердять вони. — Крім того, деякі з тих, хто *може* читати, все-таки *не робить* цього... У деяких країнах дарма сподіватись охопити навіть десять відсотків населення за допомогою друкованих медіа» [528, с. 558]. Успадкувавши від СРСР поголівну шкільну освіту, частка українців є функціонально неграмотною. Наприклад, селяни, які не отримують періодику, зустрічаються з друкованим текстом всього декілька разів на місяць. ТБ, радіо та прокат DVD-дисків, насичений розклад дня чи, навпаки, лінощі відучують наших співвітчизників читати.

Комбінованим підходом є літературний евангелізм, коли важливим, а іноді головним аргументом на користь придбання й читання видань є особа християнського книгоноші. Літературний евангеліст переконує своєю персоною, манерами, світоглядом, цінностями, чого не буває за механічного поширення часописів. За умови професійної роботи колпортера продаж літератури по суті не є масовою комунікацією. Це міжособисте спілкування у світовому масштабі.

Електронні медіа знаходять іще менше захисників. Церковна адміністрація відчуває, що електронне зображення віщує занепад раціоналістичної парадигми, породженої друкарством. Далеко не однозначна конкуренція друкованого Слова й телеверсій його сюжетів викликає стурбованість, подібну до тривоги, що її спричиняє у представників т.зв. «традиційних» церков протистояння біблійного кодексу та ікон. Цю стурбованість можна було б знову пояснити культурною обмеженістю, коли медіум (друкований том) і окремий спосіб комунікації (читання) уособлюють Біблію як таку, підміняючи собою сакральний текст як комунікативний канал. Однак консерватори справедливо вказують на зміни, що їх вносить у повідомлення новий медіум.

Навіть морально бездоганний фільм утілює тему в готові образи, роблячи те, що читач здійснює самостійно. Нахил споживати неосмислену інформацію викликає небажання читати, й навіть фільми на біблійні теми можуть відохочувати від роздумів над Святим Письмом [247, с. 20]. Звичка до розумової праці, що її вимагає читання, слабне також через загальнодоступний характер системи символів, які формують телезображення. «Читання потребує абстрактного мислення, послідовного з'єднання ідей і багатого внутрішнього життя», і відсутність таких вимог до реципієнта робить телебачення осереддя маскульту. Однак, відмічає той же автор, постмодерністська парадигма не скасовує логоцентризм модерну, тому «ті, хто продовжує писати й читати, залишаться законодавцями культури в добу тотальної безграмотності» [47, с. 121, 122]. Тут доречно згадати аргументи М. Маклюєна на користь того, що сприйняття кінокадру вимагає навичок читання [235, с. 54–61].

Однозначно негативну оцінку отримують комп'ютерні ігри: на думку аналітиків, їх шкідливість проявляється на рівні

- *психології*: вони розвивають агресивність, звужують коло інтересів, збіднюють емоційну сферу, викликають дратівливість і



стурбованість. Гра стає нормою життя; «геймер звик завжди перемагати і отримувати все, що тільки заманеться». Тому можливий потяг до спрощених, «ігрових» підходів у розв'язанні життєвих ситуацій;

- *психофізіології*: смертельні випадки серед геймерів мають причиною тромбоемболію судин легень від знерухомлення, відсутності сну й тривалого стресу від жадання виграти. Самі «ігри побудовано так, щоб гравець не міг вчасно зупинитися». Велика кількість гравців є викликом для геймера. Енергозатратність гри, миготіння кольорів і зображень подразнює кору головного мозку й може спричинити смерть. «Такі ігри, як «Diablo II», тримають людину в постійній напрузі й майже в істеричному стані. Серцевий напад — цілком сподівана реакція на таке навантаження» [188, с. 22, 23], — наголошує авторка;

- *соціології*: безсумнівним недоліком ігор є даремна витрата часу;

- *моралі*: статистика показує великий відсоток реальних убивств і проявів жорстокості серед геймерів. Найпопулярніші ігри обов'язково включають убивства, насильство, екстремізм, окультизм, а то й відкритий сатанізм;

- *релігійної свідомості*: у геймерів щезає тяжіння до відвідування церкви, молитви й читання Біблії, що, відповідно, руйнує моральну орієнтацію підлітка, провокує конфлікти з батьками, асоціальну поведінку.

Як і в ситуації з будь-яким новим медіумом, поширення Інтернету в 1990-х роках викликало настороження. Однак критика швидко врівноважилася розумінням переваг Мережі. Причина цього полягає у підсвідомому сприйнятті Інтернету як «свого». Протестантський Рунет і Уанет базуються на тексті, у такий спосіб продовжуючи раціональний, лінійний друкарський проект Модерну: Інтернет-радіо розвивається мляво, у мережній телевізії превалюють усе ті ж розмовні, оповідні жанри: проповідь, свідчення, документалістика, новини. Фактично, релігійний сектор Інтернету привчає читати. Є заміною книги, а часто поверненням до неї: людина знаходить цікавий фрагмент, шукає ціле, далі купляє книжку / роздруковує текстовий файл / копіює його на КПК або мобільний телефон, щоб отримати цілісне уявлення про авторське бачення предмета. Мережа є найдоступнішим у технологічному й фінансовому плані медіумом, відсутність цензури в ній означає

свободу і релігійного самовираження, поцінування чого об'єднує панівні й маргінальні релігійні спільноти, креативність і знання законів Інтернету є головною запорукою охоплення практично необмеженої аудиторії. «Інтернет замінив нам те, чим раніше була книга, і він усе ще перебуває на початковій стадії розвитку, — заявив у своєму інтерв'ю один з ідеологів «цифрової Реформації» Л. Світ. <...> *Будь-яка реформація в історії супроводжується розвитком найновіших технологій...*

Той, хто володіє певною формою засобів масової комунікації та її значним рівнем софістики і грамотності, зіштовхнеться з *найскладнішим переходом, або реформацією, від одної форми ЗМІ до іншої*. Таким чином, ті деномінації, які насправді оволоділи культурою друку і зробили її частиною своєї «особистості», намагаються утриматися за соломинку. <...> Вони продали себе респектабельності. А респектабельність — це менталітет Гутенберга» [51, с. 5].

Подібним є і ставлення до радіо. Аналітики вказують на оперативність його повідомлень, враження задушевної бесіди, зверненої до багатьох, долання географічних і політичних кордонів. Масовість мовлення за порівнянно невеликі кошти — головний аргумент на його користь: «За один день більше осіб чує Євангеліє сьогодні по радіо, ніж чуло його протягом перших трьох століть християнської ери» [517, с. 235]. Водночас дослідники не схильні переоцінювати вплив радіо: що більшою є цільова аудиторія, тим меншим є значення загального інформаційного продукту для окремого її представника.

Наймолодші конфесії, особливо харизматичні, бачать в електронних медіа мало не панацею у стосунках із суспільством: «В епоху твітерів, соціальних мереж, громадянської журналістики, веб 2.0 церкви можуть *легко набути мільйони прихильників*. <...> Кожен із нас повинен стати патріотом своєї небесної Вітчизни — Царства Божого, і почати осолювати (на внутрішньоцерковному сленгу — «впливати на» — М. Б.) все навкруги себе, *використовуючи сучасні технології. І тоді все вийде*» [318]. Некерованість Мережі, засилля в ній аморального контенту ці автори не тільки не вважають за перешкоду, вони є для них просто сміховинними обставинами: «Інтернет — прекрасна річ. Звичайно, деякі нічого там не можуть знайти, крім оголених жінок. Але, як кажуть, хто на що має приціл» [255, с. 14].

Кінематограф не відіграє серйозної ролі в практиці українських протестантів. Причини очевидні: занепад вітчизняної кіноіндустрії, монополія голлівудської продукції на ринку, в тому числі церковному, мізерні результати протестантської проповіді серед творчої інтелігенції, негативне ставлення раціоналістичних рухів пізнього протестантства до вимислу («Нам не потрібні романи, бо ми маємо справу із суворими реаліями життя» [394, с. 101]), неуявні складнощі створення професійної кінострічки відлякують протестантів від подібних замислів. Кінопробу О. Турчинова «Ілюзія страху» (2007) церковні кола зустріли байдужо. Як правило, протестанти поведуться як активні споживачі: намагаються протистояти найгіршим прикладам «гріховного» кіно, про що говорилося вище, і підтримувати трансляцію «своїх» фільмів («Ісус», «Страсті Христові» (2004), «Хроніки Нарнії» (2005, 2008, 2010), «Магдалина: звільнення від ганьби» (2007), «Вогнестійкий» (2008) тощо в церквах і кінотеатрах.

Складно оцінювати впливовість зафільмованих релігійних нарацій. Як твердять західні місіологи, «звіти про величезну кількість осіб, які «прийшли до Христа» після перегляду того чи іншого християнського фільму, мають сприйматися з певним скепсисом» [528, с. 562]. У 1990-ті роки фільм «Ісус» неодноразово транслювався в абсолютній більшості кінотеатрів України (якщо не у всіх). Інтерв'ю з тими, хто після перегляду виголошував молитву каяття, доводять суто підготовчий характер подібного досвіду в їх релігійній біографії. Наприклад, один з інтерв'юєнтів після перегляду цієї стрічки почав відвідувати баптистську церкву, потім під тиском родичів повернувся у православ'я й майже десятиліття працював парафіяльним священиком, щоб після тривалих сумнівів і конфліктів із церковною адміністрацією хреститись у адвентистів сьомого дня, і там будучи вельми «проблематичним» послідовником. Інший приклад: син віруючих батьків прийняв хрещення після перегляду «Страстей Христових», але потому жодного разу не відвідував богослужіння, завів «громадянську дружину» і через «нехристиянську поведінку» відрахований із лав церкви.

Дотепер телебачення є предметом запеклих ідеологічних воєн у протестантських колах. Орієнтовані на експансіонізм особи сприймають моралістичні дискусії з цієї теми як зайву рефлексію, ознаку слабості й нерішучості, які заважають переможній ході євангельської вістки. П'ятдесятницький пастор із Казахстану

М. Максимов, директор телеканалу CNL, намагається реабілітувати телевізію, пояснюючи дистанцію церковної громадськості від цього медіума асоціальним статусом підрадянських протестантів і безпідставно упередженим ставленням до ТБ сьогодні. Проводячи паралель із друкарством, показує, що в XV столітті протестанти були піонерами в засвоєнні новітніх технологій, чого, мовляв, не можна сказати про сучасну церкву. М. Максимов називає три завдання протестантської телевізії: 1) євангелізм — охоплення населення «Доброю вісткою. За допомогою телебачення ми йдемо в оселі, які закриті для проповідників. Потрапляючи туди, ми говоримо з ними не лічені хвилини, а 24 години на добу. Християнський канал CNL мовить за допомогою чотирьох супутників на Україну, Європу, Америку» [238]; 2) збадьорення віруючих в інформаційній облозі сучасного світу; 3) повернення до Бога тих, хто облишив християнський спосіб життя.

Протестанти критикують телебачення з особливим запалом. Опоненти вказують на:

- самодостатність цього медіума, витворення замкненого світу телезнаменитостей, теленовин і корпоративної стилістики: «ми бачимо телепрограми про телепрограми, телебачення, змістом якого є виключно телебачення» [47, с. 128];

- орієнтацію програм на зовнішню частину життя, практичний матеріалізм — культ фізичної краси, сили, багатства, влади;

- спокусу надприбутками, граничну комерціалізованість, яка змушує виробників телепродукції орієнтуватися на низинні інстинкти людини;

- лицемірство, яке проявляється в запереченні реального впливу ТБ. Дволикість виявляють надприбутки телереклами: «Режисери, продюсери... заявляють, що їх робота не здійснює жодного впливу на глядачів. А після цього вони повертаються до виробників і говорять... «ви можете розгорнути свої рекламні оголошення в наших програмах і за п'ять секунд вплинете на бажання споживачів купити ваш продукт», і знову повертаються до нас і кажуть: «але сама програма ніяк не впливає на вас». Чи не дивно?» [397];

- створення фіктивної реальності, яка підміняє собою реальне життя, виникнення недосяжних сподівань, джерела гіпертрофованої сентиментальності, розчарувань, психологічного виснаження;

- підміну і втрату особистого життєвого досвіду глядача;

- формування впевненості, що будь-яке пізнання має проходити в легкій, розважальній формі;

- величезний маніпулятивний потенціал телебачення: стирання грані між фікцією і реальністю в новинах, де дійсні події трансформуються в «телевізійні новини дня». Будь-яке тривіальне явище стає надзвичайно значущим після показу по ТБ. Критерій відбору — очікуване сприйняття матеріалу глядачами як чогось збуджуючого, хвилюючого. Життя подається як розвага, пародія або бездумна, весела гра. У документальній драмі реальні події перекроюються так, щоб історія була більш розважальною, в той час у глядача складається враження, що він пізнав істину. З'єднання ігрових сцен із реальною зйомкою створює видимість фактів [47, с. 123, 125];

- руйнування соціальних зв'язків, експлуатація конфлікту поколінь;

- щезання інтересу до реального життя: «Ви помітили, як швидко сьогоденне молоде покоління впадає в стан нудьги, як скоро вони говорять: «о, це так нудно»? Тому що в порівнянні з тим, що проходить по екранах телевізорів, реальне життя, дійсно, виглядає доволі прозаїчно й буденно»;

- споживацьке ставлення до життя;

- зниження сенсильності сприйняття, яке найперше виражається в притупленні емоційних реакцій. Це, у свою чергу, веде до пасивності стосовно людських потреб: «Телебачення... це штучне джерело, через яке до наших очей поступає колосальна кількість людських потреб, які ти фізично не можеш задовольнити. Тоді виходить, що, звертаючись до цього джерела, ти тренуєш себе бачити чийсь потреби й нічого не робити» [397];

- аморалізм, насильство, окультизм, які пронизують телевізійний світ;

- слабкі важелі контролю і найменша кількість релігійної інформації на ТБ роблять його справжнім антиподом християнського світогляду й цінностей. Як результат, у телеманів відбувається ослаблення потягу до релігійних практик,

- навіть християнські телепрограми можуть виховувати нехоть до особистого дослідження Святого Письма, фактично, відмову від інтерактивного використання Біблії для спілкування з Богом;

- ослаблення розумової активності: «відкидання слова на користь образу, розуму на користь емоційного імпульсу, смислу на

користь розваги... Глядач відкриває себе потоку непов'язаних образів, спостерігаючи лише за зовнішнім і поверховим» [47, с. 122];

- телебачення відучає від аналітичного мислення. Людина отримує так багато даних за короткий проміжок часу, що це змушує її приймати інформацію, не аналізуючи її, що редукує пізнавальну активність;

- телебачення розвиває здатність забувати інформацію, хоч вона й відбивається на підкорці мозку. Коли людина дивиться одну передачу, потім переключається на другу, далі на третю, вона прагнуче забути все, щоб звільнити місце для нового. Це викликає загальне ослаблення пам'яті, в тому числі для корисної інформації (наприклад, під час навчання);

- знерухомлення і неконтрольоване харчування призводить до ожиріння, підвищеного тиску і надмірного рівня холестерину;

- телевізія постає найпотужнішим провідником секуляризації в суспільстві: «Картини сексу й насильства в Біблії показують, до чого призводить непослух Богу і небажання слідувати Його Закону. Суть же телебачення в тому, що воно прославляє життя, відпале від Бога» [293, с. 52];

- даремна втрата часу: «Навіть якщо б зміст телевізійних програм був повністю нейтральним, який не мав на нас жодного впливу, я наполягаю на тім, що ці програми все одно були б для нас прокляттям, відбираючи у нас той час, коли ми могли б споглядати на Ісуса. Усім... серцем я вірю: якби наш народ проводив у вивченні життя Ісуса стільки ж часу, скільки ми проводимо перед телевізором, ми були б у Царстві Божому вже давно» [397].

Амбівалентність сприйняття мас-медіа українськими протестантами виражається в тім, що позитивна оцінка технологічного поступу представниками цих церков і широке використання ними комунікаційних засобів (перш за все в місіонерській роботі) сусідить із послідовною критичною рефлексією над сутністю та ефектами роботи ЗМК. Одностайно представники цих церков виступають проти медійного контенту аморального та окультистичного характеру.

У їх ставленні до конкретних медіумів можна виокремити дві основні, нерівномірні щодо впливовості, позиції. Перша — оптимістичний прагматизм: засіб не має значення, ефективність ЗМІ універсальна, головне — щирість мотивації мовників і активність у їх використанні. Друга — упереджений консерватизм: тотальна критика

сучасної культури, і позаяк сьогодення угрунтовано в медіа, безжальна «експертиза» новітніх технічних засобів. Тут теза М. Маклюена відчувається підсвідомо і функціонує в таких версіях: *будь-які зміни мають наслідки й мета не виправдовує засоби*. Тільки Біблія є непорушною і як медіум випадає зі сфери критицизму. Головним об'єктом критики є телебачення за те, що воно руйнує досягнення друкарської цивілізації.

Консервативний погляд помітно переважає в лавах українського протестантства. Причинами цього є масовість консервативних церков, їх привабливість для українців, які переступають через суспільні стереотипи щодо протестантів у надії на знаходження сенсу життя, примирення із совістю, перемогу над шкідливими звичками, розв'язання сімейних конфліктів тощо.

Важливу роль в очах церков має фактор контролю над конкретним медіумом. Щойно виникає можливість його «приручення», використання для завдань церкви — покращується і його оцінка протестантською спільнотою.

Важить і міра впливу конкретного засобу комунікації на повсякдення вірника, органічність вплітання інновацій у християнський спосіб життя, щоб технологічна революція не зашкодила віками апробованим практикам благочестя: роздумам над Святим Письмом, застосуванню своїх здібностей у служінні спільному благу, турботі про своє здоров'я, добродію, спілкуванню з одновірцями, молитовному поклонінню тощо.

Звичайно, експансіоністські проекти із «захоплення» медіа-потужностей і територій, які нагадують більшовицькі наміри встановити контроль над телефоном і телеграфом, в умовах відкритого суспільства є настільки ж утопічними, як і сектантські мрії створити маленьку громаду монастирського типу, непроникну для «гріховних» інформаційних потоків.

Отже, тотальна підозрілість консерватизму робить його критичним *дослідником* сучасної культури. У цьому полягає головний парадокс цієї теми. Аби критикувати технічний поступ, його мають на оці. Це дозволяє, відкидаючи (поки що) неприйнятне, ставити технічні новинки на службу своїм завданням.

\*\*\*

У першому розділі ми висунули тезу, що розвій протестантської комунікації в незалежній Україні перебуває в руслі глобального процесу медіатизації релігійного життя.

Медіатизація — явище технічного опосередковування людської діяльності, у першу чергу інформаційного обміну, коли зростає вплив засобів комунікації на різні аспекти суспільного життя. Медіатизація має комплексний ефект: технічна революція надає засобам масової комунікації небувалих можливостей, робить їх важелем соціальних трансформацій та продуцентом специфічного світогляду та способу життя. У розвинених країнах глибина цих процесів дозволяє говорити про постання інформаційного суспільства.

Комунікаційні технології стають усе доступнішими. Журналістика претендує на визначення порядку денного, прагне контролювати владу. Події конструюються для показу по ТБ чи для радіотрансляції. Набувають популярності «псевдоподії» типу інтерв'ю та прес-конференції.

ЗМІ переводять соціальні суперечності у спектр дискусій, даючи надію на зменшення випадків фізичного розв'язання конфліктів. Однак ефективність теорії катарсису не підтверджується практикою. Навпаки, терористи повсюдно змагаються за медійну увагу.

Поглиблюється опосередковування пізнання й спілкування. Людина менше покладається на особистий досвід, який обмежується до інформаційного обміну. Світ стає схожим на систему ЗМІ, улягає їх правилам. Медіа встановлюють політичну й культурну моду, визначають суспільний «порядок денний». Інформація міняє соціальний лад.

Триває побудова віртуальної, медійної реальності. Шляхом самоцитування й самовиправлення медіа створюють особливий самодостатній простір. Виникає ілюзія зменшення, щезання відстаней та ієрархій.

Медіа продукують нові значення, перетворюючись на чільних ідеологів доби. Вони намагаються і найбільше виграти від співробітництва з елітами, і самим претендувати на статус «четвертої влади». Медіа створюють публіциті особам, фактично, легалізуючи їх статус як експертів, публічних осіб, авторитетів. ЗМІ стають і майданчиком для обговорення суспільно значущих проблем, і учасником цього діалогу, і виробником нових смислів. Представники влади і використовують журналістів, і спілкуються з ними, набуваючи все більшого хисту в налагодженні масової комунікації.



Зв'язок із медійниками, вихід на медіа є запорукою соціального статусу, успішної діяльності, «соціальним ліфтом».

Медіатизація релігії виявляється в постулюванні ролі медіа в релігійному житті. Релігійні спільноти широко використовують інформаційні технології. Після падіння войовничо секулярних режимів відбувається спроба реабілітації релігії, повернення релігії в публічний простір через медіа. Етична й ціннісна дезорієнтація постатейстичних держав викликає світоглядний вакуум, де чільні конфесії відновлюють свій статус націєтворчих сил, релігійне минуле може стати компонентом (національної) ідентичності, а релігійна проблематика в медіа функціонує як фактор позитивної (президент Білорусі як «православний атеїст») чи негативної («масонська змова», «небезпечні секти») інтеграції соціуму.

Водночас медійна реальність здійснює й руйнівний вплив на релігійні традиції. Популяризація релігійного життя через медіа нерідко відбувається коштом його профанації. ЗМІ підмінюють звичні практики й вірування. Медійна репрезентація позбавляє ритуал його «аури» (В. Беньямін), благоговійної атмосфери. Безпосередня участь у сакральному дійстві, спрямована на зміну свідомості адепта, обертається відстороненим спостереженням, споживанням «інформації про релігію». Ритуал для втаємничених відкривається зору випадкових осіб. Видовищність нищить sacrum. Конвергенція релігії та медіа перетворює релігійне життя на частину популярної культури.

Внутрішньоцерковні причини, чому комунікація протестантських церков України має помітний пропорційно до їх чисельності, суспільної ваги та ресурсів ефект, полягають в особливостях їх церковного устрою, соціально-історичному контексті їх розвитку та богослов'ї.

Після XVI століття протестантський рух на українських землях не мав політичної ваги, не становив стратегічного інтересу для національних еліт. Сталий попит на його проповідь існував переважно серед соціальних низів. вузька конфесійна належність, відсутність схильності до широких коаліцій за постійних переслідувань спрямували інтереси українських протестантів майже виключно в рамках «народної Реформації».

Це зумовило «сектантський» (у класифікації М. Вебера) устрій протестантських конфесій України, спрямований на виживання у несприятливому оточенні, усвідомлення себе меншістю в

православному, католицькому чи атеїстичному ареалі. Не індивідуалізм, а зовнішні фактори атакували віруючих і замикали їх у конфесійному колі.

Протестантизм в Україні є виявом радикальної Реформації, розривом із попередньою традицією, пошуком релігійного самовираження, опозицією громадянській релігійності — ідеологічному апарату, що обслуговував поліцейську державу. Релігійне дисидентство соціальних низів і добровільне приєднання до «народної», егалітарної церкви є виявом світоглядного вибору, не толерованого ні законодавством, ні громадською думкою. Ідентифікація з невеликою громадою пізнього протестантизму в сучасних конфесійних шатах (кінець ХІХ — початок ХХІ століть) виражала незгоду з нестерпимою сучасністю, втечу від потрясінь, пошук терапевтичних наративів і локальної, видимої належності серед світоглядних і геополітичних зламів.

Мотивом протестантських церков України до налагоджування масової комунікації є місіонерська робота — намагання змінити «гріховне» суспільство, наблизивши його до своїх стандартів життя. Оскільки за прикладом європейських анабаптистів українські протестанти відмовилися від вродженого спадкування віри, перед останніми постала необхідність транслювати свою версію євангельського послання дорослим співвітчизникам із дидактичною метою: учити спочатку «невіруючих», потім неофітів нормативним переконанням і способу дій.

Дискусію в (між)конфесійних колах викликає питання, що має бути зразком і джерелом методів такого свідчення: внутрішньоцерковна культура чи зовнішня. «Консерватори» доводять, що оптимальною формою місіонерської комунікації є субкультурний код — «християнізований» культурний простір, «сигнальна система» спасенної людини на кшталт священничого антуражу в православ'ї та католицизмі. За відсутності свободи совісті було необхідно, щоб *святий* мовчки, «пасивно» притягнув увагу «невіруючих» для спілкування на релігійні теми й міг відрізнити іншого *святого* від заслання силових структур. Це важливо й тому, що пострадянські протестанти визначають свою ідентичність негативно («ми не...»), прагнучи сформувати свою «унікальну пропозицію».

Пострадянське покоління «прогресистів» ідеал наступального місіонерства тлумачить як необхідність вторгнення та експансії в усі

сфери суспільного життя (пор. назву протестантської організації «Україна для Христа»). Містком для комунікації тут можуть бути загальноприйняті культурні форми. Позацерковний простір не сприймається як загроза. Певний відсоток переважно молодих віруючих мігрує в церкви з сучаснішими формами церковних заходів, однак основний приріст мають конфесії з традиціоналістською орієнтацією.

Біблія як єдиний сакральний текст, визнаваний протестантами, підкреслює пріоритет усної комунікації. Остання створює повноту спілкування, задіює різні канали відчуття, надає можливість зворотного зв'язку. Відповідно, гріх спричиняє комунікативний розрив: відчуження людини від Бога, вавилонське змішання мов, розсіювання євреїв по світі, роздрібнення церкви, кризу соціальних інститутів, починаючи з сім'ї. Прихід Ісуса Христа у світ тлумачиться як нагода особистої зустрічі з Богом і передчуття відновлення такого спілкування у Вічності. Навіть Божа Книга неефективна без присутності Святого Духа.

Історія технологічного поступу виявляє намагання людини надолужити дефіцит особистої комунікації, що виник через фізичне віддалення комунікантів, непорозуміння й конфлікти, соціальну нерівність, культурні розбіжності, нарешті, смерть, яка змушує фіксувати соціальний досвід. Організована комунікація, особливо масова, постає компенсаторним механізмом, що допомагає грішникам чути й розуміти Бога та одне одного, штучним явищем, соціальною надбудовою, спробою компенсувати внутрішній відцентровий рух будь-якого соціуму.

Діалог протестанта зі світом має головну інтерпретаційну рамку — *sola Scriptura*. Протестантський принцип *тільки Біблія* виступає проти будь-яких інших текстів, церковних у тому числі, що підлягають невпинній ревізії у світлі сьогоденного розуміння / тлумачення Святого Письма. Динамізм такого (пі)знання пояснюється постійним оновленням церковної екзегези, догматики та практики. Протестанти заохочують до зростання і в пізнанні Біблії, і в оцінці інших текстів / інформаційних потоків.

Основа, ознака протестантського богослужіння — загальна участь, інтерактивне начало, спрямоване на спілкування з Богом, яке має обдарувати комуніканта вічним життям. Релігійна громада прагне оптимізувати таке спілкування, зробити його складовою повсякденного життя вірних. У такий спосіб протестантизм своєрідно

реалізує традиційний чернечий ідеал: життя як богослужіння як спілкування з Богом (молитва).

Нерозвиненість писемної культури, обмаль професіоналів, переоцінка спонтанності, щирості серця, добрих намірів, «народженого згори» дилетантизму зумовлюють мінімум нормативних текстів для протестантських медійників.

Соціальні концепції протестантських церков відображають конкурентну свідомість щодо світських ЗМІ. Їх автори прагнуть відвоювати більше свободи церковним журналістам і зменшити повноваження світських медійників, обстоюють право церков розвивати свою комунікацію та авторитетно реагувати на неприйнятний світський інформпродукт. У подальшому усвідомлення важливості й впливовості мас-медіа спонукає церкви постулювати право християн працювати в світських медіа, роздмухувати конфлікти у відповідь на неадекватне, на їх думку, відображення церковного життя світськими ЗМІ.

Церковні устави та посадові інструкції клерикальних журналістів закликають створювати відділи комунікації при місцевій громаді чи при (між)конфесійних об'єднаннях, щоб розвивати зв'язки з громадськістю, створювати інформаційні приводи для світських ЗМІ, оптимізувати внутрішню комунікацію конфесій, оперативно реагувати на загрози церковній репутації.

Це декларації. На практиці ж ставлення протестантів до комунікаційних технологій є вельми суперечливим. Консерватори прагнуть покладатися на усне спілкування в релігійному житті, але усвідомлюють незамінність сучасних медіа в масовокомунікаційній діяльності.

Постійно змінюваний світ, швидкий технологічний поступ роблять образ комунікаційних засобів досить мінливим у сприйнятті церковною людністю. Вони несуть додаткові можливості, завойовують раніше недосяжну аудиторію, дозволяють змагатися за інформаційний простір.

Найлегше оцінювати зміст інформаційного потоку. Мотиви співчутливого чи схвального ставлення до окультизму, нерегульованої сексуальності й насильства викликають одностайні протести євангеліків.

Протестанти відчують, що соціальне оточення індивіда впливає на нього сильніше від дистанційної комунікації. Цим пояснюється їх скептицизм щодо медіатизованої релігійності.

Особисту участь у функціонуванні помісної громади, фізичну присутність на її заходах українські протестанти вважають неодмінною ознакою спасенної людини.

Історичний досвід радянського й пострадянського покоління протестантів визначає відмінні очікування від комунікаційних технологій. Консерватори тяжіють до випробуваних технологій. Минув пов'язаний із ними колишній ажіотаж, вони стали доступними й широко сприйнятними. Церква їх засвоює, коли технологія досягає «прозорості», перестає притягувати увагу сама по собі. Тоді вістка, зміст повідомлення існує ніби поза технологічним контекстом. Людина звикає до цього коду, формату й сприймає його як належне, зосереджується на змістові.

Друкарство як «споріднена» протестантизму технологія сприймається найкраще, найбільше застережень викликає ТБ, цифрові медіа викликають і острах перед непідцензурним простором, і розуміння їх корисності як продовження усного мовлення. Широта використання, міра контролю, корисність для потреб церкви визначає її сприйняття конкретного каналу комунікації.

## РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ВИМІР ПРОТЕСТАНТСЬКИХ ЗМК УКРАЇНИ

### 2.1. Протестантські ЗМІ України як комунікаційна система

Найперше протестантські медіа розділяються за конфесійною ознакою. Кожна конфесія намагається спиратися на власні сили. Інша справа, що партикулярність протестантського світу змушує церкви вступати в союзи, утворювати коаліції та різного роду об'єднання для досягнення конкретних цілей.

Ми розкриємо цю тему на прикладі медійної системи церкви адвентистів сьомого дня. Ця конфесія є підходящим матеріалом для нашого аналізу, тому що «мережа громад... [українського об'єднання] ЦАСД не має виразної регіональної визначеності» [331, с. 21] й рівномірно представлена на всій території України. Централізована структура адвентистської церкви з фіксованим членством дозволяє достовірно судити про конфесійну належність редакцій конкретних ЗМІ. Це релігійна організація середнього розміру. Із 61.340 членами станом на перше квітня 2011 року вона перебуває в проміжному положенні між найбільшими протестантськими об'єднаннями типу ВСО ЄХБ та церквами, що мають у своєму складі десятків громад: «серед протестантських організацій Українська уніонна конференція церкви адвентистів сьомого дня за чисельністю займає третє місце й нараховує 96 % від адвентистських, 12,2 % від протестантських і 3,2 % від християнських або 2,9 % від усієї кількості релігійних організацій України» [59]. У її стратегії комунікаційного розвитку немає «привілейованих» медіа, представлено всі види ЗМІ.

Від самого початку медійна політика цієї конфесії диктувалась її місією. Намагання повідомити кожному землянину есхатологічну вістку орієнтувало церковних журналістів на підготовку видань, призначених читачеві із середньою освітою, спраглому на інформацію світоглядного характеру. Звідси, з одного боку, їх масовий характер, проста мова, намагання пояснити новітні тенденції в політичній, соціальній, науковій сфері у світлі біблійних пророцтв. З іншого боку, вони підштовхували читача до вироблення власного погляду на сучасний світ, що потребувало підняття власного інтелектуального рівня, узагальнення великої кількості фактів, раніше малоприступних таким верствам населення. Адвентистські часописи України

об'єднують місіонерська стратегія, орієнтація на широкого читача, намагання прищепити йому біблійні цінності суспільного й приватного життя.

Можна виокремити два періоди історії журналістики АСД в Україні: 1918–1933 та 1993–2010 роки. Перший характеризувався опертям на журналістські традиції німецьких та американських протестантів, інформаційним проривом, поступовим накопиченням досвіду, адаптацією церковної керигми до українських реалій, поступовим залученням місцевої автури. У другому спостерігаємо намагання церкви врахувати досягнення попередніх часів, пошук свого місця на медіаринку, виникнення регіональної періодики.

Як і журналістика старіших протестантських конфесій, адвентистські видання виростають із релігійних книжок і трактатів — бажання вийти зі своєю вісткою за межі богослужбового приміщення. Першим виданням став річник «Голос истины» (Київ, 1918–1920). Редактор Г. Лебсак так схарактеризував концепцію часопису: «...у наш час, унаслідок війни й революції, човник віри знову почав хитатися. Давні звичаї й старі закони, навіть цілі держави поховано під руїнами перевороту, й багато хто замінив догмати своєї віри лозунгами революції. У такий самий спосіб старі світоглядні системи поступаються місцем новим і дехто думає, що разом із тим усунуто Біблію і колишню віру в Бога.

Позаяк навіть духовні особи залишають свої кафедри, то в парафіян цілком природно виникає питання: «Чи існує взагалі тепер якась правда і чи існує живий Бог, про якого вони нам говорили?»

Всі вищезазначені обставини послужили підставою для організації книговидавничого товариства «Патмос», і воно поставило собі завданням довести, з Божою поміччю, і відповісти за допомоги преси своєму читачеві на питання, які його цікавлять, що ще дійсно існує єдиний та істинний Бог, Який у Христі ще турбується про Свої творіння. <...>

Як цей Бог співвідноситься з долею народів нашої землі й яку пораду Він нам дає для щасливого й мирного земного й вічного життя, буде показано на сторінках наших випусків...» (курсив наш — М. Б.).

Часопис виходив обсягом 26 сторінок формату А5. Подавав матеріали зі шкільного богослов'я, апологетики, церковної історії, релігійну поезію, практичні поради з дотичних питань, статистичні дані, місіонерські звіти. Мав рубрики: «Історія та наука у світлі

Біблії»; «Держава й Церква», «Наші дні й релігія в християнській сім'ї», «Здоров'я, юнацтво й життя», «На ниві Божій». 1920-го року перенесений до Москви.

На зміну Г. Лебсаку приходить видатний адвентистський редактор перших років радянської влади І. Львов. 1925-го року для підтримки релігійних практик українських вірників він починає випуск річника «Чтения на молитвенные дни» і кварталника «Библейские беседы» (виходив до 1928 року). Видавець — Західноукраїнський (себто Лівобережний) обласний союз адвентистів сьомого дня.

«Чтения...» призначалися для щорічного молитовного тижня, який проводить церква АСД по всьому світу в кінці грудня. Наклад 1500 примірників. 50 сторінок формату трохи більше А5. «Библейские беседы» — для індивідуального дослідження окремої біблійної книги протягом трьох місяців. Наклад 5000 примірників. 48 сторінок формату А6.

Наступного року І. Львов започаткував найкраще адвентистське видання України першого періоду — місячник «Благовестник» (Київ, 1926–1928). Розширилася географія і підвищився рівень інституції: тепер вона називалася Всеукраїнським об'єднанням адвентистів сьомого дня. Журнал мав 32 сторінки трохи менше А4. Відрізнявся витонченим, майже естетським оформленням гравюрних вставок і рамок у стилі модерн, що працювало на імідж видання. Місцеві автори вже давали більшість матеріалів. Концепція видання відповідала подальшому крокові церкви на українській землі: намагаючись підтримати віруючих у важкий час, священники допомагали їм налагодити релігійне життя, а тепер орієнтували активістів на місіонерське служіння у своєму оточенні. Виріс культурний рівень журналу. Остання сторінка обкладинки поміщала влучні афоризми. Було впроваджено рубрику «В години дозвілля», де пропонувалися біблійні завдання, загадки, шаради, ребуси. Списки учасників цих ігор дозволяють уявити масштаб поширення видання: до редакції слали відповіді з Києва, Одеси, Дніпропетровська, Білої Церкви, Півнів, Майдан-Борковського, Залісся, Воронежа, Ленінграда, Москви, Ростова-на-Дону, Саратова, Ташкента, Тули, Челябінська.

1928 року лібералізм НЕПу радянської влади було хутко згорнуто, і доба тоталітаризму на 65 років припинила видання церковної періодики. Тільки в західній Україні ще були можливі



подібні проекти. Там розповсюджувалися варшавські журнали «Znaki Czasu» (1925–1939) і «Sługa Zbogu» (1928–1939) редакторства А. Мащака та видруковувані ним же спеціальні видання «Маяк» (Львів, 1934) і «Дорога життя» (Львів, 1935).

Поважним осередком адвентистського самвидаву Україна не стала. Основний акцент тут робився на копіюванні книжкових видань, хоч існують відомості про рукописний альманах «Светильник» (1968?–1973, Київ?) редакторства О. Парасея та анонімний журнал «Сеятель», матеріали яких набиралися на друкарській машинці.

Крах атеїстичної імперії, настання релігійної свободи та українська незалежність відкрили нову сторінку в історії вітчизняної протестантської журналістики. Географічно її розвиток можна позначити як «рух із заходу на схід». Постперебудовні видання з'явилися у Львові, потім їх було перенесено до Києва (перспективні авторські та регіональні проекти беруть на озброєння на всеукраїнському рівні), згодом пресові ініціативи підхопив Дніпропетровськ.

*Офіційні всеукраїнські видання.* Першими виникли офіційні часописи, завданням яких було представлення церкви громадськості, боротьба з комплексом і образом секти у свідомості суспільства й самих віруючих і релігійна освіта читачів. Ними були газета «Вісник миру» і журнал «Ознаки часу».

«Вісник миру» засновано 1990 року у Львові, пізніше редакцію переведено до Києва. Редакцію, з якої потім народилося видавництво «Джерело життя», очолив Б. Качмар. Газета виходила щомісяця на восьми сторінках формату А4. Порівняно з пресою 1920-х років виросло коло авторів і спектр насвітлюваних тем. Превалювали інформаційні жанри: замітка, репортаж, інтерв'ю. Аналітичні матеріали були рідкістю й переважно перекладними. Орган містив хроніку церковних заходів з акцентом на місіонерському служінні. Поступово поліпшувалася якість ілюстрацій, іноді з'являлися репортажні світлини. Матеріали друкувалися українською та російською мовами.

2000-го року газету було перейменовано на «Адвентистський вісник», що з огляду на наявність московського журналу з такою ж назвою навряд чи було кращим варіантом. Журнал перейшов на офсетний друк, його обсяг виріс до 12 сторінок, покращився дизайн і зросла кількість фотоілюстрацій, обкладинка стала двоколірною. На

обкладинці з'явилися анонси й назва головної статті номера. Майже щезли передруки. Передостання сторінка зазвичай містить оповіданнячко для малят. Виходять ідентичні за змістом україномовний та російськомовний варіанти.

Квартальник «Ознаки часу» / «Знаменія времени» засновано 1993 року як «громадсько-релігійний, науково-популярний журнал». Назва вказує на справдження есхатологічних пророцтв (Мт. 24). У вступному слові перший редактор М. Жукалюк підкреслив наступність цього видання з попередньою пресою АСД в Україні й висловив прагнення зробити журнал трибуною творчих кіл конфесії. Під час його редагування журнал став найкращим адвентистським періодичним виданням пострадянського часу. Причини цього можна побачити у згуртуванні цікавої автури, сумлінному веденні редакційної політики й, найважливіше, орієнтації на діалог церкви й суспільства, намаганні зробити друкований орган цікавим і для позацерковного читача. Головними жанрами стали аналітична стаття й богословське есе. Зросла кількість обговорюваних тем: стосунки з іншими конфесіями, дискусії з атеїстичним релігієзнавством, соціальне служіння і благодійність, культура і мистецтво, здоровий спосіб життя, християнська освіта, питання психології, моралі та етики, історія церкви. Внутрішні вісім сторінок утворювали «Чудесну скриньку» — «дитячий журнал у дорослому журналі», де пропонувалися розвивальні ігри для дошкільнят і повчальні історії. З подачі журналу рецепти здорової кухні стали нормою в церковній періодиці. У цей період обсяг журналу замість звичайних 26–34 кольорових сторінок формату А4 іноді сягав п'ятидесяти.

З 2003 року Український уніон АСД перейняв ідею газети «Сокрытое сокровище» (Йошкар-Ола, РФ), і редакція видавництва «Джерело життя» почала її випуск у двох варіантах: «Вічний скарб» і «Вечное сокровище». Назва є алюзією на притчу Христа в Мт. 13:44. Матеріали друкуються українською та російською мовами. Видання містить принагідні публікації, які можна приблизно об'єднати в теми здоров'я, сім'ї й християнства як способу життя. Кількість оригінальних матеріалів лише іноді перевищує половину обсягу. Це суто місіонерський часопис, розрахований на полегшене сприйняття зацікавленої і не надто заглибленої в християнське вчення людини, що спрямовує її не на віру в доктрини чи приєднання до лав конфесії, а на долання упередження й на роздуми над біблійними темами. Розповсюджується безкоштовно. Має 12 сторінок формату А3.

Виходить щомісяця. Обкладинка й внутрішня дитяча сторінка повнокольорові. Остання сторінка подає рекламу книжкових видань конфесії, навчання в Українському гуманітарному інституті (Київ), євангельських кампаній, програм телеканалу «Надія». Видання охоче надає шпальти для читацьких листів, особливо зі словами подяки.

Завдяки скоординованій церковною адміністрацією промоції в українських громадах «Вічний скарб» набув широкої популярності й став головним виданням адвентистської преси. Його використовують як майже універсальний подарунок для гостей на церковних заходах. З додатками «Акцент» для міського читача (з 2009, наклад 100.000), молодіжною «Флешкою» (з 2007, наклад 100.000) і дитячою «Скарбничкою» (з 2009, наклад 10.000) часопис є помітним явищем пресової пропозиції адвентистів. Регіональними аналогами «Вічного скарбу» є «Свободная жизнь» (Харків, з 2005) і «Світло твого життя» (Ужгород, з 2010).

У 2004–2007 роках виходило питома спеціалізоване видання — журнал «Весть о здоровье», який випускала Адвентистська медична асоціація України. Редактор Д. Нога. Часопис ознайомлював читачів із методиками здорового способу життя, «що допоможуть не тільки змінити перебіг хвороб, але й поліпшити ваш стан і зберегти здоров'я. <...> Ми говоримо про прості методи лікування, домашню аптечку, догляд за хворими, самодіагностику, високі технології в медицині, містичну (нетрадиційну) медицину тощо». Видання, зокрема, мало розділи «Психологія», «Сімейне дошлюбне консультування», «Дитяча психологія», «Питання-відповідь» і «Моя історія» за читацькими листами. Складалося з 36 сторінок формату А4, друкувалося на крейдованому папері. Обкладинка повнокольорова, внутрішні сторінки двокольорові. Було можливо оформити передплату.

На зміну йому прийшло двомовне видання більш популярного характеру «Моя здоровая семья» (Київ, з 2009, наклад 10.000, 16 сторінок А4). До складу редколегії увійшли керівники відділів здоров'я та сім'ї ЦАСД в Україні, директори оздоровчих закладів, організованих українськими адвентистами. Експертами часопису є два доктори медичних наук професори. Кожне число має основну тему, яка об'єднує більшість із 12 публікацій номера.

До цієї категорії також відносять молодіжну газету «Зустріч» (Київ, 1997–2001), бюлетені «Наша спадщина» (Київ, з 1998) і

«Дитяче служіння» (Київ, з 2009), дитячі газети «Зернятко» / «Зернышко» (Київ, 2005–2008) і «Скарбничка» (Київ, з 2009).

1995-го року в ефір каналу «Промінь» вийшла перша програма адвентистського радіоцентру «Голос надії». Спочатку передачі записували на івано-франківському обласному радіо, 1999 року створили власну студію в Києві. Спілкування з читачами здійснюють співробітники Заочної біблійної школи (ЗБШ). На дев'яте червня 2010 року її випускниками стали 27.000, а студентами — 73.000 осіб. Передачі «Голосу надії» транслюються на Першій національній програмі Українського радіо та на каналі «Промінь» п'ять разів на тиждень. 2010 року Національний комітет України з питань телебачення та радіомовлення назвав програми «Голосу надії» «духовно-оздоровчими для населення України».

2009-го року співробітники «Голосу надії» відкрили першу телестудію телеканалу «Надія» — української філії всесвітнього телеканалу «Норе Channel». Адміністрація каналу координує роботу центральної студії, мобільної студії, також територію України розподілено між чотирма регіональними медіацентрами каналу — західним, центральним, подільсько-дніпровським і південно-східним. На базі телеканалу знімають художні фільми, проводять музичні концерти й фестивалі, соціальні програми, супутникові програми.

Продукція телеканалу нараховує 12 духовно-просвітницьких, три молодіжні, три дитячі, чотири соціальні й одну музичну програми. Їх транслюють на регіональних і місцевих телеканалах: дві програми на каналі ТВА (Чернівці та область), по одній на ТК «ТОНІС» (Житомир і область), CNL-Україна, «Рівне-1» та «Взгляд» (26 ТВК) (Дніпропетровська область), а також на Інтернет-сторінці ТК «Надія». Відділ зовнішніх зв'язків щомісяця отримує більше ніж 200 дзвінків і листів, замовлень дисків, книг, матеріалів ЗБШ. Адміністрація ТKN опікується відкриттям кафедри християнської журналістики при Українському гуманітарному інституті (Київ). На 2011 рік заплановано випуск журналу «Дружболандія» для комунікації з глядачами однойменної дитячої телепрограми телеканалу «Надія».

Виходять інформаційні бюлетені — розповсюджуваний за символічною передплатою щоквартальний «Надія.info» (Київ, з 2010), що містить програму передач і анонси нових проектів телеканалу «Надія», та безкоштовний щомісячний «Время действий» (Київ, з 2009), що його випускає українське відділення міжнародної

харитативної організації АДРА — Адвентистського агентства допомоги й розвитку.

Головний офіційний Інтернет-ресурс церкви — це сайт Українського уніону АСД [adventist.org.ua](http://adventist.org.ua). Він містить довідкову та статистичну інформацію в текстовому та мультимедійному форматах, новини церкви в Україні та світі, підбірку документів конфесії. Офіційний характер мають сторінки всеукраїнських проектів церкви: видавництва «Джерело життя» [lifeforce.com.ua](http://lifeforce.com.ua), телеканалу «Надія» [horchannel.info](http://horchannel.info), АДРА — [adra.org.ua](http://adra.org.ua), Українського гуманітарного інституту [ugi.edu.ua](http://ugi.edu.ua).

*Авторські локальні та регіональні видання.* З 1990 року розпочато вихід львівського журналу «Моя надія».

Дуже швидко на роль журналістського авангарду почала претендувати молодь. Вона засвоює нові технології, однак стабільних результатів досягає тільки у співпраці з «дорослими» кадрами, долаючи гуртковий характер своїх видань.

1994-й рік ознаменувався виходом регіонального спеціалізованого часопису. Ним став наступник рукописного бюлетеня «Дни наши» — «бюлетень адвентистської молоді» «Весть Востока» (Дніпропетровськ, 1994–1998). Назва є алюзією на різдво Христове в Мт. 2:1. Мав чотири сторінки формату А3, пізніше через перехід на ризографічний друк набув восьмисторінкового таблоїдного формату з місіонерським вкладишем.

Досягненням газети була відкритість авторського складу, орієнтація на матеріали з місць, що дозволило органу редукувати кількість передруків і залучити до співпраці низку молодих авторів. З часом виокремився спектр власне молодіжних тем і, найголовніше, часопис набув полемічного звучання, заторкаючи дискусійні аспекти церковного життя.

Часопис став знаковим явищем для сходу й півдня України, породивши молодіжні бюлетені, що наслідували його концепцію, в Дніпропетровську («Два венца» / «Зеркало веры» / «Вифлиемская звезда», 1998–1999), Харкові («Слобожанские вести», 2002–2004), Сімферополі («Весть Востока», 1994–1996), Запоріжжі («Мост надежды»), Кривому Розі («Лоза», 2006–2007), можливо, Донецьку («Голос истины», з 1997). Його редактор Н. Приходько стикнулася з намаганням тодішнього директора офіційного видавництва ЦАСД в Україні «Джерело життя» взяти видання під свій контроль («на його запитання «Хто дозволив?» я відповіла: «Ісус Христос»). Молодіжна

преса стала зародком незалежної церковної преси, ознаменувала поколіннєву трансформацію, постання нової генерації церковного складу. Багато тодішніх дописувачів «Вести Востока» сьогодні очолює керівні пости. Воно мало всі ознаки офіційного органу, однак реформувало наявний порядок речей, що дає нам право називати його також і авторським проектом. Зміна редактора й перенос редакції до Києва стали фатальними для часопису.

Початок 2000-х років ознаменував розвиток регіональних пресових ініціатив. Імпульсом ставала дешевизна й технічна простота випуску й наявність гуртка однодумців. Ні сталої концепції та періодичності, ні впізнаваного дизайну такі друки не мали. Сюди відносяться газети «Мост надежды» раннього періоду (Запоріжжя), «Слобожанские вести» 2003–2004 років (Харків), «Миротворец» (Одеса, з 2005).

Однак подібні органи дали початок персональному журналізму з усіма сильними й слабкими аспектами цього явища. Це було спричинено приходом до церкви інтелігенції, підвищенням інтелектуального й культурного рівня священників, розширенням кругозору віруючих. В останньому важливу роль відіграли комп'ютеризація, розвиток Інтернету й спрощення доступу до нього. Віднині особистість парафіянина відіграватиме дедалі більшу, а пізніше вирішальну роль у з'яві й функціонуванні медіа-проектів. «Почерком» таких видань на багато років ставали примітивна верстка і ризографічний друк, який зумовлював формат шпальти А4 й гранично низькі витрати на видання. Часто такі періодичні органи викликали антагонізм церковної ортодоксії, поміщали реквізити конфесії радше для самолегалізації й функціонально стояли на межі самвидаву. Найважливішим її досягненням була з'ява авторського голосу — смілива індивідуальна позиція з низки питань, що створювало впізнаваний стиль. Такі ознаки мають «Мост надежды» пізнього періоду, «Путь» часу редакторства О. Назарова і «Свободная жизнь», «Слобожанские вести» редакторства О. Опаріна.

До числа регіональних авторських видань відносять бюлетені «Елиезер» (з 1997), «Голос детства» (Новомосковськ, 2002–2003), «Скарбничка» (Чернівці, з 2005), дніпропетровські «Вестник Нарымской» (2007–2009) і «Вода живая» / «Рассказы верующих» / «Новое начало» (з 2007), «Господь — пастырь мой» (Маріуполь, 2008) і «Краплі з відра» (Львів, 2008).

Місячник «Мост надежды» виходив у Запоріжжі 2002–2006 року. Мав шість сторінок формату А4. Починав із традиційної хроніки церковних акцій у регіоні. Поступово його редактор А. Заруба більше захоплювався своїм Інтернет-проектом adventus.info, решта співробітників редакції відсіялась, і газета стала його особистим рупором. Він зробив її дзеркалом сайту, присвяченого традиційній темі преси АСД — справдженню біблійних пророцтв у різних аспектах сучасного життя. Різка публіцистика А. Заруби, наповнена інвективами проти утисків релігійної та політичної свободи, сильно вирізняє його з-поміж решти російськомовних журналістів АСД і часткою віруючих сприймається як скандальна. Широкий фактаж, емоційний стиль забезпечили його роботам резонанс за конфесійними й навіть клерикальними межами: серед іншого, його статтю «Голокост ХХІ століття, або Люби грузина свого, як самого себе», присвячену переслідуванням грузинів у Росії восени 2006 року, передрукував сайт київської газети «День», також переклавши її українською.

У Харкові виходять газети «Слобожанские вести» (2002) і «Путь» (2003). Про справжнє народження «Слобожанских вестей» можна говорити з 2005 року, коли їх редактором став О. Опарін — доктор медицини, письменник. Два роки пішло на пошук концепції місячника: це були тематичні випуски (феномен Інтернет-залежності, сексуальна революція й християнство, екуменізм, харизматичний рух, супутниковий євангелізм), передруки пресового архіву АСД 1920-х років, місцеві новини тощо. Мав чотири сторінки формату А4.

Часопис «Путь» функціонував як щотижневий бюлетень окремої громади і, на нашу думку, був першим адвентистським тижневиком в Україні (окремі молодіжні бюлетені в Дніпропетровську в 1998–1999 роках виходили щодва тижні). Початково «Путь» складався з трьох частин: богословського есе, блоку пізнавальної інформації, спрямованої на релігійний лікнеп, і церковних оголошень. Далі також були спроби тематичних випусків у форматі А3 щодо біблійних принципів виховання дітей, проблеми природного катастрофізму, іконопоклоніння, безсмертя душі тощо. За редакторства О. Опаріна розширилося коло тем: газета поміщала дорожні нариси редактора, його проби аналітичного пера стосовно низки богословських матерій. З 2006 року редакція з'єднала обидві газети під назвою «Путь», подвоїла обсяг, відмовилася від передруків, почала активніше формувати кореспондентську мережу, збільшила кількість

фотоілюстрацій і відділ реклами, стала поміщати більшу кількість матеріалів усередненого обсягу, покращила й устійнила дизайн, підвищила оперативність роботи, створила Інтернет-версію газети [asd.in.ua](http://asd.in.ua). Сьогоднішній профіль видання — інформаційно-аналітичний вісник життя конфесії на Східній Україні з акцентом на каналах діалогу церкви й суспільства й соціальній роботі.

О. Назаров 2005 року заснував нове харківське видання — щомісячну газету «Свободная жизнь». Збагачений попереднім досвідом, редактор одразу пішов шляхом щомісячних тематичних випусків, серед яких присвячені релігійним і світським святам, кліматичному катастрофізму, наркоманії, життєвим пріоритетам, важливості сміху, феномену щастя, досягненню успіху, переосмисленню ідеї «світлого майбутнього» тощо. Через залучення цікавої автури, об'єднання матеріалів числа в єдине ціле, оригінальну верстку, офсетний друк і налагоджену систему збуту аналітичний часопис знайшов свого читача й реалізується накладом у 8000 примірників.

Більшість періодичних видань українських адвентистів не має Інтернет-архівів. Інтернет-спільнота організовується не за географічним принципом, а за спільністю інтересів. Так, команда [bible.com.ua](http://bible.com.ua) відповідає на запитання відвідувачів з різних аспектів християнського способу життя, головна пропозиція порталу [maranatha.org.ua](http://maranatha.org.ua) — християнські знайомства, ресурс [adventus.info](http://adventus.info) приваблює можливістю обговорення замовчуваних тем, [jesuslove.ru](http://jesuslove.ru) пропонує об'ємну медіатеку, відвідувачі [sdamusic.org.ua](http://sdamusic.org.ua) цікавляться адвентистською музикою, читачами [boruh.info](http://boruh.info) рухає інтерес до юдео-християнського діалогу та можливість спілкування з популярним богословом О. Болотниковим. Сайт може нічого не говорити про місце помешкання їх творців. Наприклад, медіатеку [presviter.info](http://presviter.info) розвивають двоє одеситів — нинішній і колишня, що тепер живе в Португалії. На сайт заходять відвідувачі з 80 країн.

Ідея общинного сайту, як правило, швидко розчаровує місцеві громади: літні віруючі не мають справи з Інтернетом, тому не бачать сенсу в підтримці такої веб-сторінки. Пастори не хочуть молодіжної опозиції, тому нерідко прямо радять закрити общинний сайт. Оскільки, як правило, оригінальною інформацією на таких сайтах є адреси богослужінь, ентузіасти-компілятори перетворюють ці ресурси на дайджест цікавої їм релігійної інформації; див. сторінки громад м. Біла Церква [adventist.net.ua](http://adventist.net.ua), Євпаторії [evpachurch.com](http://evpachurch.com).



Прикладом винятків з цього правила є сайти Лівобережного духовного центру (Київ) [ldc.org.ua](http://ldc.org.ua) і громади «Чернівці-центр» [asdcv.at.ua](http://asdcv.at.ua).

Дотепер великий відсоток адвентистських сайтів становлять візитки церковних проєктів: це слідопитський клуб «Гедеон» (Чернівці) [slidoput.webstolica.ru](http://slidoput.webstolica.ru), ляльковий театр «Світлячок» (Дніпропетровськ) [skripirich.narod.ru](http://skripirich.narod.ru), оздоровчий центр у Новому Роздолі Львівської області [novyirozdil.info](http://novyirozdil.info), Інтернет-магазин «Біблійні іграшки» [bibletoys.com.ua](http://bibletoys.com.ua).

Деякі регіональні видання намагаються здолати свій локальний характер. О. Опарін бажає зробити журнал «Обзор мировых вопросов» (Харків, з 2010) науково-популярним виданням для міської інтелігенції. Він залучив гарний склад дописувачів. Це церковні інтелектуали: відомі проповідники, письменники, публіцисти, ветерани церкви. На успіх видання працює багатий життєвий досвід авторів, спокійний, докладний виклад матеріалу. Помітним є прагнення редактора запровадити антураж наукового видання: бібліографії, спеціальні ілюстрації, графіки, схеми.

На порожню нішу підліткового видання спрямовано журнал із міжнародною редакцією «Страна историй». Його видає дніпропетровчанка, що виїхала до Гейгертавна (США). Видавець націлює підлітків із віруючих сімей на розвиток власних здібностей, творчість та ініціативу без компромісів із біблійною етикою. Ерудиція редактора, динамічний виклад матеріалу без моралізації роблять часопис християнським аналогом підліткового глянцу.

Місячник «Твій шлях» (з 2009 року «Твой путь», Кам'янець-Подільський, виходить із 2005 року) можна схарактеризувати як міжнародне видання: частину його накладу пересилають до Італії, Росії, Португалії, Казахстану й Молдови. Крім традиційних тем здоров'я, сім'ї, психології й дитячої сторінки, багато місця відводиться свідоцтвам про Боже втручання в життя конкретної людини, відповідей на молитву тощо, аспектам апологетики у світлі креаціонізму, темі християнства в культурі.

Однорумці з телеканалу «Надія» вивели адвентистське радіо в Мережу, на [radiotochka.at.ua](http://radiotochka.at.ua). Цілодобовий радіоефір наповнює музика, аудіокниги, проповіді, програми «Голосу надії» та радіостанції АСД «Три ангела» (Нижній Новгород, РФ). Тематика розмовних блоків охоплює історію церкви, здоровий спосіб життя, аспекти педагогіки, включає дитячі оповідання та етичні настанови.

*Офіційні регіональні видання.* Швидке зростання церковної організації викликало адміністративне подрібнення: на сьогодні українські громади АСД поділено на дев'ять конференцій (територіальних утворень). Кожна конференція прагне мати як мінімум один періодичний орган. Ці видання редагують координатори інформаційних відділів конференцій. За своїми функціями це щоденні газети, що містять локальні новини та невелику частку богословської аналітики. «Свій» інформаційний продукт орієнтує в хроніці місцевих церков, розвиває територіальну належність, схиляє до співробітництва.

Буковинська конференція випускає газету «Інформаційний вісник» (Чернівці, з 2005), Західна конференція друкує «Голос надії» (Львів, з 2003), Південна — «Маранафа» (Одеса), «Южные вести» (Миколаїв, з 2003), Подільська — «Подільський простір» (Вінниця, 2003–2007) і «Живая вера» (Вінниця, з 2005), Східна — «Голос истины» (Донецьк, з 1997), Східно-Дніпровська — «Весть Востока» (Дніпропетровськ, 1994–1998), «Путь» (Харків, з 2002), «Логос» (Дніпропетровськ, 2008–2009).

Сайти конференцій [advent-ug.org](http://advent-ug.org) (Південна), [vkasd.org.ua](http://vkasd.org.ua) (Східна), [logosinfo.org](http://logosinfo.org) (Східно-Дніпровська) є досить еkleктичними утвореннями. Ротація адміністративної ланки конференцій руйнує редакторську політику, нормативне ідеологічне наповнення редукує свободу вираження думки. Бажання мати щось більше, ніж сайт-візитку, стикається з конкуренцією та критикою з боку розвинених авторських ресурсів, механізми зворотного зв'язку роблять зауваження чутнішими, ніж це є у випадку з друкованим виданням, брак особистого контакту віртуалізує інформаційний обмін, необхідність постійного оновлення знесилює дрібку місцевих «доцифрових» авторів. Гіперочікування від застосування «нових медіа» дезорієнтують замовників. Західну конференцію репрезентовано тільки в неофіційних ресурсах: це спільнота [my.mail.ru/community/asd-lviv](http://my.mail.ru/community/asd-lviv) і довідник по молитовних будинках [asd.inf.ua](http://asd.inf.ua).

Мають свої бюлетені церковні відділи конференцій. Це «А у нас...» (Вінниця, з 2001), «50,5» (Київ, 2005), «Учимся вместе» (Дніпропетровськ, 2007–2009), «Вестник Пришествия» (Дніпропетровськ, 2008–2010), «Моя семья» (Київ), «Следопыт» (Дніпропетровськ, з 2008), «Христианское образование» (Дніпропетровськ, з 2011).

Систему адвентистської преси України доцільно подати у вигляді таблиці. Бюлетенем іменуємо видання малого накладу, невеликого обсягу (як правило, 2–4 сторінки), присвячені вузькій тематиці. Офіційні всеукраїнські ЗМІ — періодика, редагована співробітниками видавництва «Джерело життя», офіційні регіональні — представниками провінційних адміністрацій, локальні авторські — преса, адресована окремим громадам Києва.

Назва	Тип видання	Наклад	Роки виходу	Офіс редакції	Періодичність виходу	Статус видання	Мова видання
50,5	Бюлетень	200	2005	Київ	Щомісяця	Локальне авторське	Російська
Флешка	Газета	100.000	3 2007	Київ	Щомісяця	Офіційне всеукраїнське	Двомовне
Ау нас...	Бюлетень	200	3 2001	Вінниця	Щомісяця	Офіційне регіональне	Двомовне
Акцент	Газета	100.000	3 2009	Київ	Щоквартально	Офіційне всеукраїнське	Російська
Вестник Нарымской	Бюлетень	300	2007–2009	Дніпропетровськ	Щомісяця	Офіційне регіональне	Російська
Вестник Пришествия	Бюлетень	200	2008–2010	Дніпропетровськ	Щодва місяці	Офіційне регіональне	Російська
Весть	Газета	2000	1994–	Дніп	Щодва	Офіцій-	Російська

Востока	та		1998	ропетровськ — Київ	місяці	не регіональне	
Весть Востока	Бюлетень	20.000	1994–1996	Сімферополь	Спецвипуски	Авторське регіональне	Російська
Весть о здоровье	Журнал	10.000	2004–2007	Київ	Щоквартально	Офіційне всеукраїнське	Російська
Вісник миру / Адвентистський вісник / Адвентистський вестник	Газета	10.000	з 1990	Київ	Щомісяця	Офіційне всеукраїнське	Окремі україно- та російськомовні варіанти
Вічний скарб / Вечное сокровище	Газета	400.000	з 2003	Київ	Щомісяця	Офіційне всеукраїнське	Окремі україно- та російськомовні варіанти
Вода живая / Рассказы верую	Газета	3000	з 2007	Дніпропетровськ	Щодва місяці	Авторське регіональне	Російська

щих							
Время дейст- вий	Бю- ле- тень	1000	3 2009	Київ	Щомі- сяця	Офіційн е міжнато дне	Російська
Голос детст- ва	Бюл етен ь	210	2002– 2003	Ново моск овськ	Щодва місяці	Авторсь ке регіона- льне	Російська
Голос исти- ны	Газе та	2000	3 1997	Доне цьк	Щомі- сяця	Офіцій- не регіона- льне	Російська
Голос надії	Газе та	600	3 2007	Львів	Щомі- сяця	Офіцій- не регіона- льне	Українсь ка
Гос- подь – пас- тырь мой	Бю- ле- тень	100	2008	Ма- ріу- поль	Щомі- сяця	Авторсь ке регіона- льне	Російська
Два венца / Зерка ло веры / Виф- лием- ская звезда	Бю- ле- тень	100	1998– 1999	Дніп ропет ро- вськ	Щодва тижні, щомі- сяця	Авторсь ке регіона- льне	Російська
Дитя- че слу- жіння	Бю- ле- тень	Друк за вимо- гою	3 2009	Київ	Щомі- сяця	Офіцій- не всеукра- їнське	Двомов- не
Дни наши	Газе та	100	1994	Дніп ропет ро-	Щомі- сяця	Авторсь ке регіона-	Російська

				вськ		льне	
Друж болан дия	Жур нал	10.000	3 2011	Київ	Щодва місяці	Офіцій- не всеукра- їнське	Російська
Елие- зер	Газе та	1100	3 1997	Ти- рас- поль (При дніст ров'я ) — Ко- мрат (Мол дова) — Оде- са — Мико лаїв — Сімф еро- поль	Що- кварта- льно	Авторсь ке регіона- льне	Російська
Жена пасто- ра	Газе та	70		Київ	Що- кварта- льно	Офіцій- не локаль- не	Двомов- не
Живая вера	Бю- ле- тень	130	3 2005	Він- ниця	Щомі- сяця	Офіцій- не регіона- льне	Двомов- не
Зерня тко / Зерны шко	Жур нал	3000	2005– 2008	Київ	Що- кварта- льно	Офіцій- не всеук- раїнське	Окремі україно- та російсько мовний варіанти

Зуст-річ	Газета	500	1997–2001	Київ	Щодва місяці	Офіційне всеукраїнське	Російська
Інформаційний вісник	Бюлетень	320	з 2005	Чернівці	Щомісяця	Офіційне регіональне	Українська
Краплі з відра	Газета	50	2008	Львів	Щоквартально	Авторське регіональне	Українська
Логос	Газета	1000	2008–2009	Дніпропетровськ	Щоквартально	Офіційне регіональне	Російська
Лоза	Газета	300	2006–2007	Кривий Ріг	Щоквартально	Авторське регіональне	Російська
Марафа	Газета	200	2003–2006	Одеса	Щомісяця	Офіційне регіональне	Російська
Мир вам	Газета	2000	2006	Харків	Спецвипуск	Авторське регіональне	Російська
Миротворець	Бюлетень	200	з 2007	Одеса	Щомісяця	Авторське регіональне	Російська
Мост надєжды	Газета	300	2002–2006	Запоріжжя	Щоквартально	Авторське регіональне	Російська
Моя здорова	Газета	10.000	з 2009	Київ	Щомісяця	Офіційне всеукраїнське	Двомовне

сім'я						їнське	
Моя надія	Журнал	У середньому 10.000	1990–2008	Львів	Щороку	Авторське регіональне	Українська
Надія. info	Бюлетень	4500	3 2010	Київ	Щоквартально	Офіційне всеукраїнське	Російська
Наша спадщина	Бюлетень	Друк за вимогою, ~800	3 1998	Київ	Спецвипуски	Офіційне всеукраїнське	Російська
Обзор мировых вопросов	Журнал	7000	3 2010	Харків	Щоквартально	Авторське регіональне	Російська
Ознаки часу / Знаменія времени	Журнал	7000	3 1993	Київ	Щоквартально	Офіційне всеукраїнське	Окремі україно- та російськомовний варіанти
Подільський простір	Газета	700	2003–2007	Вінниця	Щодва місяці	Офіційне регіональне	Українська
Путь	Газета	650	3 2002	Харків	Щомісяця	Офіційне регіональне	Російська
Світло твого життя	Газета	40.000	3 2010	Ужгород	Щомісяця	Офіційне регіональне	Українська
Сво-	Газета	8000	3 2005	Хар-	Щомі-	Авторсь	Російська



бод- ная жизнь	та			ків	сяця	ке регіона- льне	
Скарб ничка	Газе та	10.000	3 2009	Київ	Щомі- сяця	Офіцій- не всеукра- їнське	Двомов- не
Скарб ничка	Газе та	1000	3 2005	Черні вці	Щомі- сяця	Авторсь ке регіона- льне	Українсь ка
Следо пыт	Бю- ле- тень	350	3 2008	Дніп ропет ро- вськ	Щоква ртальн о	Офіцій- не регіона- льне	Російська
Слобо жанс- кие вести	Бю- ле- тень	200	2003– 2006	Хар- ків	Щомі- сяця	Авторсь ке регіона- льне	Російська
Стра- на исто- рий	Жур нал	3000	3 2010	Дніп ропет ро- вськ — США	Що- кварта- льно	Авторсь ке міжна- родне	Російська
Твой путь	Жур нал	2500	3 2005	Ка- м'я- нець- По- діль- сь- кий	Щомі- сяця	Авторсь ке міжна- родне	Російська
Учим- ся вмес- те...	Бю- ле- тень	200	2007– 2008	Дніп ропет ро- вськ	Щомі- сяця	Офіцій- не локаль- не	Російська
Хрис- тианс кое	Бю- ле- тень	200	3 2011	Дніп ропет ро-	Щомі- сяця	Офіцій- не регіона-	Російська

образо вание				вськ		льне	
Юж- ные вести	Газе та	1000	3 2003	Мико лаїв	Щомі- сяця	Офіційн е регіонал ьне	Російська
Ябло- чко от яйло- ни	Бю- ле- тень	400	2002– 2007	Київ	Що- кварта- льно	Офіцій- не локаль- не	Російська

Маємо 56 періодичних видань, випущених після 1990 року українськими адвентистами, з яких наразі виходить 29. Сумарний місячний наклад цих 29 видань становить 724.450 примірників. Тобто обсяг друкованої продукції адвентистів перевищує офіційну кількість членів їх церкви в 11,8 раза. Додаймо сюди глядацьку аудиторію програм ТК «Надія», що транслюються на чотирьох світських і одному міжконфесійному телеканалі, й кількість слухачів «Голосу надії» на Першому національному каналі Українського радіо (тут може зорієнтувати кількість учнів Заочної біблійної школи — 73.000 осіб). Лідери адвентистського Рунету bible.com.ua, maranatha.org.ua і adventus.info мали 3 травня 2011 року добову кількість відвідувачів 4760, 2564 і 2485 осіб відповідно. Разом це 9809 осіб, причому ресурси такого рівня рейтингування притягують далеко не тільки конфесійну й навіть не тільки протестантську аудиторію.

Порівняймо ці показники з описами української релігійної мережі. Згідно з матеріалами «круглого столу» «Державно-конфесійні відносини в Україні, їх особливості і тенденції розвитку» (Київ, 8 лютого 2011 р.), українські адвентисти випускають дев'ять періодичних видань [331, с. 21]; Л. Владиченко вказує десять [59]. Вочевидь, у звітах церковна адміністрація вказує всеукраїнські часописи конфесії — у першу чергу, підготовлені видавництвом «Джерело життя». Вони охоплюють левову частку сумарного накладу — 676.000 примірників. Регіональна періодика та внутрішньовідомчі бюлетені дають майже втричі більше назв і 48.450 примірників — 15 % загального тиражу.

За даними Л. Владиченко, протестантські об'єднання України разом випускають 103 видання. На прикладі адвентистських ЗМІ видно, що цю цифру можна збільшити як мінімум удвічі. Якщо ж

відштовхуватися від названої Л. Владиченко кількості й припускати, що середній наклад всеукраїнських протестантських видань становить 10.000 примірників (див. підрозділ 4.4. цієї роботи), то щомісячний сумарний наклад протестантської преси становитиме 1.030.000 примірників. Матеріали «круглого столу» «віднімають» по одному виданню в адвентистів сьомого дня та Української християнської євангельської церкви, однак називають більше часописів у «інших церкв християн віри євангельської» — 12 позицій замість одного — й харизматичних церков: 45 замість 33. Тому є підстави припускати більші й кількість назв, і загальний наклад протестантської періодики України.

Ми розглянули протестантські медіа України як комунікаційну систему на прикладі ЗМІ адвентистів сьомого дня. Конфесійність визначає підпорядкування редакцій, доктринальні особливості публікацій, впливає на стилістику часописів. Періодика краще вивчена, є (досить приблизні, як ми побачили) оновлювані відомості про загальну кількість видань церковних союзів. Їх легше класифікувати, бо дата реєстрації видання, фізична кількість примірників, регулярність виходу не вводять в оману так, як, можливо, роками не поповнюваний релігійний сайт на безкоштовному хостингу. Церковний часопис (і його електронний аналог — Інтернет-візитка церкви) є основним типом протестантських ЗМІ незалежної України.

Перша половина ХХ століття була, порівняно з різноманіттям періодики й технічними можливостями зламу ХХ і ХХІ віків, радше підготовчим етапом в історії протестантських медіа України. Однак можна помітити переємність періоду 1991–2010 років з виданнями 1920-х років і підрадянським самвидавом. Головні риси протестантської журналістики України лишаються незмінними: це проста мова, місіонерське налаштування, масовий характер. Очікуваним надзавданням такого журналістського продукту є зворотний зв'язок — перехід церковного комуніканта в особисте спілкування з реципієнтом релігійних повідомлень, щоб зав'язати з останнім товариські стосунки, запросити на богослужіння, запропонувати «порядок денний» християнських медіа, залучити до церковного життя. Наміряючись охопити все суспільство своєю вісткою, протестанти розраховують накладі своєї періодики на аудиторію, що в разі перевищує наявну кількість їх одновірців.

Когорта професійних медійників у протестантських колах лише починає формуватися. Протестантська комунікація виявляє роль мирянина — низової ініціативи, яка швидко підхоплює журналістські імпульси, подані церковної адміністрацією. Дещо наївний ентузіазм творців і дописувачів роблять ці ЗМІ справді «народними». За своєю природою це соціальні медіа, близькі й зрозумілі релігійній спільноті. Вони не завжди уважні до технічних деталей, «цехові» критерії якості не впливають на їх створення й сприйняття аудиторією.

Протестантські церкви повільно, але послідовно засвоюють нові комунікаційні засоби. Тут пріоритет має молодь. Її вища технічна грамотність, увага до нового, нахил до експериментаторства і відсутність досвіду підцензурного існування спричиняють певну змагальність з офіційною періодикою конфесій. «Молодіжні» видання не є стабільними, але вони прокладають шлях для наступників. У пізньому протестантизмі України інновації, технічні в тому числі, початково сприймаються як підозрілий експеримент. Конфесійний істеблішмент пробує їх не помічати, затим намагається контролювати, очікуючи на визнання церковною громадськістю. Якщо це відбувається, «ноу-хау» приживається й починає позиціонуватися як давно визнане й «канонічне». У п'ятдесятницьких і харизматичних церквах ці процеси можуть протікати інакше. Там над пасторами не завжди тяжіє спадок радянського минулого, в основному вони є достатньо молодими людьми, які тяжіють до загальноновизнаних і навіть «модних» культурних форм і технологій.

Системний підхід у протестантській журналістиці виявляється в трансляції ідентичних повідомлень через різні типи ЗМІ, технічній та методологічній модернізації свого провіщення, співробітництві редакцій з адміністрацією та вірними конфесій, сполученні масової, групової та міжперсональної комунікації.

## **2.2. Сегментація аудиторії протестантських ЗМК України**

Медіатизоване ХХІ століття перетворило увагу реципієнта на стратегічний товар. Перевантаження знаннями при тих же здібностях до її сприйняття й осмислення, клієнт-орієнтована комунікація друкованих і електронних медіа, персоналізація інформаційних потоків у цифровому світі змусили медійників до глибшого вивчення споживацької психології та поведінки, де відмінності аудиторії відіграють таку ж важливу роль, як і спільні риси. Ці процеси характерні й для релігійної комунікації України, де протестанти

постають впливовою меншістю, і навіть у наукові тексти проникають міфологеми на кшталт «у сучасній Україні протестантизм претендує на домінуючі позиції» [130, с. 1].

Мета цієї частини монографії — проаналізувати причини та методи сегментування аудиторії протестантських мас-медіа України.

Головна спонuka до розвитку протестантської комунікації на пострадянських землях — здійснення місіонерської роботи: переказ біблійного вчення, свідчення про зміни якості життя мовника й заклик наслідувати цей приклад. Суспільний статус протестантства пострадянського простору як синтезу європейської Реформації в православному контексті пояснюється жорстокою конкуренцією в заідеологізованих суспільствах, де результат місіонерських зусиль конфесії визначав перспективу її виживання. Така суперечливість сформувала змішаний тип багатьох протестантських журналів підрадянської доби: орієнтований на місію, часопис водночас інформував вірників про внутрішнє життя церкви, згуртовував їх і організовував благочестиве дозвілля.

Неможливість використовувати засоби *масової* комунікації, здобувати теоретичну освіту, особливо гуманітарну, прицільне нищення церковної інтелігенції (у 1930-х роках було поголівно репресовано пасторський штат протестантських течій у СРСР) зосередили зусилля їх представників на індивідуальній роботі, що зумовило глибокий взаємовплив членів цих релігійних спільнот і з'яву типу протестантського комуніканта як ентузіаста-дилетанта, головною формою підготовки якого є практичний досвід. Негативним наслідком цього був дещо стихійний характер протестантської журналістики на (пост)радянському просторі, позитивним — ризоматичний, поліцентровий характер церковної комунікації, коли вміння потай копіювати релігійні тексти на друкарській машинці ставало частиною «джентльменського набору» християнки радянського часу. «Природний відбір» виливався в те, що без цього фаху у дівчини зменшувалися шанси на заміжжя з одновірцем.

До початку 1990-х років протестантська преса України не мала серйозних можливостей для зростання. Як правило, свобода слова здобувалася коштом суспільного хаосу: євангелічні видання мали змогу доходити до читача хіба що в часи політичних катастроф, безвладдя чи слабості нового уряду. І навіть такі періоди були надто нетривалими для формування видавничих і журналістських традицій, та й революції найперше є інструментом руйнування.

У результаті більшість церковних медійників дуже неохоче визначає таргет-аудиторію свого послання. «Для всіх» — поширена відповідь на питання щодо портрета потенційного споживача інформаційного продукту. Водночас протестанти намагались і сегментувати свою аудиторію, орієнтуючи окремі публікації чи їх блоки на різних її представників (найчастіший приклад — дитячі сторінки в журналах для дорослих), створюючи приклад для більш кваліфікованих наступників. Хоча видання-візитки церков, спрямовані на представницькі й піар-функції, дотепер становлять левову частку періодичних видань і мережних ресурсів українських протестантів, ми обмежимось оглядом спеціалізованих видань, бо здійснити аналіз на рівні адресатів окремих публікацій вельми непросто. Указана конфесійна належність окремих часописів не відображає повної картини.

Принципами сегментування аудиторії протестантських видань України є

- *вік*. На дошкільнят і молодших школярів розраховано журнали «Тропинка» (з 1990) / «Стежинка» (з 1999), «Скарбничка» (Чернівці, АСД), «Бумеранг» (Донецьк), «Ноїв ковчег» / «Ноев ковчег» (Рівне), «Жемчужина» (Харків, АСД реформаційного руху); бюлетені «Творець» (Сімферополь, з 1995), «Голос дитинства» (Новомосковськ, 2002, АСД).

Трохи більше назв має молодіжна періодика. На читачів 13–20 років спрямовано бюлетені «Зустріч» (Київ, АСД), «Зеркало веры» (Дніпропетровськ, АСД), «Альтернатива» (Дніпропетровськ, із 2008, ЄХБ); журнали «И всё же» (Харків, із 2000, ЄХБ) і «Дети Христа» (Київ, ЄХБ); газети «Рибка» (Івано-Франківськ, із 2005, ХВЄ), «Разговор о любви» і «Молодежка» (Донецьк, із 2005), «Флешка» (Київ, із 2007, АСД); сайт молодіжного тур-клубу [pereval.kiev.ua](http://pereval.kiev.ua). Старшій молоді (18–30 років) присвячено газету «Весть Востока» (Дніпропетровськ, 1994–1998, АСД) і журнал «Горизонти» / «Горизонты» (Київ, із 2007, ЄХБ).

Інші вікові категорії охоплено офіційними часописами церковних організацій. Річниківі «Моя надія» (Львів, із 1990, АСД) притаманний колорит старшого покоління галицької інтелігенції;

- *сімейний стан*. Підтримка цінностей традиційної сім'ї є ледь не центральним складником суспільно-політичної місії українських протестантів. Творці телеканалів CNL, ТБН, «Надія» на рівні фірмових слоганів позиціонують себе як сімейне телебачення. У

Черкасах з 2000 року виходить журнал «Христианская семья». Миколаївський бюлетень «Елиезер» присвячено шлюбним оголошенням адвентистів. Дедалі більшої популярності зазнають електронні служби шлюбних знайомств [love.maranatha.org.ua](http://love.maranatha.org.ua), [people.invictory.org](http://people.invictory.org) і низка менших. До приятелювання в християнському колі заохочують соціальні мережі [detiboga.ru](http://detiboga.ru) і [churchpeople.ru](http://churchpeople.ru);

- *фізичний стан* є принципом формування аудиторії «церкви глухих в Інтернеті» [deafasd.com](http://deafasd.com), інформаційної бази з проблем наркоманії [podrug.org.ua](http://podrug.org.ua), Інтернет-сторінок реабцентрів тощо. Групи ризику, особи в кризових обставинах — клієнти електронної лінії довіри [helpline.in.ua](http://helpline.in.ua);

- *професія* вирізняє читачів наукових журналів — міждисциплінарного «Человек и христианское мировоззрение» (Сімферополь, з 1995), теологічних «Богомыслие» (Одеса, 1990–2007, ЄХБ), «Христианская мысль» (Київ, 2002–2005, ХВЄ) і «Богословские размышления/Theological reflections» (Одеса, з 2003), газети для військовослужбовців-християн «Час «Ч» (Київ, з 1999), педагогічного часопису «Слово вчителю» (Рівне). Донецький журнал «Мир» (Донецьк) спрямований на студентів і читаючу молодь. «Деловые люди и христианство» (Київ, 1997–2003) — журнал Української асоціації християн-підприємців. Часопис «Перспектива» (Київ, 2004–2006) є спробою охопити верству церковних бізнесменів; лікарів — журнал «Весть о здоровье» (Київ, з 2004, АСД);

- спорідненим критерієм є *різновид служіння*, яке виконує споживач журналістської інформації. Тут прикладами є газета «Книгоноша» (Київ, 2005–2007), бюлетені «Воскресная школа» (Дніпропетровськ, ЄХБ), «Следопыт» (Дніпропетровськ, АСД), «Учимся вместе...» (Дніпропетровськ, АСД) — для церковних педагогів і вчителів етичного виховання; методичні матеріали: «Пакет идей» (Київ, з 2002) і «Молодежь для Христа» (Київ, з 2005) — для керівників молодіжних відділів церкви, «Ozon» (Київ) — для керівників молитовних груп. У Мережі можна знайти сайти клубу слідопитів України [pathfinders.org.ua](http://pathfinders.org.ua) (Київ, АСД), Асоціації журналістів-християн [novomedia.org](http://novomedia.org), конкурсу християнської літературної критики [booksfestival.com/new-blogholder-4](http://booksfestival.com/new-blogholder-4) тощо;

- *культурний рівень* читачів зумовлює існування корпусу науково-популярних видань — журналів «Реалис» (Київ, 1999–2005), «Христианство» (Київ, 2001–2003), «Диалог» (Донецьк, 2001, ЄХБ),

«Гость» (Донецьк, із 2003, ЄХБ), науково-апологетичного вісника «Ad Notem» (Сімферополь, із 2005), газети «Разумный замысел» (Рівне, з 2006);

- *стать*. Як і слід очікувати, це жіночі журнали — «Есфирь» (Сімферополь, 1999–2003) і «Орхидея» (Київ, із 2006);

- *мова* публікацій визначає існування білінгвальних видань: п'ятдесятницьких газет «Жива надія» (Миргород, з 2000) і «Відвага» (Рівне, з 2005), журналу «Дорога, правда і життя» (Київ, з 2007, братство незалежних церков ЄХБ), де матеріали виходять мовою оригіналу, часопису «Богословские размышления/Theological reflections» (Одеса, з 2003), де кожна стаття національною мовою дублюється англomовним варіантом. Замислені як україномовні, деякі видання регулярно поміщають частку матеріалів російською, а інколи й повністю переходять на російську мову, перекладаючи, врешті-решт, і саму назву часопису, як це було з журналом «Твій шлях» / «Твой путь» (Кам'янець-Подільський, з 2005, АСД). Низка видань має по два мовних варіанти: газета «Адвентистський вісник» / «Адвентистский вестник» (Київ, із 2000, раніше «Вісник миру») і журнал «Ознаки часу» / «Знаменія времени» (Київ, із 1993, АСД), журнал «Горизонти» / «Горизонты» (Київ, із 2007, ЄХБ);

- *соціальний статус* аудиторії є визначальним для харизматичних видань. На церковних лідерів і активістів, воцерковлених представників «середнього класу» орієнтовано електронний журнал «IN VICTORY» (Київ, із 2003), «суспільно-політичну релігійну газету» «Наши дни» (Київ, з 2000), газету «Новое поколение» (Харків — Дніпропетровськ, із 2007). Доброчинні проекти спонукають до пошуку співробітників, бізнес-партнерів: бюлетень міжнародного фонду АДРА в Україні «Время действий» (Київ, з 2009, АСД), «Партнерство» (Київ, з 2009) — бюлетень Асоціації милосердя «Еммануїл». Кастингом волонтерів займається команда сайту [global-act.org.ua](http://global-act.org.ua);

- *національність* споживачів не цікавить медійників, за одним винятком — коли йдеться про місію серед євреїв. Прикладом цього напрямку церковної комунікації є журнал «Менора» (з 1995, українське представництво — Київ);

- *хобі, захоплення* об'єднують читачів культурологічного альманаху «Следы» (Київ, з 2001, УЛЦ), дайджесту «Христианская литературная газета» (Полтава, з 2003), літературного журналу «Перед рассветом» (Маріуполь), відвідувачів сайтів: музики



christianmp3.ucoz.ru, відео christianvideo.if.ua, порталу християнської творчості 4oru.org/slovo.php3, «християнського братства бойових мистецтв» christwarrior.uuuq.com тощо.

Міжконфесійні ЗМІ поволі розширюють тематичний спектр протестантської журналістики Рунету на суспільну, культурну, політичну проблематику. Найвидатнішими полемістами з жорсткою стилістикою і громадянською позицією є П. Цюкало, який друкується в незалежних ЗМІ, А. Заруба, який представляє голос войовничого консерватизму, та А. Шарій — успішний дописувач багатьох світських медіа, топ-журналіст газети from-ua.com, який майстерно критикує соціальні вади української держави та «європейські цінності» сексуальної революції.

Незважаючи на позитивне враження від цієї картини, аналітики дедалі частіше нарікають на вузькість сегментної сітки протестантських медіа. Більшість церковних видань а) виконує піар-функції, розповідаючи про діяльність релігійної організації зацікавленим особам — її членам і, зрідка, експертам, чи б) обслуговує інтереси (професійні, вікові, соціальні тощо) тих-таки членів церкви, або в) налагоджує діалог із наближеними до релігії / церкви особами. Як показують дослідження, 2 % будь-якої спільноти готові відгукнутися на заклик прийняти християнство. На цю вельми незначну категорію населення й розраховано практично всі місіонерські видання.

Між тим більшість населення є прихильниками інших світоглядних систем, секуляристами або скептиками. У досягненні першої з цих категорій досвід міжконфесійних дебатів виявився не надто ефективним, бо, як правило, публікації такого типу виконано в жанрі пропагандистських памфлетів, далеких від толерантності, поваги до опонента й пошуку платформи для діалогу. Прикладами таких видань є львівська газета «Тимофей» (з 1998, харизмати), сайти glaznayamaz.org, antisandey.narod.ru, критика харизматичної церкви «Посольство Боже» godembassy.info. Негативна спрямованість цих ЗМК відлякує від них широку аудиторію, бо формує враження про церкву як про осереддя конфліктів, а на позацерковну особу діє як потужна антиреклама релігії та християнства зокрема. Лунають голоси, що передумовою місіонерського успіху може бути налагодження стосунків з опонентом, створення атмосфери довіри, якщо йдеться і про навернення мусульман, представників молодіжних субкультур або сексуальних меншин.

Розширюють коло «шукачів істини» сервіси типу bible.com.ua. Команда цього сайту відповідає на питання відвідувачів, і двостороння комунікація актуалізує зміст ресурсу. Послідовно орієнтованими на позацерковне коло є сімферопольський альманах «Человек и христианское мировоззрение» (світські науковці з різних дисциплін), газета «Разумный замысел», Інтернет-журнал biblicaldiscovery.info (еволюціоністи), сайт okolokino.net, колективний блог linguafranca.su (світська молодь, що орієнтується в сучасному культурному процесі), київський журнал «Великі зміни» / «Большая перемена» (світські студенти). Подібні експерименти виникають серед найбільш «просунутих» харизматичних церков (наприклад, perevorot.org — «церква для наступного покоління»), що виявляє вплив постмодерністського світогляду на протестантську еклезіологію (т.зв. «емерджентна церква»: однорівневі структури, домашні церкви, спільноти за інтересами, відсутність фіксованого членства, стратегічна роль Інтернет-технологій у церковній роботі).

Під новаторські задуми складно знайти стале фінансування та ідеологічну підтримку. Наприклад, закrywся сайт drugienovosti.com, команда якого намагалась аналізувати «світські» події, додаючи їх — зазвичай ігноровані — моральний, релігійний, метафізичний аспекти. Але й «замаскований» релігійний ЗМІ спопуляризувати серед секулярної аудиторії не набагато легше.

Актуальною тенденцією здійснюваної протестантами мережної євангелізації є епоха громадянської журналістики Веб 2.0 — перенос уваги з технічного засобу на людину-комуніканта. Найвпливовішими ідеологами наближення до світського реципієнта є П. Левушкан, керівник освітньої програми «Хрестовий похід в Інтернет 2.0», і О. Єфетов, автор аналітичного ресурсу evangelism.ru з оглядами й перекладами англомовних публікацій з цієї тематики, апологет «виходу за межі «християнського гетто». Поруч із синдикацією мас-медіа, коли медіахолдинги відкривають представництва в інших країнах, об'єднують різні типи ЗМІ, все більшої популярності досягають комуніканти, які звертаються до позацерковної аудиторії, не створюючи власних ЗМК. Вони реєструються у світських ресурсах і часто формують спільноту однодумців поза будь-якими фізичними межами, церковними в тому числі. Це може бути позиціонування свого блога і дискусії в обговореннях чужих постів (М. Малуха (Jesfor); крос-постинг публікацій у Twitter, Google Buzz, Livejournal, Facebook; контекстна реклама Google AdWords; розміщення

інформації в блогах комерційних ЗМІ типу [reporter.korrespondent.net](http://reporter.korrespondent.net) і дошках оголошень на штиб [nezabarom.ua](http://nezabarom.ua) і [justparty.ru](http://justparty.ru) (О. Миколаєнко ([webamik](http://webamik.com))); керування напрямком дискусії на форумах шляхом розміщення своїх публікацій як нових тематичних гілок, рейтингування в пошукових машинах постів, іноді анонімних, із гострих тем релігійного життя (М. Гунько); перехід на мультимедійні формати, створення відеоканалу на Youtube та аудіоканалу на подкасттерміналах типу [prod.ru](http://prod.ru).

Найсвіжішим прикладом такого підходу є спроба нести християнську ідеологію користувачам програми [chatroulette.com](http://chatroulette.com) (у перекладі «чатова рулетка»). Її розробив 17-річний московський школяр, сайт відкрито у грудні 2009 року. Користувач анонімно заходить на сайт, де бачить двоє вікон — для його вебкамери і для транслявання відео з камери співбесідника. Клікає «старт», і система повністю довільним чином обирає йому співбесідника з усієї маси користувачів онлайн. Якщо ця особа чимось зацікавила, виникає розмова, ні — тисне іншу кнопку та отримує наступного випадкового співбесідника. Кожного моменту на сайті перебуває кілька десятків тисяч осіб.

19 квітня 2010 року А. Шуміхін із Дніпропетровська замість зображення зі своєї камери підставив малюнок Розп'яття з написом «За тебе». У результаті жартівники переставали сміятися, збоченці квапно тиснули «наступний», дехто виражав схвалення й запрошував до комп'ютера знайомих, щоб показати зображення, інші витягували натільні хрестики чи робили хресне знамення, треті показували непристойні жести й нецензурно лялися, на що А. Шуміхін відповідав: «Будь благословенний». Після цього агресивна реакція щезала майже у всіх, і А. Шуміхін у чаті розповідав про свій релігійний досвід. За кількогодинний сеанс різні співбесідники атестували себе як атеїсти, гомосексуалісти, католики, юдеї та повія, яка відвідує сайт програми з професійною метою [452].

Завдяки свободі совісті та слова в незалежній Україні протестантські церкви створили розгалужену мережу конфесійних ЗМІ, орієнтованих на різні категорії населення. Принципами сегментування їх аудиторії є вік, сімейний статус, фізичний стан, професія, різновид служіння, культурний рівень, стать, мова, соціальний статус, національність, хобі, світоглядна орієнтація. У кінці 2000-х років завдяки ері Веб 2.0 Інтернет перетворився на остаточний центр експериментів з протестантської комунікації. Тут

методами «наближення» до позацерковного споживача є розміщення релігійної інформації у світських сервісах і адаптація біблійного послання до нових засобів комунікації в Мережі.

### **2.3. Мас-медіа і міні-медіа в релігійній комунікації**

Світські дослідники нарікають на низький професійний рівень релігійних медіа. Приміром, А. Юраш відзначає у церковній пресі України (найперше маючи на увазі православні видання) відсутність елементів творчості та ідеологічної свободи, авторитаризм, некритичне ставлення до власних вад, невміння й небажання говорити з опонентами, мислення комплексами і догмами, некваліфікованість. Релігійні ЗМІ, зазначає науковець, становлять «цілий пласт... де знайшли притулок традиції і методи тоталітарної журналістики» [456, с. 240].

Однак ці беззаперечні недоліки не скасовують явний прогрес релігійної журналістики в незалежній Україні. Багато конфесій за час свободи слова створило цілі мережі своїх ЗМІ, й більшість цих мереж не виявляє ознак занепаду. Постульована аналітиками невідповідність релігійної журналістики професійним стандартам не означає поразки релігійної комунікації. В силу орієнтації на вузьку аудиторію ці ЗМІ належать до типу спеціалізованих медіа, і вже це пояснює, чому їх популярність непорівнянна із суспільно-політичними та розважальними каналами комунікації. Виникає сумнів, наскільки релігійна журналістика надається до звичного оцінювання, бо вочевидь вона має інші критерії впливовості та ефективності журналістського виступу.

Наприклад, протестантські медіа України переважно розвиваються екстенсивно, за рахунок збільшення кількості друкованих органів, Інтернет-ресурсів, продакшн-студій. Всеукраїнські видання (журнали: баптистська «Євангельська нива» — до 1996 року «Християнське життя», п'ятдесятницький «Благовісник», адвентистські «Ознаки часу» й газета «Адвентистський вісник» — до 2000 року «Вісник миру») втрачають позиції через офіційний характер. Міжконфесійні журнали «Библейское открытие», «Посол», «Реалис», «Християнство» закрилися через фінансове банкрутство: придбавши один примірник, залишали його в общинній бібліотеці, й десятки осіб отримували інформацію без зиску для бюджету часопису. Прагматична, активна настанова («похід на завоювання суспільства для Христа»), а також

іноді підкреслена зневага до доктринального ригоризму (мовляв, важить «не релігія, а спілкування з живим Богом») надає першість у цій сфері п'ятдесятницько-харизматичному руху. Тут глобалізація медіа йде пліч-о-пліч з екуменічним підходом: дійсно масовою є аудиторія хіба що супутникового (телеканал CNL-Україна) та Інтернет-телебачення, а також інформаційних продуктів київської медіагрупи «IN VICTORY».

Та й там не всі ЗМІ мають задовільну ефективність: у кінці 2010 року закrywся один із проектів медіагрупи «IN VICTORY» — газета «Christian Telegraph». В останньому її числі президент «IN VICTORY» С. Вельбовець заявив: першою причиною до припинення випуску є невдоволення редакції рівнем *активності читачів* (10.000 передплатників, хоча читачі платили тільки за доставку): «Одних цікавлять матеріальні блага, які Бог, на їх думку, повинен їм забезпечити, а інших — виключно духовні переживання. Як ви розумієте, і те, й інше має вельми опосередковане відношення до Великого Доручення «Ідіть і навчіть усі народи». <...> На жаль, християни сьогодні перебувають у солодкому самозабутті. Якби Ви тільки знали, скільки листів ми отримали, скільки дзвінків було від пасторів з вимогою припинити публікацію «поганих новин» про гоніння, про помилки служителів і про те, що церкви не ростуть, тому що це, бачте, «не зміцнює віру». Другим мотивом до закриття газети був незадовільний *ефект* її виходу — творці часопису не побачили бажаної активізації зусиль підрадянського протестантства в галузі місіонерського свідчення, соціальної роботи, протестів щодо ув'язнених одновірців в інших країнах: «активних християн в Україні за 20 років пробудження набралось на більше 2 %, і дальшого росту немає. Це ж позначилося й на газеті — за майже чотири роки ми так і не змогли здолати десятитисячний наклад. З такими малими масштабами навряд чи можна говорити про вплив». Автор провів паралель цього стану справ з Радянським Союзом, який також толерував тільки гарні новини. «На жаль, ми всі знаємо, чим закінчується такий самообман» [50, с. 1], — підсумував С. Вельбовець і запросив передплатників газети читати новини християнського світу на сайті [invictory.org](http://invictory.org).

В основі цих тенденцій лежать не тільки фінансові чинники. На нашу думку, великий відсоток протестантських медіа України об'єднує низка особливостей, і це дозволяє віднести ці інформаційні канали до типу *міні-медіа*, орієнтованого на вузьку соціальну групу,

який має перед собою відмінні завдання. У визначенні й характеристиці протестантських міні-медіа України полягає мета цієї частини дослідження.

Далеко не завжди технічна потужність мовлення є ознакою успішності. Ефективність комунікації зазвичай знижується зі збільшенням кількості адресатів. Щоб охопити велику, розпорошену й різноманітну аудиторію, необхідно звузити контент комунікації. Звичайно, можна знайти базові чинники повідомлення, які будуть стосуватися кожного. Повідомлення може бути спрощено до азів, і деякі адресати все ще відчуватимуть його придатність до своїх потреб. Авжеж, за таких умов постраждає його естетичний, можливо, емоційний бік, і повідомлення втратить частку своєї привабливості. Натомість слід шукати найнижчий спільний знаменник різних груп. Такий принцип вилучає більшість ілюстрацій, які б покращили розуміння й запам'ятовування повчального моменту. Інформація з одного контексту буде сприйматись у зовсім інших обставинах. Витлумачення смислу сигналів є колективною акцією, тому різні соціальні установки матимуть результатом відмінні значення, надані тій самій термінології. Наміри виробника передачі не турбують слухачів. Вони цікавляться тільки тим, що це медіаповідомлення важить у їх конкретній ситуації. Отже, у двох найважливіших учасників комунікаційного процесу — мовника і споживача — мало спільного інтересу для взаємодії.

Технічна сила радіо, телебачення або друку поширює сигнали далеко від групи, яка їх породжує. Сусідні групи можуть відрізнитися від «зароджуючої» групи, й це ускладнює комунікацію. Відтак, зазначають учені, «в тому аспекті, де мас-медіа виявляються найпотужнішими, вони можуть схибити. Цей недолік виникає не з вини медіа, а з неправильного способу використання цих дивовижних технологій» [591, с. 185].

На позначення цієї відмінності В. Шрамм пропонує термін «малі медіа» [584], Дж. Давнінг — «альтернативні» медіа [234, с. 367], Д. Макквейл — «мікромедіа» [234, с. 368], Д. Сміт — «міні-комунікація» (міні-ком) і «міні-медіа». Надаємо перевагу останньому варіанту через загальноприйнятий характер поняття «мас-медіа», подобою якого він є. Згідно з Д. Смітом, «міні-комунікація часто є кращою стратегією. Ефективна комунікація частіше приходить через ужиток локалізованих медіа (міні-ком), аніж через далекосяжні медіа

(мас-ком). Ці обидва типи вживають розширені медіа й часто тотожну технологію, *проте з різною метою*.

Мас-ком концентрується на охопленні найбільшої аудиторії, міні-ком змагає до глибокого залучення членів групи. Мас-ком є горизонтальним у своєму спрямуванні; міні-ком вертикальним. ... мас-ком формує аудиторію, стягуючи деяких із багатьох членів різних груп; міні-ком прагне включити по змозі всіх з окремої групи».

Мас-ком звичайно мовить до аудиторії та отримує обмежений зворотний зв'язок. Інформацію надано, але розуміння того, як це повідомлення було витлумачено згідно з установками споживачів, відсутнє або вкрай обмежене. Ця комунікація є майже односторонньою.

Локалізація медіа в міні-комунікації уможлиблює поважне зростання зворотного зв'язку. Постійна увага до відгуків аудиторії покращує її ставлення до комунікатора. Типово міні-ком уживає менш витончені технології, тому часто є дешевшим і простішим у використанні. Це приводить, з одного боку, до ширшої участі та контролю над ним із боку місцевої спільноти, з іншого боку, до «шорсткішого» журналістського письма й виробництва. Міні-медіа стимулюють краще залучення та задоволення інтересів місцевої громади. Як доводить Д. Макквейл, «публіка таких медій часто невеличка, але дуже віддана. Її учасники, зазвичай, мають чіткі соціальні та політичні цілі. Поширеніші та триваліші приклади — це національні й мовні видання або канали меншин, які в багатьох країнах створюють для потреб мігрантів» [234, с. 367–368].

Мовлення на велику відстань легко може стати просто передачею сигналів. Зате коли медійники та слухачі є членами тієї ж самої спільноти, ефективність комунікації певно буде високою. «Аби вповні використати розширений потенціал медіа, їх слід зробити «членами спільноти» — іншими словами, використовувати міні-комунікаційний підхід», — уважає Д. Сміт. Найістотніші моменти, які слід пам'ятати під час використання розширених медіа, полягають у «пристосуванні інформаційного продукту до реальних місцевих потреб, і в упевненості, що споживачі зможуть застосувати поради, отримані з ваших медіа» [591, с. 185, 189].

Міні-ком має велику перевагу в обох цих галузях. Програми можуть адаптуватися до відчутних локальних потреб, і місцеві умови можна взяти до уваги в демонстрації того, як ці потреби можуть бути вдоволені. Міні-ком може активніше інтегруватись у локальну сітку

комунікацій через свою здатність відповідати чотирьом умовам оптимального використання медіа:

1. Залучення до планування і виробництва інформаційного продукту відбувається на місцевому рівні.

2. І контент, і стиль його трансляції є доречними з огляду на соціальні моделі та інтереси місцевої аудиторії.

3. Контент і його представлення зрозумілі та прийнятні для місцевої аудиторії, навіть якщо їх професійний бік не відповідає вимогам аудиторії масової.

4. Функціонування медіа частково чи повністю забезпечується місцевим персоналом і коштами.

Основними причинами популярності міні-медіа серед протестантських медійників є:

1. Фінансова доступність міні-медіа, що відповідає протестантському прагненню до «дешевої церкви». Джерелом бюджетування більшості цих медіа є пожертви вірних — як правило, членів малозабезпечених верств населення. Багато видань — це регіональні газети з аматорським, іноді вкрай низьким технічним рівнем, засновані місцевими громадами, із тиражем у кілька сотень примірників. Наприклад, адвентистська газета «Путь» (Харків) починалася 2002 року як стіннівка: 3–4 замітки, оголошення з життя місцевих громад. 2006 року з'явився сталий редактор. Газета стала чотиристорінковою: 2–3 статті, сто примірників накладу. Макет верстали у MS Word, тиражували на ксероксі. З 2007 року газету збільшено до восьми сторінок (з 2010 — до 12), з'явилися ілюстрації, сформовано мережу дописувачів-аматорів (про гонорари, звичайно, не може бути й мови), створено електронну версію, перейшли на офсетний друк, тираж збільшено до 650 примірників. Додрукарську підготовку проваджено на домашніх комп'ютерах. Витратна стаття — друк: 265 грн / міс. Газета поки що є прибутковою — приблизно 30–50 грн / міс. Із десятків адвентистських видань спонсор є тільки в одного часопису — всеукраїнського журналу «Твій путь» (Кам'янець-Подільський) із накладом 2500. Багато ж Інтернет-видань, впливових у тому числі, взагалі можуть мати нульовий бюджет (блоги або групи в соціальних мережах). Непоодинокими є приклади, коли редактор друкує журнал за власний кошт (так є у випадку названого журналу). Започаткування медіа, прихід у журналістику нерідко відбувається з власної ініціативи, а то й усупереч церковній верхівці (автору статті відомі випадки, коли ведення пастором



власного блога спричиняло адміністративний тиск щодо «зловживання ним свободою слова»).

2. Простота в обслуговуванні, коли засновники орієнтуються на досягнення оптимального рівня комунікації, не замахуючись на «прописні стандарти» (пост)пострадянський протестантизм є егалітарним, народним рухом зі своїм колом потреб і цілей). Лише в останні пару років відбувся вплив протестантських веб-ресурсів із безкоштовних хостинг-майданчиків (перш за все narod.ru). Вирішальна роль у цій міграції належала не міркуванням престижу, а функціональності більш сучасних платформ — блогівих движків (найпоширеніший з яких — wordpress), блогосфери (з лідерством livejournal.com) й соціальних мереж.

3. Ентузіазм, схильність до волонтерської роботи за низької професійної підготовки, а то й за її відсутності. Демократизм протестантських медіа дозволяє спробувати свої сили в журналістиці «активісту широкого профілю», який за короткий термін може стати засновником, видавцем, спонсором, редактором, журналістом, верстальником, розповсюджувачем. Причому уприсупнення інформаційної діяльності для непрофесіоналів буде тільки посилюватись, оскільки мережна журналістика редує перелічені функції або дозволяє поєднувати їх майже без зусиль (що, зрештою, характерно й для світських Інтернет-медіа). Дніпропетровська газета «Вода життя» народилась із намагань Г. Свитенка розповсюджувати свої духовні міркування. Він роздруковував їх на принтері та власноруч роздавав листівки у громадах. Стихійний характер видання є очевидним навіть для пасторів, не тямущих у філологічних тонкощах, через що Г. Свитенку настійно рекомендовано поширювати свою газету тільки по селах.

4. Ідеологічне підґрунтя протестантської церкви мотивує до місіонерської комунікації. Киянин М. Лещинський зажив популярності своєю відеодокументалістикою есхатологічної тематики. Доказом віри М. Лещинського у висловлюванні гіпотези щодо кінця світу є купівля ним пристрою для конвеєрного запису відеофільмів власного виробництва на компакт-диски, для чого, за його словами, довелося продати автомобіль.

5. Зниження успішності спонтанної проповіді, виникнення у суспільства імунітету до усної комунікації з релігійних тем.

6. Порівнянно швидке засвоєння технологічних новинок у церковній роботі пояснюється практицизмом протестантів і

дефіцитом конфесійно визначеного персоналу. При цьому медіа не грають самостійної ролі в релігійній діяльності протестантів. «Преса не здається мені найкращим засобом поширення Благої Вістки. — заявляє професор І. Подберезький. — ...слово проповідника лишається найдієвішим для увірування» [302]. Важливість медіа зростає а) на етапі первісного знайомства з євангельським ученням і б) пізніше, за вростання в християнський спосіб життя.

7. Більшість церковних медіа є «рупором» місцевих громад — головної одиниці протестантської спільноти. Община уможлиблює найефективніше — особисте усне — спілкування її членів: бесіда «про Бога по душах... вимагає обмеженого кола співрозмовників, іноді тільки двох... У такому діалозі найдієвіше реалізується наш великий принцип: «Кожен баптист — проповідник»... саме кожен, не тільки спеціально навчений і підготовлений. «Індивідуальна робота» дає результати не гірші, може, [навіть] кращі» [302]. Трансформація громади аж до піднесення старшого пастора над «масою» — сигнал небезпеки, що стрічає сильну регулюючу реакцію (завважмо різку критику культу С. Аделаджі (у його церкві) з боку інших протестантів, і не тільки консерваторів. Масові заходи («широкий невід» у «ловленні» (Мт.4:19) людей) — «воронка» для спрямування їх до особистого предстоання Богу. Велелюдні зібрання врівноважуються «домашніми церквами» (Рим.16:4, 1 кор.16:19) — малими групами, між членами яких виникають глибокі психологічні зв'язки. Як правило, охрещена людина лишається в громаді завдяки таким контактам — кровній спорідненості або близькій дружбі. Реальне релігійне життя здійснюється в товаристві одновірців через безпосередню участь в обрядах і діяльності общини.

Найбільший інтерес на протестантських богослужіннях викликає зворотний зв'язок: талановита й актуальна проповідь пастора вважається *Божим* одкровенням, переказ відповіді на молитву й свідчення описують надприродне втручання Бога в життя конкретних осіб, зазвичай пов'язане із вдоволенням відчутних потреб (зцілення хвороб, порятунок від злиднів, скрутних обставин тощо).

Медіа запрошують до церковного спілкування, а також відтворюють общинне життя за межами молитовного будинку. Інформаційний продукт консервативних протестантів прагне залучати до способу життя як богослужіння: «Біллі Грем... [у своїх телеповідях] зберігає формат церковного зібрання, хоч, за загальним визнанням, цей формат до крайності трансформовано

розміром студії або стадіону, кількістю присутніх, а також наявністю електричних загроз — софітів, кабелів і звукових систем» [567, с. 34]. На думку українського дослідника, баптистські радіопередачі також повинні опікуватися створенням «церковної» атмосфери» [294, с. 41].

Навіть електронні медіа в місіонерській комунікації намагаються емулювати фізичну присутність через молитву по телефону, дзвінки в прямому ефірі на супутниковому ТБ тощо. Окремі радіопроповідники під час молитви за зцілення пропонують торкнутися радіоприймача, а то й прикласти його до хворого місця. В уяві прозеліта технічний засіб може створювати сакральний простір: «у відповідь на заклик покаятись я впав на коліна *тут же перед приймачем* і зі слізьми звершив першу молитву каяття» [357, с. 179] (курсив мій — М. Б.).

Однак протестанти критикують і заперечують медіатизовану — масифіковану й технічно опосередковану — релігійність *практикуючого* християнина. В їх уявленні «електронна церква» (термін Б. Армстронга) є підміною, ерзацом спільноти реальних людей, справжніх віруючих. У такій церкві-симулякрі можлива тільки неповноцінна, фальшива віра. Ціла дослідницька течія (найвідоміші представники — М. Маггеридж [560] і В. Овенс [567]) намагається довести неспроможність (електронних) медіаяк таких, незалежно від намірів мовників, транслювати сутність християнства.

У внутрішньоцерковній комунікації міні-медіа відіграють стратегічну роль, уможливлуючи форму богослужіння як комунікації та будь-якої християнської комунікації як богослужіння. Виокремлюємо такі типи протестантських міні-медіа.

1. *Різновиди усного спілкування*: пісня, (мело)декламація, музичний твір, вистава церковного театру, проповідь, свідчення, молитва, групове вивчення Біблії, телефон довіри, диспут-клуб, ток-шоу.

2. *Мануальні міні-медіа*: плакат, малюнок, фланелеграф, розмальовка, картинка, стіннівка, лист, sms, e-mail, чат, ICQ, Інтернет-форум, читацький коментар до Інтернет-статті, вітрина свята жнив.

3. *Друковані міні-медіа*: книга, наліпка, листівка, картина, календар, «пам'ятні вірші» (фрагменти Біблії для заучування), біблійний кросворд та інші тематичні ігри, пісенник, журнал і газета для інформування членів церкви; пакет для новачків (інформація про церкву, її символ віри, розклад богослужінь, домашніх осередків та

інших заходів); підручник для дорослих і молоді; уроки для дітей; буклет з оголошеннями; підручник для біблійних шкіл; християнська белетристика; списки прохань до Бога для молитовних служінь; план читання Біблії; буклет для поширення Євангелія; надрукована проповідь [298, с. 14–15], анкета, брошура, прес-реліз, паперове запрошення, трактат, свідоцтво про хрещення, сертифікат біблійних курсів.

4. *Електронні міні-медіа*: аудіокнига, кінофільм, відеофільм, аудіозапис (проповіді, свідчення, семінару), фонограма, відеопрезентація, слайд-презентація, відеокліп, рекламний ролик, відеорепортаж, діафільм.

5. *Різновиди реклами*: пам'ятник Біблії, меморіальна дошка, внутрішній барельєф у домі молитви, дрес-код і аксесуари, розтяжка, Інтернет-банер, бігборд, лайтбокс, «прищіпка», штамп, написи й зображення на автомобілях, чашках, футболках, блокнотах, ручках, значках, календарях, закладках, наліпках, плакатах, беджах, липучках із магнітом.

Отже, медіатизація як масифікація, віртуалізація взаємодії індивіда зі світом не визначає протестантську комунікацію України. Ці медіа спрямовано не на державу чи масу, а на особу як представника соціальної верстви. Чималою мірою це здійснюється за допомогою *міні-медій*, які використовують мас-медійну технологію й тотожні прийоми, але з іншою метою — найглибшого впливу по змозі на всіх членів невеликої спільноти. Причинами їх популярності є порівняна дешевизна міні-медіа, простота в обслуговуванні, ентузіазм протестантських парафіян за низької фахової підготовки, стабільна мотивація до місіонерської роботи, імунітет суспільства до спонтанної проповіді, дефіцит конфесійно визначеного персоналу. Міні-комунікація дозволяє досягати головної мети місцевої громади: приведення способу життя своїх членів у відповідність з етичними принципами Євангелія, як їх розуміє община. Постання в Україні цієї верстви *homo moralis* є, на думку дослідників, важливим кроком у подоланні радянського минулого, а відтак, *громадянською дією* протестантських медійників.

#### **2.4. Освітні осередки протестантської журналістики України**

Мало в чому так сильно відчувається православне коріння (пост)радянського протестантизму, як у розумінні потреби в інтелектуальному розвитку, т.зв. «формальній» освіті. Реформація і

Контрреформація великою мірою здійснювалися на просвітницькому полі; з тих часів країни чи місцевості з переважаючим протестантським населенням характеризуються високим рівнем грамотності. У підсумку, римсько-католицькі університети пропонують найвищу в світі якість освіти; водночас маємо засновані протестантами Гарвард, Йель, Принстон. Неможливо переоцінити культуротворче значення перекладів Біблії національними мовами, які до сих пір є «візитною карткою» протестантських місій.

Однак на пострадянському просторі освіта, професіоналізм, суспільний статус були недосяжними характеристиками для протестантства — забороненої та переслідуваної релігійної меншини. Це були абстрактні поняття, що до краху СРСР практично не з'являлися на порядку денному цих конфесій. Відносним винятком стала «відлига» 1920-х, коли до цього руху приєдналися нечисленні інтелектуали, здійснювалися спроби організації богословських навчальних закладів, лунали заклики до самоосвіти.

У пізньому протестантизмі друковане слово є неодмінним компонентом церковної комунікації; читання сакральних текстів неминуче вимагає шкільної письменності. Однак серед пострадянських послідовників цих конфесій вища освіта не постає загально визнаною цінністю через страх інтелектуальних спокус, нерозвиненість наукової традиції протестантизму пострадянського простору (левова частка навчальної літератури цих конфесій дотепер є перекладною), відсутність успішного протистояння в інтелектуальній сфері на цих теренах (до початку ХХ століття тут офіційно панував православний світогляд, після — войовничо секулярний), антропоцентризм, еволюціонізм і моральний релятивізм світської науки й культури. Бажаючи пояснити й виправдати свій егалітарний устрій та партикулярний статус у суспільстві, протестанти акцентують богословські концепти, характерні для православного містицизму: християнське смирення тлумачиться як відмова від потреб і бажань; у тяжінні до інтелектуального росту можуть підозрювати гординю, кар'єризм, дух світськості, жагу накопичення, ухил від церковного служіння й спілкування з одновірцями; вища освіта постає аналогом раціоналістичного, техніцистського мислення, в якому немає місця Богу і біблійним цінностям; мусуються тези про «одвічне протистояння Заходу і Сходу», де експансіоністський «сапієнтецентричний» Захід є винахідником ілюзії прогресу, будь-що нове віщує приховані

фатальні загрози, а гармонійний «кордоцентричний» Схід є вмістилищем одвічної мудрості, завжди має відповіді на всі питання й відрізняється невідчужуваною духовністю.

У попередні періоди історії українського протестантства досвід церковної комунікації передавався безпосередньо в індивідуальному порядку. У ті часи потреби в масовій освіті журналістів не було: не існувало посади й професії «релігійний/ християнський/ церковний журналіст». Хроніку церкви в обіжниках, листівках, постановках з'їздів і в рішеннях церковних рад писали її керівники. Ці документи становили великий відсоток публікацій підрадянської легальної періодики протестантів і самвидаву. Тоталітарний режим дестабілізував церковну діяльність; через постійний тиск і репресії, особливо керівного складу конфесій, панувала посадова нерозчленованість. Позостали в живих/на посаді виконували всі мислимі обов'язки. Це спричиняло й жанрову нерозгалуженість публікацій: як показує О. Попов [309], журнал «Братский вестник» був хронікою, катехізисом, довідником, новинарною стрічкою, об'єднавчим символом євангельсько-баптистського братства. Не існувало журналістів, бо не було журналістики як окремого виду діяльності.

Гострішою була потреба в релігійній книзі, яку й намагалися задовольнити підпільні видавництва. Як у Середньовіччі, на статус Автора могли претендувати хіба що ушавлені попередники, «старші брати» (церковні очільники), та й невисокий рівень грамотності відохочував від літературної праці. «Самі ми книг не писали, вважаючи, що не маємо для цього обдарувань», — свідчить активіст протестантського самвидаву [109, с. 222].

Ситуація почала мінятися з кінця 1980-х років із лібералізацією державної політики щодо релігійних організацій. Церкви осмілилися й почали вимагати від влади більших прав. Ними рухало жадання свідчити про свою віру, готовність домагатися реальної, а не декларованої релігійної свободи, ейфорична, ідеалістична оцінка західної цивілізації, знайомство під час дедалі частіших поїздок за кордон зі стратегією всесвітньої євангелізації, збадьорювало розчарування радянських громадян в атеїстичній ідеології, їх інтерес до раніше заборонених тем, співчутливе ставлення багатьох із них до переслідуваних вірян.

Ця частина монографічної студії є першою спробою проаналізувати досвід журналістської освіти українських

протестантів. Освітні ініціативи цих конфесій згадують практично всі дослідники українського протестантизму: Ю. Решетніков [132], О. Назаркіна [269], В. Докаш і В. Франчук [131], М. Мокієнко [264], П. Яроцький [467], М. Черенков [435], але мають на увазі освіту теологічну — засіб утвердження конфесійної ідентичності, — чи намагання внести в загальну (світську, державну) освіту бодай елементи біблійного світогляду й моральних установок. Ця проблематика розглядалася в журналах заснованих протестантами освітніх осередків України «Богомыслие» [348], «Человек и христианское мировоззрение» [410, 245, 135, 304, 299, 279, 363], «Христианская мысль» [74, 75], «Богословские размышления/Theological reflections» [296, 445, 454, 63, 99]. Посібники з Я. Гаммонда [298] і Р. Бродшова [482] описують зміст предметів, дотичних до церковної комунікації, але відображають західний досвід і не освітлюють педагогічних підходів. Дотичними до нашої теми є методичні матеріали П. Павлюка [287] і рукопис О. Мокренчук [265]. Їх доробок стосується мотиваційної сфери і є концепціями журналістської освіти окремих протестантських ВНЗ. Ми ж подаємо загальну картину освіти протестантських медійників в Україні.

На нашу думку, протестантські ініціативи з журналістської освіти, здійснювані на українських теренах після 1991 року, буде оптимально класифікувати за типом організатора освітнього закладу або заходу.

*Першим* напрямком були освітні проекти, здійснювані журналістами іноземних протестантських ЗМІ.

Радіо було та є основним каналом зовнішньої індоктринації тоталітарних держав. На охоплення радянського простору було спрямовано роботу станцій НСJB, «Транссвітове радіо», «Adventist World Radio» та ін. Перші дві з них мали російськомовні та україномовні студії. Хоча «Транссвітове радіо» є лідером з охоплення аудиторії («кількість мов, якими виходять в ефір програми ТСР, більша, ніж у Бі-Бі-Сі, «Голосу Америки», Китайського міжнародного радіо і «Радіо Росії», разом узятих» [133]), найбільшого успіху в розвитку місцевих журналістських ініціатив на пострадянському просторі досягла НСJB.

Імовірно, наймасштабнішою освітньою акцією НСJB на території України була шестимісячна програма «Християнське радіомовлення» на базі Донецького християнського університету

(ДХУ). Вступати на неї пропонували випускникам річної програми з місіології. Погоджувалася приблизно половина групи: 1993 року — 18 осіб, 1994 — 10, 1995 — 15, 1996 — 16, 1997 — 10. Серед найвідоміших випускників курсу — член союзу журналістів Росії, журналіст міжнародної газети «Протестант» (Москва) З. Бардіна.

Таким був навчальний план за 1995 рік: *1–4 тижні* — основи комунікативістики та ознайомлення з радіостудією. Викладачі — співробітники НСJB.

До полудня тривали лекції, затим ішла практична робота в студії. Щоб мати доступ до її обладнання, студенти розподіляли між собою й нічний час. Найцікавішою, з точки зору В. Шевелева, була робота над створенням радіовистав. Там було задіяно багато дійових осіб, використовувалися різні звукові ефекти. Основу становили начитані лекції та підготовлені викладачами засоби наочності (карти, схеми, діаграми) в російському перекладі.

Згідно зі звітом за семестр 1995 року М. Бердслі, тодішнього директора радіошколи НСJB при Донецькому християнському університеті, більшість витрат покривала НСJB, хоч М. Бердслі висловлював побажання, аби надалі частку видатків узяв на себе ДХУ. У звіті директор скаржився на стан навчальних аудиторій, їх низьке технічне забезпечення, схильність українців до спонтанних рішень, побутові труднощі, тяжіння студентів до постійного нагляду викладача, завеликий розмір групи [475, с. 7–11].

1992-го року П. Дейнека-молодший зі США заснував Асоціацію «Духовне відродження». Постійним пріоритетом її роботи став розвиток національної автури: проведення семінарів і літературних студій для християнських письменників-початківців і журналістів, видавання навчальних посібників — п'ятитомної серії В. Кротова «Служіння Слову» [180–184].

Західні протестанти запропонували тренінги для відчайдухів, які в хаосі початку 1990-х узялися за найбільш безумну справу за тих умов — видання християнської періодики. Зусилля західних інструкторів було спрямовано на формування мережі питома міжконфесійних і фінансово незалежних редакцій та видавництв.

Серед них М. Елліотт [503] називає, крім «Духовного відродження», «Cook Communications International», «Magazine Training Institute», «Media Associates International», «Overseas Council International», та SEN (паніше «Central European Fellowship»).



В Україні «Magazine Training International» (Австрія) проводила семінари в 1996, 1997, 2001 та 2006 роках. У них ішлося про видання журналів, дизайн журналу, управління фінансами у виданні журналів і просунутий (advanced) менеджмент журнального видання. Щоразу збиралося близько сотні учасників.

«Media Associates International» підтримує протестантські видавництва Східної та Центральної Європи. Зокрема, вони здійснювали свої заходи в Австрії, Албанії, Англії, Польщі, Росії, Румунії, Сербії, Угорщині, Україні, Швейцарії. Їх LITT-WORLD конференції для авторів і видавців проводяться в Англії з початку 1990-х щодва роки.

SEN/«Central European Fellowship»/«The City Gate» припинив свою діяльність. Ця організація видавала у Братиславі, Словачія кварталники — словацькомовний «Porta» та англomовний «The City Gate». Її співробітники помагали започаткувати роботу і сприяти підготовці кадрів для місцевих протестантських видавництв Центральної та Східної Європи. На 2003 рік вони провели 22 конференції та семінари. Їх матеріалами користується 15 інших організацій. «Cook Communications International» також практично згорнув свої міжнародні програми.

*Другим* напрямком журналістської освіти на українському ґрунті стало заснування відповідних відділень і факультетів у протестантських ВНЗ. Тут ініціаторами виступали представники церков.

1998 року в Християнському гуманітарно-економічному відкритому університеті (ХГЕУ, Одеса) створено відділення журналістики. На сьогодні там пропонують навчання за двома спеціальностями: «журналістика друкованих ЗМІ» й «веб-журналістика». Форми навчання: денне, заочне, дистанційне. Університет працює на самофінансуванні, тому пропонує контрактне навчання.

Програму «журналістика друкованих ЗМІ» розраховано на три роки, по чотири сесії на рік по два тижні кожна. Після закінчення програми випускник отримує можливість нести інформаційне служіння в братстві євангельських християн-баптистів і працювати у світських ЗМІ. Видається диплом «середня богословська освіта». Крім спеціальних і гуманітарних курсів студенти отримують базові знання з історії баптистської церкви України, доктрин баптистського братства і спеціалізованих богословських дисциплін.

Мета програми: навчити студента застосовувати набуті знання й уміння євангелізму та інформаційної підтримки діяльності церков, доносити до кожного віруючого позиції братства з доктринальних і практичних питань; використовувати інформацію, здобуту з різних джерел, для прославлення Бога, захисту християнського віровчення, пропаганди християнських цінностей і популяризації знань про Бога: формувати позитивний імідж братства ЄХБ в сучасному суспільстві. Студенти вивчають соціологію, концепцію сучасного природознавства, цикл християнських дисциплін, філософію, історію політичних учень, соціальну антропологію, політологію. Програма передбачає поглиблене вивчення англійської та російської мов, вітчизняної та зарубіжної літератури. Провідне значення мають дисципліни спеціалізації: теорія і практика журналістики, технологія і методи творчої діяльності журналіста.

На спеціальності «веб-журналістика» вивчають програмування веб-сайтів, комп'ютерну графіку, веб-дизайн, технологію Інтернет-ЗМІ, основи творчої майстерності Інтернет-журналістики, випускають навчальну Інтернет-газету.

Після завершення навчання випускник отримує кваліфікацію «журналіст». У ХГЕУ існує первинна організація Національної спілки журналістів України. Заняття проводять викладачі з практичним журналістським досвідом.

Краще зрозуміти філософію журналістської освіти цього ВНЗ допоможе підручник декана гуманітарного факультету ХГЕУ П. Павлюка «Практична журналістика» (2001). У ньому йдеться про пошук і розвиток ідей, збір інформації та матеріалів, жанрологію журналістики, методи редагування власних творів, майстерність і етику журналіста, спеціальні рекомендації для християнських публіцистів.

«Ключовою фігурою журналістської діяльності на всіх її етапах є автор, — твердить Павлюк. — Саме його світогляд і система цінностей впливають на вибір теми, пошук і збір фактичного матеріалу, його осмислення та витлумачення для аудиторії. ... центральною фігурою навчання є особистість, а не професія. <...> Авторський метод значною мірою визначається ідеологією, світоглядними позиціями, функціональною програмою діяльності. Він уключає сукупність способів пізнання і спілкування, прийомів впливу на масову аудиторію, які забезпечують необхідний рівень ефективності журналістської діяльності... у центр підручника з

християнської журналістики ставиться кореспондент, носій високої духовності, професійної кваліфікації, психології та етики».

Автор нарікає на відсутність книжок із християнської журналістики, виводячи це становище з доби панування атеїзму. Це зумовило дефіцит освічених кадрів серед християн на пострадянському просторі, копіювання ними західних моделей, спонсорський диктат. П. Павлюк так аргументує потребу протестантів у національних журналістах: тільки корінні мешканці можуть уповні зрозуміти свій народ і культуру; більшість протестантських видань — переклади західних творів; ЗМІ мають високий авторитет; друковані матеріали дозволяють розглядати складні питання; «християнам потрібен сильний голос».

П. Павлюк найперше розуміє масову комунікацію як владу: «той чи інший рух чи об'єднання може мати величезний вплив незалежно від його чисельності за умови, що він уміло використовує засоби друку». Автор критикує твердження про свободу преси, її статус «четвертої влади», акцентує продажність журналістів. На цьому фоні головна мета християнської журналістики полягає «у формуванні високоморального християнського світогляду» [287, с. 6, 9, 12, 11, 8, 65]. Надзавданням кожного повідомлення журналіста-християнина повинен бути пошук і ствердження істини, еталонами якої є текст Біблії та особа Христа.

Однак, на журналістське відділення цього ВНЗ вступає мало протестантів. «Баптисти не хочуть учитися на журналістів, — зазначає П. Павлюк. — Немає розуміння того, що за допомогою ЗМІ можна здійснити ширший євангелізаційний вплив, аніж будучи місіонером і діючи в межах міжперсонального спілкування.

Чому за двадцять років християни не спромоглися донести до свідомості громадськості (хоча б в Україні, де були для цього всі можливості), інформацію про те, що вони не сектанти? Чому вони займалися тільки локальними справами — стадіонними євангелізаціями, скажімо? Вони несли Добру вістку, але не займалися просвітництвом, не розповідали, хто вони. Не йшли на радіо, не робити про це передач. Вкладати гроші слід не тільки у фізичні активи типу храмових будівель, а й в інформаційний продукт. Це сила, яка міняє свідомість мас. Нам треба зупинити вал скотинізації культури, викладаючи зважену біблійну позицію з актуальних питань.

Колись західні місії фінансували публікацію в центральних газетах розділів з Євангелія від Івана. Я їм говорив, що краще фінансово підтримувати роботу в світських ЗМІ одного журналіста-християнина. Він на цьому не розбагатіє. Важливо, щоб змінилося ставлення керівної ланки церков до цього питання. Але приходять учні тих самих, шукаючи проекти, що приносять моментальний прибуток».

Київський біблійний інститут, установа Союзу християн віри євангельської України, кілька років поспіль уключав предмет «Літературна діяльність і редагування» в навчальний план групи «пасторське служіння і християнська етика». Як розповіла академічний декан КБІ А. Нечипорук, викладання журналістики там почалося з 2003 року; «з метою кращої підготовки молодих служителів» було вирішено викладати журналістику. Спочатку цей предмет називався «Основи практичної журналістики», потім «Основи газетної журналістики», бо «наші випускники після закінчення навчання розпочинали працю з відкриття нових церков, проведення євангелізацій, їм доводилося випускати церковні газети (наприклад, газета «Христос есть ответ», церква Свердловська Луганської області, пастор Т. Сень). У 2003 році була започаткована трирічна бакалаврська освіта та чотирирічна очно-заочна програма за спеціальністю християнська освіта і пасторське служіння. Педрадою було вирішено залишити курс основи літературного служіння на стаціонарі для двох спеціальностей, а на очно-заочному тільки для спеціальності християнська освіта». З 2007 року «Основи журналістики» (це сучасна назва дисципліни) залишилися тільки на стаціонарі, «але ми плануємо розпочати програму інформаційного служіння для допомоги тим, хто цим хоче служити або служить у церкві» (лист до автора від 29.11.10).

Восени 2010 року на викладання цієї дисципліни запросили: О. Кулигіну, редактора російськомовної версії сайту Релігійно-інформаційної служби України (РІСУ), для стаціонару, і Л. Бендус, літредактора газети «За євангельську віру» (Івано-Франківськ) і ведучу програми «Вірую» на ТРК «3 студія», для очно-заочного відділення. О. Кулигіна запропонувала надати цьому курсові практичнішого характеру, редукувати філологічні аспекти та націлити на оптимізацію взаємодії церкви зі світськими медіа.

У 2006–2008 роках було зроблено спробу створити факультет журналістики у Східноукраїнській теологічній семінарії в Макіївці

Донецької області, однак після першого випуску це відділення було закрито. Причиною цього стало різне бачення освіти церковних журналістів керівником факультету О. Мокренчук і адміністрацією семінарії. О. Мокренчук вважає, що завдання та ідеологія церковної комунікації є протилежними до освіти світських медійників: «ніколи не вдасться виховати журналіста-християнина у світському навчальному закладі — такого спеціаліста доведеться переучувати ще мінімум пару років, міняти його життєві установки й навчати методам професійної діяльності, основаним на біблійному розумінні інформаційного служіння», бо «якщо журналіст світських ЗМІ прагне «зчинити фурор» своїм матеріалом, «зробити собі ім'я», заробити гроші чи ще щось, то християни єдиною своєю метою бачать прославлення Бога і повідомлення Євангелія по всьому світі».

Свою концепцію факультету християнської журналістики О. Мокренчук запропонувала голові Всеукраїнського союзу церков (ВСЦ) ЄХБ В. Нестеруку, який спрямував її до Київського християнського університету, і 2007 року там відбувся перший набір новоствореного факультету.

Факультет готує церковних комунікантів, завданнями яких є апологетика, пропаганда, популяризація баптистського вчення, зв'язки конфесії з громадськістю, заснування нових видань і рекрутування журналістських кадрів із церковних лав.

Підготовка спеціалістів із програми «журналіст, редактор християнських ЗМІ» має одверто ужитковий характер. На ній навчаються практики, які або вже працюють у баптистських прес-службах, або планують поповнити їх штат» [151].

О. Мокренчук розповідає, що «викладачами різних богословських дисциплін і спецпредметів є керівники відділів ВСЦ ЄХБ В. Антонюк, М. Козубовський, В. Хміль; історію церкви викладає Ю. Решетніков. На факультеті викладають редактор журналу молодіжного відділу ВСЦ ЄХБ «Горизонти» К. Волинко, викладач історії ЄХБ і редактор журналу «Гость» О. Нагірняк» [151], редактор сайту ВСЦ ЄХБ О. Дорофеева, директор волинської телестудії «Правда PRO» С. Шараєвський, декан гуманітарного факультету ХГЕУ П. Павлюк.

Курси «Біблія як підручник журналістики», «біблійні основи інформаційного служіння», «теорія та методика творчості християнина-журналіста», «жанри християнської журналістики», «історія протестантських ЗМІ», «сучасний стан християнської

журналістики в Україні та перспективи її розвитку», «правові основи християнської журналістики» розроблено викладачами та студентами КХУ. Ось деякі особливості цих дисциплін.

Автор курсу «інформаційне служіння у світлі Біблії» О. Мокренчук розуміє його сутність як «цілеспрямован[у] активн[у] систематичн[у] діяльність покликаною Богом на це служіння й спеціально підготовленого християнина зі збору, фіксації та поширенню через ЗМІ достовірної, неупередженої інформації про Бога і Його Церкву для розбудови Церкви Божої та благовістя світу».

Предмет «Біблія як основний підручник християнської журналістики» розглядає жанрологію Біблії, витлумачену в журналістському ключі, структуру цієї книги, її стилістику, образність, риторичні прийоми, розуміння зв'язків з громадськістю.

«Теорія і методика творчості журналіста-християнина» аналізує відмінності світської та церковної журналістики, цілі й методи останньої, місію християнських журналістів, принципи пошуку й розвитку ідей, збору інформації церковними медійниками, особливості подачі їх матеріалів для різних видів ЗМІ, межі творчої фантазії під час створення текстів на біблійні сюжети. Імперативами християнської журналістики розробник цього курсу вважає «христоцентричність, точність, достовірність, відповідність Писанню, повагу до людини, захист внутрішнього світу й приватного життя особи».

Важлива особливість журфаку КХУ — далекосяжна концепція індивідуального підходу до студентів: «У зв'язку з тим, що перед авторами програми було поставлено завдання в найкоротші терміни підготувати достатню кількість спеціалістів для інформаційного відділу Союзу ЄХБ і журналістів для християнських ЗМІ, традиційна організація навчальної діяльності (п'ятирічна програма навчання за програмою «журналіст»...) виявилася неприйнятною. Тому в цій програмі, крім підвищення духовного рівня студентів і засвоєння базових доктрин християнства, ознайомлення з історією християнства в цілому й євангельсько-баптистського братства, зокрема, основний акцент зроблено на практичному навчанні, якісному засвоєнні знань зі спеціальності й активному набутті журналістського досвіду.

[Навчальний процес —] ...постійна спільна діяльність викладача (наставника) і конкретного студента. <...> Наставник управі варіювати обсяг і зміст навчального матеріалу в бік полегшення чи ускладнення в залежності від здібностей та можливостей окремого

студента... Близько ...25 % [аудиторних занять здійснюється] ...у формі інтерактивного спілкування студентів під керівництвом викладача» [265].

З 2009 року Міжнародний біблійний коледж (МБК) церкви «Нове покоління» в Першотравенській Дніпропетровській області містить у своїй програмі факультатив «мас-медіа». Заняття проходять чотири місяці двічі на тиждень. Відвідування вільне, середній розмір групи — 15 осіб. Більшість студентів набору 2010 року не мала ні журналістського досвіду, ні профільної освіти. Третина (5–7 осіб) регулярно виконувала практичні завдання, решта — час від часу. За словами керівника факультативу А. Шевченко, церковна «журналістика... для тих, хто розуміє, що є ситуації, коли навіть судовий позов не заборонить ЗМІ говорити, що твоя церква — це секта, але правильно побудовані стосунки зі ЗМІ допоможуть тобі змінити ситуацію. ...хоча Церква, може бути, й не потребує реклами, [але] ...безумовно, їй необхідні журналісти, які побудують її авторитет у суспільстві» (лист до автора від 10.11.10).

Методичні матеріали факультативу орієнтовано на програму журфаку ДНУ ім. О. Гончара. Кожне заняття поділяється на кілька блоків. Перший — повтор вивченого матеріалу, застосованого на практиці, другий — розгляд нової теми, третій — домашнє завдання та індивідуальна консультація. Заняття мають чотири напрямки. Перший — навички журналістського письма, робота над дикцією, вивчення художньої та біографічної літератури. Тут вивчають журналістські жанри, технологію створення сюжетів для ТБ й Інтернету; структуру й етику редакційного колективу; організацію інформаційного відділу церкви; створення й верстку інформаційного листка місцевої громади.

Другий — вивчення технічних засобів масової комунікації: телебачення й фотографії (сюжети; техніка фото і телезйомки; світло; студія; постановка кадру; монтаж ролика, сюжету; дикція (вправи для артикуляції, аналіз літературних текстів, доповідь); зовнішній вигляд журналіста; журналіст у кадрі; правила безпеки й роботи під час зйомки. Третій — «PR і реклама церкви в ЗМІ»: функції PR і реклами в масовій комунікації; відмінності PR і реклами; створення прес-кіту й рекламного тексту, ролика, статті; організація і проведення PR-акції. Четвертий — аспекти Інтернет-журналістики: створення й «розкрутка» сайту, розсилання новин.

Практичні завдання передбачають щотижневе дописування до сайтів, щотижневий випуск інформаційного листка для коледжу, проведення соціологічних опитувань, виголошення доповідей з прочитаної літератури, аналіз свого мовлення, підготовку інформаційних і аналітичних матеріалів, коротких сюжетів для телебачення.

Випускники факультативу: А. Толкачов (станція Полтавська, Росія) щотижня пише статті для церковного видання «Христианская газета» (Краснодар, Росія), випускає інформаційний листок місцевої громади, дописує до сайтів руху «Нове покоління» та [invictory.org](http://invictory.org); Н. Вівсяницька з Білої Церкви є журналістом-волонтером газети «Новини Київщини», публікувалася в газеті «Новое поколение» (Дніпропетровськ), подала до міського телеканалу кілька сюжетів із проблеми наркоманії; В. Антонов створив прес-центр на базі церкви «Нове покоління» в Ризі, Латвія й освітлює діяльність своєї та місцевих громад на сайтах руху «Нове покоління» та [invictory.org](http://invictory.org); Н. Віхарьова є редактором і журналістом церковної газети «Хорошие новости», яка поширюється в Дніпропетровській області.

Конфесійними запитам зумовлено освітні заходи адвентистів — семінари для працівників інформаційного відділу (Дніпропетровськ, 02.04.07 і 31.01.09; Запоріжжя, 08.02.09; Донецьк, 15.02.09; Кривий Ріг, 15.02.09; Харків, 15.02.09; Черкаси, 27.05.09; Київ, 26.05.10), семінар на молодіжній конференції «Час твоїх можливостей» (Харків, 30.01–01.02.09), Дні інформаційних технологій «ITDays 1.0» (Дніпропетровськ, 26–28.03.10); баптистів — конференцію (Київ, 17.09.08) і семінар для християн-журналістів (Київ, 22.11.08), обласні молодіжні конференції з інформаційного служіння (Донецьк, 20.03.10 і 18.09.10); п'ятдесятників — семінари з інформаційного служіння на молодіжній конференції «Виклик 2010» (Харків, 19–20.11.10). Донецький християнський університет заявив про намір проводити конференції «Відеослужіння — від теорії до практики» тричі на рік. Першу зустріч призначено на 18.12.10.

Є протестанти серед викладачів (Є. Шаталов, викладач КХУ, О. Кулигіна, редактор сайту РІСУ) і студентів освітніх програм із журналістики Українського католицького університету (УКУ, Львів). Від 2006 року Інститут екуменічних студій цього недержавного ВНЗ пропонує дистанційну магістерську програму екуменічних наук за двома спеціалізаціями: релігійна журналістика та християнська етика. Екуменічний рух — побудова зв'язків між трьома гілками



християнства для досягнення єдності християнської спільноти. Організатори заявляють, що підхід до викладання є постконфесійним (тобто з переконанням, що «Церква Христа існує у тій Церкві, до якої ми належимо, але водночас не відсутня в інших Церквах»). Це спільна програма УКУ та Львівського національного університету ім. І. Франка.

Навчання відбувається онлайн — через Інтернет-сервіси електронної пошти, вебінари (слухання лекцій через потокове аудіо з можливістю миттєвого зворотного зв'язку), форум на сайті програми. Забезпечується контакт студента з викладачами курсів на Інтернет-сервері Інституту; студент щотижня отримує науковий матеріал для самостійного опрацювання, виконує письмові завдання та висилає їх викладачеві. У кінці кожного курсу студент пише есе, яке буде зараховане йому як іспит із цього предмета. Суворо заборонено плагіат: одного-двох студентів щороку відраховують у разі повторного фіксування таких дій.

Приймаються бакалаври з інших гуманітарних спеціальностей. Навчання є платним і триває два роки. На початку серпня вступники відвідують двотижневу настановчу очну сесію: знайомляться з викладачами, прослуховують вступні курси «Християнська етика», «Історія християнства в Україні» та «Церква і зв'язки з громадськістю» і семінар на основі одного з цих курсів. Решта першого року складається з двох дистанційних сесій, на яких студенти вивчають спільний для обох спеціалізацій набір предметів. Під час другого року іде робота над магістерським дослідженням. Сесії другого року складаються з трьох спільних предметів і дисциплін спеціалізації «Вплив мас-медіа на формування суспільних і релігійних цінностей», «Церкви про мас-медіа», «Методика і практика релігійної журналістики I»; «Правові основи щодо свободи совісті та релігійної свободи», «Методика і практика релігійної журналістики II».

Щоб отримати диплом зі спеціальності «релігійна журналістика», студент повинен пройти практику впродовж останніх двох семестрів на основі курсу «Методика і практика релігійної журналістики». Студенти пройдуть стажування в редакціях релігійних або світських ЗМІ, напишуть відповідну кількість матеріалів.

«Наш випускник повинен розуміти ідеали (етос) цієї професії, розуміти, що журналістика є суспільно значущою професією —

відповідно, вимагає певних світоглядних основ, дотримання етичних імперативів, які дозволять йому відчути себе представником четвертої влади, а не просто інструментом в чужих руках — політичних чи комерційних сил» [160], — твердить перший віце-ректор УКУ Т. Добко.

Це експериментальна програма: «На відміну від традиційного підходу, навчальний план магістерської програми УКУ містить блок світоглядних дисциплін, спрямованих на розуміння магістрами етичних і моральних принципів обраної професії, місії та відповідальності журналіста в сучасному світі. Зокрема, мова йде про такі навчальні курси, як «Вступ до журналістики: місія, виклики, перспективи професії», «Медіа і мораль», «Західна цивілізація», «Новітня українська журналістика: стандарти якості», «Християнська духовність у постмодерну добу», «Історія ідей», «Церква і соціальна комунікація» тощо.

*Третім* типом організаторів освітніх ініціатив протестантських журналістів України стали громадські організації.

1996-го року В. Бікман створив Християнську медіа асоціацію, яка до початку 2000-х років провела п'ять семінарів із християнського радіомовлення. Партнерами Асоціації виступили місія НСJB, Всеукраїнський союз євангельських християн-баптистів, Асоціація «Еммануїл». Учнями цих семінарів були більшою мірою протестантські медійники-практики. Курси тривалістю вісім тижнів проходили в біблійних коледжах Києва з аудиторією 13–20 студентів. Випускники працюють на радіо «Еммануїл» (Київ), у харківській студії Транссвітового радіо та у Волгодонську, Росія.

2004-го року за ініціативи Р. Кухарчука було створено Асоціацію журналістів-християн «Новомедіа», яка на сьогодні об'єднує 190 членів. Того ж року почалося проведення щорічних конференцій Асоціації, на яких церковні аналітики (як правило, медійники-практики) проводять семінари за двома основними напрямками: практичні аспекти масово-комунікаційної діяльності та перспективи церковної роботи в/через ЗМІ.

Семінари переважно мають дводенну тривалість. Реалізація аудіо- та відеозаписів цих заходів зробила їх популярними посібниками: мультимедійна інформація легше засвоюється телевізійним поколінням, ніж друкований текст. Їх тематика розпадається на а) зв'язки з громадськістю, б) Інтернет-журналістику, в) друковані ЗМІ й г) загальну конференцію Асоціації.

*Зв'язки з громадськістю* висвітлював курс «Піар для церков і релігійних організацій», проведений 2008 року в Обухові Київської області. Виступи аналізували тему «церква і піар», відмінності реклами й піару, проповідування й пропаганди, методи формування іміджу церкви та побудови зв'язків із громадськістю: моніторингу ЗМІ про церкву, відображення образу церкви в світських ЗМІ, техніку успішного спілкування з ТБ, проведення прес-конференції, брифінгу, прес-туру, поняття внутрішнього піару організації, комунікаційного центру церкви, антикризового піару, конструювання спеціальних подій.

Напрямок *Інтернет-журналістика* відповідають матеріали шести конференцій «Християнство онлайн», де оратори говорили про основи євангелізації в Мережі, створення й «розкрутку» церковного сайту, безпеку й захист Інтернет-ресурсів, феномен соціальних мереж, мотивування до Інтернет-служіння, бізнес у світовій Павутині, соціальні медіа та громадянську журналістику, проведення рекламних кампаній, побудову мережної спільноти, антикризовий піар, складові успішних сайтів, вірусний маркетинг і потреби Інтернет-аудиторії.

Аспекти *періодики* розкривають семінари «Створення газети і журналу від А до Я» та «Журналістика і редактура в друкованих ЗМІ». У першому йшлося про структуру редакційного колективу, конструювання «сітки» номера, пошук тем публікацій, підготовку інтерв'ю, написання репортажу, створення в матеріалі «ефекту присутності», основи редагування, складові ефектного заголовку, складання ліду, дизайн, верстку, ілюстрування, формат і концепцію друкованого видання, видовищну першу шпальту, жанрові групи журналістики; у другому — про запуск газети, правила створення глянцевого видання, написання свідчень віруючих, журналістський текст як засіб утвердження християнських цінностей, формування медійними засобами порядку денного в суспільстві, Біблію як базис професійної етики журналіста-християнина.

Сім *загальних конференцій* Асоціації розкривали принципи роботи християнського радіо, проведення інформаційної кампанії, верстку випуску теленовин, створення телесюжету, роботу в кадрі, стенд-ап, економіку ЗМІ, заборонені теми в християнській пресі, роботу корпункту, формування інформаційних потоків, менеджмент ЗМІ, юридичні аспекти в роботі ЗМІ, християнство та медіа (міжнародний контекст), епоху приватної журналістики, соціальні

функції християнських медіа, телевізійну драматургію, основи фандрайзингу.

Сім конференцій провели регіональні осередки Асоціації (на сьогодні зареєстровано 14 осередків у 12 областях України). У Києві щомісяця проходять зустрічі клубу веб-майстрів. Очільник Асоціації Р. Кухарчук періодично виступає перед студентами світських ВНЗ, переважно освітлюючи тему «релігія і медіа». Сайт Асоціації містить підбірку навчальних матеріалів для християнських журналістів і довідковий «Реєстр ЗМІ».

Правління Асоціації вперше почало запрошувати працівників світських медіа для виступів перед протестантськими журналістами (виключно з суто професійних, «технічних» тем). Пізніше цей підхід почали використовувати в КХУ. Гасло Асоціації «Трансформація ЗМІ — трансформація суспільства». Робота у світських ЗМІ розглядається як бажане явище, серйозне досягнення. Цей підхід є протилежним до прагнення керівництва журфаку КХУ мати «своїх» журналістів. На кінець 2010 року усі заходи Асоціації відвідало близько 2000 осіб.

Конференція «Media Mobilization» (Київ, 13–14.11.10) була ініційована Спільною молодих християн України, Асоціацією «Духовне відродження» та Асоціацією Інтернет-євангелістів. Із 30 спікерами (серед них двоє нардепів) акція зібрала 200 учасників (замість сподіваних 120) із 19 областей України та Росії, Німеччини, Казахстану й заслужила «титул найкращої християнської медіа-конференції на пострадянському просторі» [466].

Конференція мала чотири тематичні блоки: 1) *інновації в благовісті*. Розглядалися конкретні проекти, ідеї, кампанії, реалізовані через традиційні та нові медіа церквами та християнськими організаціями. Мета — показати, як віруючі можуть використовувати сучасні медіа для проповіді Євангелія; 2) *мобілізація та лобювання*. Блок присвячено методології, алгоритмам та інструментам організації громадських кампаній, ініціатив, покликаних привести до конкретних змін у певних галузях. Розглядалися приклади використання Інтернет-технологій для здійснення впливу на українське суспільство, медіа та політикум. 3) *професійне зростання*. Теми присвячені конкретним аспектам журналістської діяльності, покращення навичок і здібностей журналіста. 4) *інформаційні тренди та виклики сучасності для розвитку євангельського руху*. Це програмна, ідеологічна частина. Її

мета — показати, які виклики стоять перед християнством сьогодні, і мотивувати до дій.

*Четвертим* типом ініціаторів журналістського навчання стали протестантські ЗМІ України. Вони готують кадри для самих себе чи для своєї галузі.

Херсонська газета «Для ТЕБЯ» на початку 2000-х років проводила курси для притягнення уваги до видання й перетворення читачів на дописувачів часопису. Для цього було розроблено посібник «Курси журналістики Для ТЕБЯ». Хоча заочна форма (курсів — М. Б.) ефекту не мала. Результативнішим було проведення очних занять у приміщенні церкви за цими матеріалами, здійснюване тодішнім редактором Борисом Тарасенком.

Редакція газети «Новое поколение» (Дніпропетровськ) запланувала 11.12.10 проведення семінару для журналістів-початківців із теми «Журналістика як спосіб побудови ефективних стосунків Церкви з суспільством». Тематика семінару: як розвинути талант журналіста, уникнути повторюваних помилок у журналістському тексті, створювати різні за характером і стилем матеріали, приготувати новинарний сюжет для показу на ТБ, організувати церковний інформвідділ.

Більше десяти семінарів із теми «PR для церков і релігійних організацій» провели для протестантських церков співробітники Релігійно-інформаційної служби України (РІСУ) С. Ярошенко (Бабинська), Ю. Завадська й О. Кулигіна (разом, поодинці чи спільно із запрошуваними медіаробітниками церков). Це авторська розробка, в основу якої покладено досвід зовнішньої комунікації римсько-католицької церкви (переважно польськомовні джерела) і православної церкви в Росії, а також досвід роботи авторок у прес-службах протестантської та католицької церков.

Телебачення є найбільш технологічно містким засобом комунікації. Розвиток протестантського ТБ (кабельного, супутникового, цифрового) актуалізував завдання підготовки кваліфікованих кадрів. 2008-го року з різницею в кілька місяців телеканали «Еммануїл» і CNL відкрили свої телешколи.

Київська відеошкола «ZOOM» пропонує місячний курс навчання. Сертифікат видається після аналізу залікового телепродукту. З першого випуску з 30 осіб (вікові рамки — між 18 та 45 роками) сертифікат отримали 23 студенти. Навчання безкоштовне. Студент оплачує проживання, транспортні видатки й витратні

матеріали для зйомок, дає зобов'язання співпрацювати з телеканалом CNL.

Програма включає основи журналістики, режисури, піару, операторського мистецтва, освітлення, монтажу, звукорежисури. Передбачає оволодіння навичками виробництва телесюжетів, організації міністудії, створення фільму-свідчення, авторської програми, соціального, PR-ролика, кліпу, короткометражного ігрового фільму, організації роботи над телевізійним проектом. Практика складається зі зйомки телепрограм, виїзних зйомок, участі у створенні блоку новин.

Студію «Правда PRO» (Луцьк) створено 2007 року силами ентузіастів Волинського обласного благодійного фонду «Переображення». Їх фільми отримали нагороди на конкурсах соціальної реклами, світських і церковних кінофестивалях у Луцьку (2004 і 2010), Санкт-Петербурзі, Росія (2005), Києві (2008), Ірвайні, США (2010), Житомирі (2010) і Дніпропетровську (2010).

На базі цієї студії 2010 року працювала телешкола. Заплановано одне заняття на тиждень протягом трьох місяців. За словами директора «Правда PRO» С. Шараєвського, «все почалося з того, що ми познайомилися із людьми з СТБ. Зав'язалася дружба. Вони запропонували телешколу для нас. Ми погодилися і організували» (архів автора монографії). Набір склав 30 студентів. До фіналу дійшло 23. Викладачі — співробітники телеканалу СТБ А. Колендо (викладала історію телебачення та кіно, режисуру, драматургію) та М. Бандурко (навчав операторського мистецтва). Було утворено дві групи: режисерів і оператори. Обидві групи слухали курс історії кіно, затим режисери вивчали драматургію та режисуру, а оператори — свої предмети. На випускному кожен представляв власний відеосюжет.

Особливістю школи було спонсорування навчання трьох неповносправних студентів — дівчини на інвалідному візку, слабозрячої дівчини та незрячого хлопця. Дипломна робота останнього отримала гран-прі на першому міському конкурсі соціальної реклами в Луцьку 30.08.10. Продовжує діяти віртуальна телешкола на сайті студії.

Християнське біблійне братство св. апостола Павла відкрило Школу християнського книговидання, в рамках якої виходять посібники [137], працювали майстер-класи доктора філософських наук С.-А. Мадери — з колористики в поліграфічному дизайні, а

також співробітників Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка — професора М. Тимошика — з редагування авторських рукописів і перекладних текстів, доцента Є. Афанасьєвої — з авторського права.

Розвивають освітню активність і продюсерські центри. Міжнародний молодіжний фестиваль «Білі ночі» проходить у Криму з 2000 року. Його організатори — компанія «Музична біржа», Асоціація християнського мистецтва й музики «GAM», громадська організація «АСЕТ», продюсерський центр «Gloria REC». Розпочатий як «християнська альтернатива» відомому фестивалю електронної музики «KaZантип», «Білі ночі» спрямований на демонстрацію «успішних служінь і особистостей у різних сферах суспільства» [127]. 2010-го року в програму фестивалю додали секцію «Медіа», на якій виступали А. Макаренко, телеведучий «5 каналу»; Н. Полякова, випускаючий редактор новин «5 каналу», ведуча «Радіо Алла»; А. Єрмакович, режисер програм «Танцюють всі!» й «Україна має талант» на СТБ.

Також «Музична біржа» 2009 року тричі запрошувала В. Папченка, доцента Київського національного університету культури та мистецтв, для проведення курсів і майстер-класу зі звукорежисури.

Журналіст, блогер-«тисячник» М. Малуха й аспірант Національного інституту стратегічних досліджень С. Климович створили на початку 2010 року Академію блогослов'я. На їх думку, «блогінг, який вже виріс із суто електронного щоденника до стилю публіцистики, є прекрасною можливістю запропонувати світові альтернативний, інший погляд» [240]. Назву цього освітнього осередку М. Малуха виводить із книги А. Попова «Блоги. Нова сфера впливу» [311], хоч авторство цього терміна оскаржує протестантський блогер із Риги (Латвія) П. Левушкан.

Це тримісячний дистанційний курс. У першому наборі Академії взяло участь 50 осіб із областей України, а також Беларусі, Росії, Німеччини, Бразилії. Курс складався з більш ніж двадцяти лекцій та домашніх завдань. Тематику лекцій присвячено питанням типологізації блогів, цензурі, огляду найкращих платформ для розміщення блогів, соціально-культурним особливостям різних блогосфер, контенту блогу, френдингу, блогерській полеміці, промоції блогу в Інтернеті.

Студенти Академії щотижня отримували від викладачів текст за темою з ілюстраціями (презентація у Powerpoint) та додатковою літературою (стаття, відскановані сторінки із книг). Левова частка завдань складалася з коментування, написання відповідних (за характером, тематикою, акцентуванням) постів, заходів зі збільшення аудиторії блогу, проведення Інтернет-кампаній. Улітку організатори виграли грант фонду «Відродження» та оголосили новий набір — для громадянських журналістів і громадських активістів.

Курси підвищення кваліфікації співробітників створеного 2009 року телеканалу «Надія» проходять двічі на рік упродовж десяти днів. Навчання платне. Викладачі — співробітники телеканалів «Надія», «Голос надії» та «Еммануїл». Працюють дві групи: операторського мистецтва й монтажу; режисури й тележурналістики. Наразі з подачі керівництва телеканалу «Надія» опікунська рада Українського гуманітарного інституту (Київ), створеного під егідою адвентистської церкви, дала згоду на створення на базі цього ВНЗ кафедри журналістики.

Отже, основними формами освітніх ініціатив протестантських медійників України є курси й семінари. Вища освіта приживається слабо. Активних дилетантів — основний тип протестантських медійників — курси й семінари влаштовують більше, бо є фінансово доступнішими, дозволяють брати участь без попередньої підготовки, не вимагають книжної грамотності, бо їх побудовано на усній комунікації — лекціях і бесідах із викладачами, супроводжуваних слайд-презентаціями. Популярністю користуються аудіо- та відеозаписи цих виступів — їх сприйняття не вимагає роботи з книгою. Семінари не утворюють жорсткої наступності (школяр — бакалавр — магістр тощо), дозволяють приєднатися й вийти на будь-якому етапі, не забирають багато часу, проходять у різних місцях, не прив'язані до матеріальної бази (можна запросити спікера з іншого міста, зібратися в богослужбовому приміщенні, обійтися церковним обладнанням — дошка, ноутбук, проектор, мікрофон). Це навчання демократичне, егалітарне, імпровізоване, клієнт-орієнтоване, дешеве, технічно нескладне, ґрунтоване на усному спілкуванні, взороване не на інституцію, а на особу. А нечисленні інтелектуали вчаться у світських вишах або протестантських західних ВНЗ [див. 573].

Ми виокремили чотири типи організаторів журналістської освіти українських протестантів. Відстежувані показники можна представити у вигляді таблиці:



Нап- рями	Організатори	Викладачі	Випускники
1	Іноземні протестантські ЗМІ	Церковні журналісти	Церковні журналісти
2	Українські протестантські церкви	Церковні журналісти, викладачі журфаків світських ВНЗ	Церковні журналісти
3	Громадські організації, що засновані та працюють за участі протестантів	Церковні журналісти, світські журналісти	Журналісти для церковних, міжконфесійних і світських ЗМІ
4	Українські протестантські ЗМІ	Церковні журналісти, світські журналісти	Журналісти для церковних і міжконфесійних ЗМІ

Можна зафіксувати такі тенденції: постійне зменшення участі іноземців в освіті та практиці протестантських журналістів, тяжіння до національних спеціалістів; зменшення ролі конфесій у журналістському процесі, становлення ЗМІ як самостійного гравця на медійному та освітньому полі; шукання гнучкої та суголосної попиту форми журналістської освіти; стирання міжконфесійних і навіть клерикальних меж: релігійна освіта з престижних медіаспеціальностей стає привабливою і для позацерковних осіб; світські спеціалісти відіграють ширшу роль як викладачі, експерти та зразки для церковних медійників.

\*\*\*

У другому розділі ми аналізували системні ознаки протестантської журналістики України. Вона постала з книжок і трактатів, і дотепер не є вповні самостійним типом церковної комунікації на українських землях. Основною формою протестантських публікацій у кінці ХІХ — на початку ХХ століття тут був трактат, у 1920–1939-х роках — журнал, самвидав зосередився на книзі, у кінці ХХ — на початку ХХІ сторіччя

запанувала паперова газета та її електронний варіант — Інтернет-візитка церкви.

Кожна конфесія чи церковний союз намагається побудувати свою систему ЗМІ, до складу якої входять стіннівки місцевих громад, канал на Youtube, роздавальні буклети з анонсом церковних заходів, диски з аудіо- та відеозаписами проповідей аж до тиражних часописів, радіо- і телепрограм. Дефіцит внутрішніх ресурсів спонукає пізніх протестантів до міжконфесійного співробітництва в цій сфері.

Системними ознаками цієї журналістики є:

1) місіонерська орієнтація: очікування зворотного зв'язку, конкретних дій — приходу на богослужіння, спілкування з християнами, увірування, хрещення, перетворення на активного послідовника протестантської течії;

2) розрахунок на широку аудиторію з акцентом на усереднених показниках: (по змозі закінченій) шкільній освіті, мешкання у невеликому місті чи селищі, наявність відносно передбачуваних потреб у психологічній підтримці, належності, сенсі життя, соціалізації, етичній орієнтації;

3) мова: розмовна лексика з шарами просторіччя, канцеляриту й субкультурного сленгу;

4) намагання побудувати привабливий образ християнської спільноти, до лав якої запрошують вступити читача / глядача;

5) консервативні моральні переконання та стримана соціальна позиція.

Журналістські ініціативи рухаються від управлінців до «рядових» вірян, від «центру» на «периферію». Вони зазнають впливу індивідуалізму, зростання середнього рівня грамотності протестантської громадськості, здешевлення технологій, приєднання до церков різного роду спеціалістів. Видавці й журналісти намагаються урізноманітнити тематику, шукають єдності адекватної мови, дизайну та змісту. Помітної специфіки набувають молодіжні, дитячі та жіночі видання.

Бажання знайти спільну мову з різними частинами суспільства викликає

розширення аудиторних груп протестантських ЗМІ. Інтереси аудиторії та потреби церковного комуніканта бувають тотожними. Журналіст і видавець-протестант часто невіддільний від своїх адресатів. Він веде схожий спосіб життя, належить до тотожного

соціального класу, йому нескладно згадати своє «безбожне» минуле. Оптимізація церковної комунікації покращує повсякденне життя вірних і полегшує функціонування церкви: наприклад, власне видання засвідчує легальний статус громади, сприяє визнанню конфесії. Релігійному журналісту вкрай важливо привернути увагу потенційних реципієнтів: без суспільного інтересу, можливостей рекрутувати послідовників релігійна меншина щезне. Сегментація вимагає спільних характеристик наявної та бажаної аудиторії. Комуникант спирається на потреби аудиторії, які хоче задовольнити (негативні) чи, навпаки, заохотити, розвинути (позитивні). У перспективі ж місіонерські видання більше відображають особливості церковної аудиторії.

Новою віхою протестантської комунікації стали експерименти в Інтернеті, де євангелісти йдуть на відверто «нехристиянські» ресурси, свідомо намагаються позбавити свій інформаційний продукт субкультурної стилістики, чим викликають побоювання воцерковлених осіб щодо того, чи не втрачають такі повідомлення своєї християнської сутності й чи не перетворюється місіонерська робота на «потурання гріху».

Протестантська комунікація України в масі своїй не орієнтується на професійні вимоги журналістського цеху. Ефективність засобів комунікації визначається метою, яку ставлять перед ними засновники. Фінансового зиску, наприклад, очікують ледь в не останню чергу.

Ефективність журналістської роботи протестантів визначається глибиною впливу їх продукту на визначену групу осіб. Це безпосереднє соціальне оточення членів протестантських церков: родичі, друзі, колеги з роботи, сусіди. Таке спілкування дає змогу уточнити повідомлення, пристосувати до конкретних умов, налагодити зворотний зв'язок. Дешевизна й простота його здійснення уможливорює пошук медійниками щоразу нових підходів до аудиторії.

Ці риси дозволяють кваліфікувати великий відсоток протестантських засобів комунікації як *міні-медіа*. Протестантська журналістика намагається не редукувати безпосереднє спілкування вірних. На думку її ідеологів, тільки особиста участь у церковних обрядах є ознакою християнського способу життя. Якщо церковні медіа не приводять до цього, вони не матимуть популярності. Цим пояснюється байдужість українських протестантів до кіно як переважно розважального каналу комунікації.

Однак на теренах релігійного піару та міжконфесійного спілкування активного дилетантизму не досить. Особливо у 2000-ні роки дедалі помітнішим стає бажання церков зважати на стандарти позаконфесійної, світської журналістики.

Такі ідеї були немислимыми до настання релігійної свободи. При атеїстичному тоталітаризмі на часі була не актуалізація християнського віровчення у свідомості й поведінці населення чи привабливий образ конфесії у світських медіа, а питома виживання.

Ключовим фактором утвердження професійних вимог у церковних ЗМІ є журналістська освіта. Її організаторами різного часу були іноземні протестанти, засновники журналістських факультетів у конфесійних ВНЗ, громадські організації, протестантські ЗМІ України.

Історичний начерк журналістської освіти українських протестантів показав обмеженість спроб підготувати «своїх» спеціалістів, які б обслуговували тільки одну конфесію. За деякими винятками, навіть керована журналістська освіта стає фактором секуляризації. Церкви вступають у конкурентну боротьбу за прихильність фахівців. Це тяжке змагання: на перекупування спеціалістів у них немає ресурсів. Лишається мотивування, зміцнення відданості, повторна євангелізація.

Близько третини церковних ЗМІ є міжконфесійними. Однак це не робить їх незалежними. Релігійні журналісти скуті масою обмежень і зобов'язань.

Ці тенденції врівноважуються тиском світської культури. Войовничий секуляризм, який промовляє через світські ЗМІ, робить вираз «ліберальний протестантизм» оксюмороном. Необхідність охороняти церковний простір від посягань «гріховного миру» стримує відцентрові тенденції в протестантському середовищі, згуртовуючи медійників і церковний загал.

## РОЗДІЛ 3 ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОТЕСТАНТСЬКИХ МЕДІА УКРАЇНИ

### 3.1. Жанрово-тематичні групи протестантських медіа

Найкращим матеріалом для цього дослідження є львівський щорічник «Моя надія». Його редакція, може, найбільше орієнтується на традиції української журналістики й літератури. Він є першим приватним журналом українських адвентистів і першим україномовним органом цієї конфесії, що друкується на території України. Упродовж тривалого часу лишався єдиним часописом українських адвентистів, друківаним рядовими вірянами українською мовою. Впоєність видавця в народну стихію, пошук діалогу з різними верствами українського суспільства зробили це видання феноменом «національно-органічної» протестантської преси.

З початку 1970-х років Львів став центром книжкового самвидаву українських адвентистів [109, 110]. Дайджестом нелегальних інформаційних потоків був рукописний альманах «Светильник», тексти якого розмножувалися на машинці (1968?–1973, Київ?), редактор — пастор О. Парасей. Його дружина Н. Парасей була майже єдиною перекладачкою з англійської мови серед підрадянських адвентистів. Під час проживання подружжя в Москві вона отримала доступ до закордонних джерел, із якими воліла ознайомити вірників, що страждали від інформаційної блокади. Також Парасей поміщав там свої проповіді й біблійні дослідження. Часопис мав рубрики «Сім'я і виховання», «Книга природи», «Християнський етикет», «З історії християнської Церкви», «Археологія і Біблія».

Із занепадом «Светильника» потреба в друкованому органі ще загострилась. У протестантському середовищі, на десятиліття переведеному «органами» на нелегальне становище, власна періодика виконувала (й виконує) нерідко унікальні функції: комунікативну, утворюючи подобу форуму розпорошених одностумців, проповідницьку, освітню, довідкову, часто постаючи єдиним джерелом принципово важливих даних, розважальну тощо.

Передісторія й зародження журналу датується 1990 роком. Оргкомітет часопису завдяки підтримці колишнього дисидента, тодішнього голови львівської облради М. Гориня пройшов перепони з боку уповноваженого у справах релігії й іще підзвітної КДБ цензури.

Наклад поступово стабілізувався у межах тисячі примірників й переважно фінансується адвентистами-іммігрантами зі США, Англії, Австралії. Орган має в середньому 30 сторінок формату А4, кольорові ілюстрації й світлини, з другого номера перейшов на крейдований папір.

Редакція окреслює концепцію видання як «місіонерське просвітництво... Статті-проповіді — це часто філософські дослідження вірних Церкви... їх позиція, богословське трактування Божих Заповідей і нашого сьогодення у світлі Божих пророцтв. Журнал має характер науково-популярного видання, передусім... розрахований на пересічного читача» (Моя надія. — 2001. — С. 27. У дальших цитатах назву часопису опускаємо). Тематичний план заявлено як «статті про засади віровчення нашої Церкви, основані на незмінному Божому Слові, про здоровий спосіб життя, пророчі теми у світлі минулих і сучасних подій, про досвід наших місіонерів-благовісників, про другий прихід Христа, а також духовну поезію» (1993. — С. 3).

Як і «Светильник», «Моя надія» задумувалася як знаряддя літературного євангелізму й початково була продовжуваною антологією підрадянського самвидаву. Недарма ж її першим форматом були «Біблійні читання», з другого номера вже змінені на «Журнал, присвячений проповіді Євангелії». Незважаючи на прагматичну мету, просвітницьке начало дотепер превалює в друкові, не даючи «зміліти» до середньостатистичних показників, і зміцнює імідж часопису як поважного інформаційного джерела.

У першому номері видавці прагли окреслити ціхи пресового проекту. Обкладинку і вставний двосторонній аркуш було оформлено повнокольоровими малюнками, внутрішній титул — елегантною графікою. На 40 сторінках уміщено 21 публікацію. Це корпус презентаційних текстів із візиткою ЦАСД та статтями-закликами до богопошуку, молитви й читання Біблії, та апробація більшості використаних у подальшому рубрик і тем: моралістичних притч-замальовок біблійного походження, тлумачень Святого Письма, інформаційно-повчальних публікацій зі здорового способу життя, науково-популярних нарисів, переважно есхатологічної тематики, соціально-психологічних спостережень, життєвих переживань вірян. Візиткою часопису стало широке використання релігійної поезії: уривків із Біблії, особливо Давидових псалмів, для оформлення першої та останньої сторінок; класичних поетичних творів морально-

релігійного змісту переважно з української літератури для ознайомлення читача з культурною скарбницею народу, а також перекладних і власних творів — кореспондентів і співробітників редакції.

У дальших номерах презентаційні публікації щезають, поступаючи місцем складнішим текстам (8–17 позицій) більшого обсягу. Тематичний профіль поступово закріплюється, про що з п'ятого номера свідчить з'ява рубрикатора, який об'єднує матеріали в чотири частини: богословську: «Редакційна сторінка» — еditorіал головного редактора й «Проповідь Євангелія» — корпус теологічних розвідок номера; науково-пізнавальну: «Чи знаєте ви?» — науково-популярні матеріали пізнавального характеру, «Наш рідний край» — історія адвентистських громад Західноукраїнського регіону, «Сторінка для дітей», «Здоровий спосіб життя», «Біблія і наука» — апологетичні нариси креаціоністської орієнтації та близька до неї рубрика «Дослідження пророцтва»; мистецьку: «Сторінка поезії» та «Музична сторінка», а також зворотний зв'язок — «Нам пишуть».

На початку вимогливий одбір редактора виокремив масу значущих публікацій адвентистської преси 1920-х та самвидаву 1970–80-х, що надало органу якісного характеру. Основними є культурологічні есеї «Музика і співи», «Священні пісні: їх історія та виконання», «Любов Божа, Голгофа і наше ставлення до неї», нариси зі священної історії — «Гора Карміл та преображення Ізраїля», науково-популярна стаття «Аномальні явища» й розвідка з порівняльного богослов'я «Біблія і країни Сходу». Ще одним джерелом матеріалів були переклади: з російської мови, бо, зазначає Я. Сулим, у радянські часи «потреба в рідному слові, особливо в духовній літературі чи поезії, була дуже великою. Фактично, українських видань не було. Якщо ми і отримували підпільним шляхом духовну літературу, то переважно російськомовну» [383, с. 10–11] та англійської. Останні відбиралися з огляду на актуальність теми й відсутність аналогічних творів слов'янських авторів. До цього типу належать богословські статті — «Верховний Законодавець» і догматична «Розмова з Богом про безсмертя», робота «Зцілення у хілерів: чи це правда?», педагогічний нарис «Підрив основи», науково-популярний есей «Їжа з перших рук», «Хто твій «брат»?» про церковну дисципліну, нариси на теми астрономії — «Небо відкриває Бога» та «Біблія про життя на інших планетах».

Особливе місце часопис присвячує популяризації творів О. Вайт — найвидатнішого адвентистського богослова, чий 45-томний доробок стосується більшості аспектів християнського життя. Це проповіді місіонерського характеру — «Велика потреба молитви», «Бог любить Своїх дітей»; статті з актуальної соціальної проблематики — «Благословенний шлюб», «Алкоголь і сучасний устрій життя», «Шкідливість тютюну», «Хвороба та її причини», а також публіцистика на теми есхатології, для якої робиться виняток після 1995 року, коли іноземні автори щезають зі шпальт журналу (що було позитивним досягненням) — «Прийду знову», «Приготування до останньої кризи», «Останнє Боже застереження», «Свобода совісті під загрозою», «Прийдешня боротьба».

У внутрішній еволюції часопису можна виділити два періоди: становлення й зрілості. Останній починається з 1996 року, коли 1) матеріалам номера починає передувати полемічний едиторіал, 2) виникає система сталих рубрик, 3) практично зникають передруки іноземних авторів.

Присутність редактора Я. Сулима в журналі дуже відчутна. Частка його матеріалів зростає від двох позицій у 1990–1993-х роках до п'яти у 1999-му й далі вирівнюється на трьох. Більшість їх припадає на аналітичні статті, а одна позиція завжди є черговою публікацією поетичних творів. Аналітика Сулима починається з морального богослов'я, торкається проблем психології релігійних переживань: «Боровся і переміг», «Вернімося до Бога». У статті «Мово рідна, слово рідне...» Редактор обґрунтовує можливість і потребу запроваджувати в адвентистському середовищі українську як мову богослужіння, богослов'я й побутового спілкування. На його думку, «любити свій народ, свою рідну мову, свою культуру і берегти славні традиції наших предків не є гріхом для християнина і не суперечить християнському вченню так само, як не дає нам права з погордою ставитись до мови і культури інших народів, бо той, хто любить і поважає свою мову, той буде любити і з повагою ставитись до мови і культури інших народів» (1994. — С. 28–29). Для цієї позиції знаходиться й біблійна основа: «Перебуваючи 70 років у вавилонській неволі, вони поріднилились з чужоземними народами і дуже легко забули свою рідну мову, а вірніше говорили «наполовину», тобто, як ми сьогодні кажемо, «суржиком». «...А через те їхні сини говорять наполовину по-азотськи, або мовою інших народів, і не вміють говорити по-юдейському. І докоряв я їм, і



*проклинав їх, і бив декого з них, і рвав їм волосся, і заприсягав їх Богом...»* *Несм. 13:24–25*. Сьогодні нам, віруючим людям, важко це зрозуміти і усвідомити, але треба знати, що ніхто інший, а Сам Господь доручив йому [пророку Несмії] таку велику і відповідальну роботу — відродження ізраїльської нації» (1994. — С. 30). Окремі статті присвячено історії церкви й її вченню — «Історичне і релігійне походження Різдва свят у християнстві», релігійно-філософській тематиці — походженню зла й Божій справедливості: «Чому Бог не робить різниці?» і аспектам біблійної археології — «Бо камінь з стіни буде кликати...», «Ной, ковчег і гора Арарат».

Проте основними напрямками журналістського доробку Я. Сулима є догматичне богослов'я — «Що ви думаєте про Христа? Чий Він Син?», «По ту сторону смерті», «Ти ж — Той Самий...», «А ми проповідуємо Христа розп'ятого», «Два вічних Божих свідки», «Вічний і незмінний Закон Божий», «Молитви за померлих і до померлих» і біблійна есхатологія на тлі історії «Бажаєте знати, що буде далі?» і сучасних соціально-політичних тенденцій «Проблеми миру і війни в дусі Божих пророцтв», «Проблеми Близького Сходу у світлі пророчих слів», «Зупиніться на дорогах ваших!»

Як зазначалося вище, ознакою зрілості часопису є з'ява «Редакційної сторінки», що стала незмінною трибуною редактора. Важливо відмітити, що матеріали цієї рубрики відрізнялися від традиційного уявлення адвентистів про тематику місіонерських видань, засвідчуючи зростаючу полемічність редакторського стилю. У редакційній сторінці Я. Сулим не анонсує матеріалів номера, не намагається надати їм концептуальної єдності, а обстоює свої погляди на вчення й практику ЦАСД. Так, статті «...жорстока це мова!», «Докір — необхідна риса християнського виховання» і «Пильнуй за ногою своєю, як до Божого дому йдеш» розглядають проблеми політкоректності, зокрема стилю релігійних ЗМІ, й церковної дисципліни, а матеріали «Хто є правдивою Божою Церквою?!» і «Ми не під Законом, а під благодаттю» насвітлюють дискусійні аспекти адвентистської догматики.

Поетичну творчість Сулима представляють друковані в декілька подач (що є неприйнятним для щорічника) поеми «Месія світу», «Йосиф», «Блудний син», вірші й пісні. Поеми Я. Сулима позначено наслідуванням шевченкового «Кобзаря» на рівні романтичної експресивності стилю, барокової образності, інформативності на межі публіцистики й лексики тарасової поезії: «О думи, думи, горе з вами,

Чом ви тривожите мене? <...> О доле, зіронько моя! Моливсь я Богові одному <...> Я послідовник Назорея, Апостол правди і добра» (1993. — С. 22). Шевченкову цитату про «апостол[а] правди і науки» взято Я. Сулимом як епіграф до цієї поеми — «Месія світу». Написані в атмосфері церковного розколу 1970-х, поезії Сулима відображають його прагнення до відновлення єдності Тіла Христового (слово «єднатись» ужито в «Месії світу» 5 разів) і виходу з проповіддю за межі визначеного «органами» церковного гетто. На користь останньої думки зазначмо, що в поемі «Месія світу» в описах ворогів Євангелія знаходимо такі вирази: «перед... [ними] світ дрижав» — 2 рази, «дрижали» — 2, «боялись» — 1, [їм] «страшно стало» — 1, «страшний» — 1. В описах апостолів ідею заперечення страху (напр., «без страху я чекаю Свій вирок грізний і *страшний*») виражено 6 разів, слова «відважний» (і похідні) — вжито 6 разів, «смілий» (і похідні) — 5, «твердо» — 3, «не боятись» — 3, «їх лякали»[, проте марно] — 1, «непохитно» — 1, «спокійний» — 1, «без вагання» — 1, «без жалю» [щодо втрат] — 1, причому абсолютна більшість цих характеристик стосується героїзму учнів під час свідчення про Христа й Його Слово.

Прикрасою цього друкованого органу стали біблійні переспіви й роздуми В. Самійленка, С. Руданського, Л. Костенко, переклади з І. Крилова й М. Кантора, морально-педагогічні притчі В. Скуратівського. Тут публікуються й поетичні спроби адвентистів, переважно із Західної України.

Успіх сімейного журналу зумовлюється його здібністю пропонувати інформацію для різних поколінь. У випадку «Моєї надії» на це працює й сімейність журналістського колективу. Так, Т. Сулим поміщає на «Дитячій сторінці» коментоване інтерв'ю «Маленька місіонерка». Першому редактору В. Самійленку помагали в його роботі дружина й син. В. Самійленко прагнув розширювати тематичну палітру часопису, тому експериментував у різних жанрах: репортажу — «Вони полонили серця людей» (сусідній матеріал з тієї ж теми підготовано сином Левком), біографічного нарису — «Бог допоміг», проповіді в стилі відкритого листа — «Приготуйся до зустрічі Бога твого!», пізнавальних матеріалів — «Перегляд суду над Ісусом Христом». У «Розмові з Богом про Святого Духа та мови» автор формулює питання так, щоб відповідями ставала підбірка біблійних текстів із теми. Подібний прийом використовувала К. Гудзик із київської газети «День» [7, с. 431–436]. Дружина

В. Самійленка працювала в жанрі популярного теологічного трактату — «Поняття, чужі євангельському вченню», проповіді — «Віковічною любов'ю полюбив Я тебе...» і повчальних новел для дітей — «Вірний аж до смерті», «Батьки і діти», «Розтоптана фіалка».

Заслужений журналіст України В. Тарчинець помістив репортаж про освячення молитовного будинку другої львівської громади — «... Купаючись у морі Божої благодаті». Його син М. Тарчинець, співробітник Львівського медуніверситету ім. Д. Галицького, публікує огляди англomовних праць адвентистських медиків: «Стрес і ми... хто ким керує?», «Чи достатньо лише рослинного білка?» Також у рубриці «Здоровий спосіб життя» знаходимо матеріали інших кореспондентів: «Що дає алкоголь?», «Що дають телепередачі», «Не вкорочуйте свого життя!», «Реформа здоров'я», «Львівський адвентистський центр здоров'я «Віфезда», «Найцінніший дар — здоров'я» й «Паління — підступний вбивця!».

Рубрика «Проповідь Євангелія» містить проповіді та есеї «Нехтування молитви» й «Голос Божий до людини», «Який закон був прибитий до хреста?», «Джерело спокою», «Чи Церква побудована на апостоли Петрі?», «Що робити мені з Ісусом?» та «Народжений до нового життя».

«Дитяча сторінка» насаджує біблійні етичні принципи через повчальні історії й моралістичні притчі Н. Зубач — «Довга, але щаслива зустріч» і «Добрий Ісус дав мені черевики», Х. Бовдур — «Порядність і чесність — запорука успіху» і О. Масюк — «Батьковими слідами». Ці твори продовжують традиції жіночої повчальної прози для дітей, зразки яких містив львівський часопис «Дзвінок» [214, 377].

«Моя надія» незмінно приділяє увагу епістолярію читачів. На її шпальтах містяться листи православних, греко-католиків і адвентистів: пенсіонерки, поета, медсестри, пастора, школярки, інженера-технолога, лікаря, журналістів, ув'язненого, надіслані з Києва, Львова, Вінницької, Дніпропетровської, Івано-Франківської, Київської, Львівської, Тернопільської, Хмельницької, Черкаської й Чернівецької областей. Більшість із них містить відгук на журнал, проте інколи редакція поміщає відповіді на підборку питань читачів ачи й їх огляди (2001). Зрозуміло, що при публікації двох-трьох листів на рік суб'єктивність добору неминуча, однак важить репрезентативність рубрики й редакційна увага до зворотного зв'язку.

Нарешті технічне оформлення відображає пошук редакційного колективу до вдосконалення свого видання. Найгіршим моментом є монотонне заповнення сторінок текстом у великих публікаціях, хоч варто пам'ятати, що з радянських часів це було ознакою «товстого» журналу для культурних читачів. Його намагались урізноманітнити, запроваджуючи внутрішні світлини авторів або вводячи систему врізок на спеціальній боковій колонці тощо. Проблему не розв'язано, однак «Моя надія» єдина з відомих нам адвентистських друків України має важливу перевагу — її підготовка ґрунтується на роботі професіоналів — львівського видавництва «Наш край», що позбавляє оформительські експерименти аматорського характеру.

Розглянувши жанрово-змістове наповнення львівського адвентистського журналу «Моя надія», слід зазначити, що головними темами за кількістю й значущістю публікацій у нім є просвітництво (релігійне, моральне, загальнокультурне), здоровий спосіб життя й виховання дітей. Часопис використовує для цього мікс як «світських» (стаття, вірш, коментар, нарис, едиторіал, есей, дискусія, репортаж, (відкритий) лист, діалог, новела, огляд), так і релігійних жанрів (молитва, притча, повчання, теологічний трактат, проповідь).

Це видання є не вузькомісіонерським, а часописом для сімейного читання, позаяк призначений не стільки до передачі богословської інформації, скільки до поліпшення якості життя читачів. Він не має вузько конфесійної спрямованості, тому може становити інтерес для широких читацьких кіл. Часопис створено рядовими членами церкви, коли в більшості організацій ініціатива заснування ЗМК спускається «зверху».

Журнал «Моя надія» пропагує класичну українську мову. Його стиль позбавлений легковажності, жаргону, сленгу й виховує культуру Слова.

### **3.2. Кореляція наукового і публіцистичного дискурсів у протестантській журналістиці**

Довгий час церковне слово тяжіло до монологічного типу: вважалося, що виголошення істини в останній інстанції спонукає слухача до некритичного прийняття *вістки спасіння* і руйнування його минулого. Наполягання ж реципієнта на своїй самототожності тлумачиться як хиба слуху (Лк. 8:18), нерозуміння / неслухання / непослух Божій волі й відносить такого споживача релігійної інформації до табору ідеологічних супротивників церкви, а то й

буквальних ворогів. Зм'якшення чи ігнорування антиномій «віра — розум», «сакральне — профанне» уможлиблює діалог наукової і релігійної сфер, зокрема у просторі церковних ЗМК.

Мета цієї частини дослідження — вивчити трансформації подачі матеріалу науковими протестантськими медіа України в умовах принципового плюралізму постмодерного суспільства.

Під терміном «наукові журнали» маємо на увазі якісні видання для підготовленої аудиторії, як правило, зумовленої інтелектуально й професійно, чиї публікації відповідають вимогам до наукових праць. Науково-популярні видання протестантів — журнали «Реаліс» (Київ, 1999–2005), «Християнство» (Київ, 2001–2003), «Диалог» (Донецьк, 2001), «Гость» (Донецьк, із 2003), «Весть о здоровье» (Київ, із 2004), газети «Призвание» (Одеса, 2001–2006) і «Разумный замысел» (Рівне, з 2006) — сюди не включаємо, оскільки вони заповнюють нішу, відмінну в авторському, стильовому, аудиторному, ціновому аспектах. Середньою ланкою між цими типами видань постає науково-апологетичний вісник «Ad Notem» (Сімферополь, із 2005), однак фактично під цією назвою виходить книжкова серія.

Відповідають запропонованій дефініції журнали «Богомыслие» (Одеса, 1990–2007), «Христианская мысль» (Київ, 2002–2005) і «Богословские размышления» (Одеса, з 2003).

Засновниками цих часописів є освітні заклади євангельських церков: богословські семінарії («Богомыслие» — журнал баптистської Одеської богословської семінарії, «Христианская мысль» — часопис п'ятдесятницької Української євангельської семінарії богослов'я або їх корпорації: *євроазіатський журнал богослов'я* «Богословские размышления / Theological Reflections» видається Євроазіатською акредитаційною асоціацією (громадською організацією, створеною богословськими школами євангельських конфесій пострадянського простору для приведення роботи цих закладів у відповідність до міжнародних стандартів теологічної освіти) як міжвузівське періодичне видання, що має на меті представлення світовій християнській спільноті богословських напрацювань пострадянського протестантства.

Постійність виходу таких видань забезпечується наявністю сталого редактора, редколегії, яка поділяє місію видавничого проекту, лояльністю керівництва установи-засновника й адекватним фінансуванням. Оптимальні умови створює централізація влади, коли часопис є необхідною складовою статутних завдань установи та / або

її головним / важливим комунікативним каналом, а видає його колектив осіб, який суміщає мотивацію до редакторської діяльності з повноваженнями щодо розподілу коштів. Простіша ієрархічна структура засновників-громадських організацій спричиняє вищу життєздатність їх видань.

У випадку «Богомыслия» періодом стабільності був час редакторства С. Саннікова (1990–2000). Зміна головного редактора, керівництва семінарії та пріоритетів її роботи, та (як наслідок?) фінансові труднощі спричинили нерегулярність виходу: у 1990-х щорічна періодичність порушувалася двічі, але компенсувалася виходом двох випусків за 1994 рік; у 2000-х за сім років було оприлюднено двоє чисел, обсяг яких було зменшено майже удвічі, багато публікацій набуло російського ура-патріотизму (новий редактор зумовив зміну авторського складу), ліберальних тенденцій та неповні доречної публіцистичності. А вихід «Христианской мысли» й зовсім припинився на сьомому номері (2005) через нестачу коштів. Існує домовленість щодо виходу матеріалів восьмого числа цього часопису під обкладинкою «Богословских размышлений».

Творці першого з аналізованих часописів сподівалися на його конфесійну самодостатність. Вісім чисел (1990–1999) «Богомыслия» містили анотацію: видання «має на меті описати й розвинути богословську думку російськомовного євангельсько-баптистського братства. Журнал розраховано на *порівняно вузьке коло читачів...* публікуються статті, написані *тільки в нашому братстві. ...* роботи, що виражають розуміння євангельських християн-баптистів, але при цьому заохочуються різні підходи й погляди, що не виходять за рамки догматики, прийнятої в нашому братстві (1 кор. 11:19, Фил. 3:15). ...оприлюднюються *різномудства, які не переходять у єресь*» (курсив мій — М. Б.). (До речі, у наведеній тут першою фразі ап. Павла щодо меж богословської свободи в церкві («Бо мусять між вами й *поділи* [у Синодальному перекладі *разномыслия*] бути, щоб відкрились між вами й досвідчені») стоїть слово *aireseis*, де варіант перекладу *єреси* є переважнішим від *різномудств*, ідейного *поділу* тощо). Такий розрахунок на «внутрішніх» авторів пояснюється чисельною перевагою баптизму в протестантському середовищі Євразії, а також статусом цієї конфесії як посередника між православним і євангельським анклавами на пострадянських теренах. У силу цього серед баптистських інтелектуалів є популярною установка на інкультурацію євангельської вістки — концепція

«неповторної особливості», «самобутності» (Богомыслие. — 1999. — № 8. — С. 254) (пост)радянського протестантства як органічного продукту православної культури (Богомыслие. — 2004. — № 10. — С. 88—125), а Реформації як явища, іманентного для християнства як такого: «...навіть православні богослови говорять про «перманентну реформацію» — безупинну зміну, вдосконалення. Протестантизм не становить загрози для догматичних основ православної віри й може розглядатися як критичний метод богослов'я, загальний для всіх конфесій» (Богомыслие. — 2007. — № 11. — С. 20). Із православної теології та філософії у праці цих баптистських науковців переходять ідеї повної дихотомії «Схід-Захід», містифікації російського менталітету, історії, духовності на грані обоження — впізнавання імперських міфологем (Богомыслие. — 2004. — № 10. — С. 60—87). Сторонність «Заходу» вважається аксіоматичною зарівно й для пострадянських протестантів; мовляв, вплив євангельських місіонерів із західних країн у пострадянські часи завадив місцевим деномінаціям набути власного обличчя. На інтелігенцію євангельських церков покладається місія пошуку слов'янського коріння цього релігійного руху й перетворення руху на помітний компонент «канонічної території» православ'я.

Редколегії «товстого журналу» не вдалося послідовно реалізувати орієнтацію авторського складу. Наприклад, В. Любащенко, доктор філософських наук, науковий співробітник Інституту українознавства НАНУ, автор ледь не найґрунтовнішого дослідження, що побачило світ на сторінках журналу (Богомыслие. — 2000. — № 9. — С. 229—271), належить до іншої євангельської течії; установка на *єкуменічне* прочитання суперечливої історичної особи виводить її студію за конфесійні межі комунікації. М. Берер (Богомыслие. — 2004. — № 10. — С. 43—59) і Д. Говард (Богомыслие. — 2007. — № 11. — С. 107—148), відповідно, не є євразійськими авторами.

На противагу названому органу «Христианская мысль» (далі «ХМ»), часопис Української євангельської семінарії богослов'я, постулювала позаконфесійний характер і була спрямована виключно на оприлюднення найкращих розвідок викладачів і студентів Української євангельської семінарії богослов'я (студії вихованців Одеської семінарії склали п'ятий випуск «Богомыслия» (1994). Заснована на десятий рік існування семінарії, «ХМ» була вочевидь покликана до рекламних функцій — демонструвати академічний

рівень освітньої установи. Заявлена доктринальна широта не завадила авторам-п'ятдесятникам досліджувати проблеми, принципові для їх спіритуалістської теології: «помазання», «хрещення» й інші аспекти роботи Святого Духа в житті віруючого, «усиновлення» вірника Богом, фактори релігійного пробудження в церкві й суспільстві; історичні розвідки майже виключно торкалися поширення п'ятдесятництва в Україні й світі. Критичний пафос «Богомыслия» був спрямований на нехристиянські рухи (Церкву Об'єднання Муна, «Нью Ейдж», кришнаїзм, «мережну» духовність інформаційного суспільства) і згодом переключився на містичні аналоги у священній історії (гностицизм) і полеміку з ідеєю «канонічної території». Автори «ХМ» поборюють іманентні труднощі релігійного життя: раціоналістичні течії в богослов'ї, надмірну впевненість у спасінні, а також соціально-психологічні проблеми (депресію, суїцид).

І. Михайлин указує, що аналіз дискусії на шпальтах органу є ефективним способом прояснити його ідеологію [258, с. 163–164]. Дописувачі не обійшли тему хрещення Святим Духом, яка є одним із головних відмінностей баптистського та п'ятдесятницького вчень. Перші вважають, що Святий Дух поселяється у віруючому в момент каяття і водного хрещення, другі твердять, що вірнику слід додатково «пильнувати» щодо зішестя Духа. Власне, це дискусія не індивідів (аналізовані статті розділяє більше п'яти років, писано їх у різних країнах), а теологічних традицій. Баптистський автор М. Медведєв є випускником Санкт-Петербурзького християнського університету, його розвідку подано на здобуття звання бакалавра богослов'я, п'ятдесятник М. Ачкасов — магістр богослов'я Манчестерського університету.

За дослідницькими підходами Медведєв ближчий до позитивістської науки: у його баченні істина постає доступною, достовірною через раціональну перевірку. Набагато рішучіший і категоричний, він радше твердить, аніж зважує ідеї. Медведєв більше коментує позицію апостола (першоджерело), ніж його сучасні тлумачення. Його текст характеризує менторський тон, проповідницька установка, а дослідження стає схожим на доказ теореми. Присутні полемічні конструкції: попередження («брак якогось компонента (духовного зростання — М. Б.) в житті вірника може привести до сумніву, розчарування й духовного падіння», оціночні судження («правдивий стан справ», «неправильне використання», «за уважного читання...»), вказівки на хиби в позиції



опонента («подібні ідеї звучать непереконаливо», «перебільшення», «не спостерігається жодного натяку», «було б помилково будувати доктрину на окремих місцях Писання», безапеляційні настанови («ми повинні зрозуміти», «Не може бути», «єдиною рішучою (вирішальною? — М. Б.) умовою», «ми знову переконуємося, що нормою є», «слід уміти довіряти»). У глосарії Медведєва терміни «припущення» й «думка» [рос. мнение] є аналогами сумнівної, неперевіреної, спекулятивної позиції; їх належить підтвердити доказами, визнавши за істину, або заперечити. Дискусія є адресною («це заперечує позицію деяких п'ятдесятників» [248, с. 71, 56, 57, 63, 63, 57, 69, 71, 65, 63, 68]).

Натомість у М. Ачкасова дискусії персоналізовано: тут відбувається зіткнення не стільки ідей, скільки поглядів конкретних учених. Конфесійний вимір полеміки не акцентовано. Відсутні зримі опоненти, «проти яких» автор будує доказову базу. Відбувається перевірка гіпотези із залученням праць низки науковців, більше полемік із вибором зі ширшого спектра варіантів. Глибшу «академічність» його тексту можна пояснити впливом освітньої системи стриманої та політкоректної Британії, можливо, власним темпераментом спеціаліста. Людське знання розуміється як обмежене. Вчений «ходить навпомацки» й потребує обережності щодо реальних доказів у своєму розпорядженні. Позиція дослідника є нейтрально-відстороненою: «найімовірніше», «швидше маючи на увазі», «якщо це припущення правильне, то воно підтримує погляд Маршала» «можливо», «здається надто категоричним», «спроби», «не мають достатньо вагомого обґрунтування», «дещо відрізняється», «певний відтінок». Слова «припущення» й «думка» є аналогом твердження, авторської позиції, якій, зрештою, інколи бракує виразності: «найдоречнішим рішенням буде не підкреслювати ступінь послідовності між спасінням і прийняттям Духа Святого, але визнати некоректність твердження... що обидва ці аспекти ідентичні» [13, с. 17, 15, 23, 19, 33, 18, 33, 32].

Журнал «Богословские размышления» (далі «БР») є наступним кроком у градації діалогового потенціалу наукового пошуку. Комунікативну мету перший голова редколегії назвав пріоритетною в заснуванні часопису: «Відомо, що окремі семінарії почали видавати журнали зі статтями своїх викладачів і студентів майже на десятиліття раніше. Прецедент журналу «Богословские размышления» полягає, перш за все, в широті створюваного ним

«дискусійного простору» (курсив мій — М. Б.), який виходить за межі однієї семінарії, або одного об'єднання церков, або одної країни й стає доступним для подвижників і цінителів богословської думки багатьох країн і церковних груп, об'єднаних одною вірою в богонатхненне Писання як першоджерело богослов'я. Ба більше, завдяки публікації кожної статті журналу двома мовами — російською (чи іншою національною) й англійською, його зміст стає доступним для читачів усього світу, зацікавлених у вивченні богослов'я Євразії» [251, с. 6]. Редколегія відмовилась від установки на національних авторів — географічний принцип поступився ідеологічному. Нове видання має восьмеро спільних дописувачів із «Богомыслием», а через те, що за чотири роки виходу «БР» помістили розвідки меншої кількості осіб, їх частка в загальному авторському складі є навіть більшою: 15 % проти 13 % в «Богомыслии» (з «Христианской мыслью» в «БР» — один спільний автор). Серед авторів є лютеранин і православний. Більшість дописувачів отримує вчені ступені в західних ВНЗ.

Визначальна роль освіти й інтелектуальної еліти в протестантстві («куди рухається семінарія — рухається церква» [445, с. 150], а також твердження *засадничого плюралізму* протестантської свідомості й практики (як цитовано вище, цю ідею було обережно висловлено в публікації останнього на сьогодні випуску «Богомыслия») зробили журнал «провідним богословським виданням... євангельської спільноти» [432, с. 225]. Багато матеріалів має високий полемічний градус за дотримання культури дискусії.

Ідейна наступність полягає швидше в етапності: ствердившись у конфесійних рамках, пострадянський протестантизм прагне самоусвідомлення в суспільстві, у тому числі через пізнання власного минулого. Зрілість часопису виражається в тому, що дискусії, відкрито заохочувані редколегією, точаться на його власних шпальтах. Міркування щодо меж контекстуалізації євангельського руху отримують тут першочергову увагу. Диспутанти виражають їх через осмислення взаємин культури й теології. М. Соссі [372] заперечує плідність діалогу з православною традицією, твердячи, що православ'я ґрунтується на старозавітному баченні церкви, чому суперечить Реформація — повернення до новозавітної моделі: віри як особистої позиції, пріоритету змісту над формою, наднаціонального характеру народу Божого, відсутності поділу на мирян і священство, святості вірянина, а не предметів, образу церкви як спільноти, а не

будівлі, милосердя як соціальної ролі християнської общини. Натомість Д. Гонер [420] твердить, що богослов'я неминуче зумовлено культурою. Навіть більше — кожна культура містить розв'язання світоглядних питань і є (частковим) одкровенням Бога для конкретного етносу, постаючи незамінним фундаментом (і контекстом) євангельського свідоцтва. В. Любашенко [230] розглядає прецедент національної ідентифікації протестантів — українське лютеранство.

Угрунтованість релігійної свідомості євангеліків у церковному вченні підштовхує прихильників контекстуалізації до пошуків національного богослов'я. На користь цієї фантазерської для пізнього протестантизму ідеї працює «напівколонізація східної євангельської думки Заходом» [371, с. 106], твердження про знову ж таки культурну зумовленість герменевтичних принципів теолога.

Найявнішою дискусією стало обговорення можливості такого богослов'я на прикладі учення про хрещення. К. Прохоров дискутує з М. Соссі й твердить, що пострадянський баптизм має своєрідне розуміння цього обряду, зумовлене східним богослов'ям таїнства. Сакраментальне сприйняття віруючими цього дійства перетворює його з «тільки символу» на ритуал, за допомогою якого розкаяному грішнику подається благодать. Найцікавіший аргумент К. Прохорова — демонстрація комплексної подібності православного обряду чернецого постригу й баптистського хрещення як ініціації новонаверненого у церковне буття. Пострадянський баптизм у візії автора «є рідкісним видом чернецтва, а саме: чернецтва в миру» [323, с. 79]. М. Соссі [371] заперечує, що в еру Нового завіту форма того ж хрещення не має вирішального значення, а сакраменталізм затемнює вищість Божої суверенної благодаті. Набуття ж церквою національного (локального) характеру позбавляє її вселенської місії — свідчення про Спасителя *людства*. Соссі вважає національну релігію старозавітною моделлю церкви.

Таким чином, у наукових журналах українських протестантів зафіксовано поступовий перехід від проповідницького монологу (утвердження звичних догматів) до усвідомлення неминучості й необхідності взаємовпливу в процесі порозуміння з колегами всередині конфесії, із представниками інших євангельських течій, зі світськими інтелектуалами. Рівень комунікативної толерантності вирізняє зазначені журнали з-поміж євангельських медіа України, проте соціальний контекст, який уможлиблює «життєвий цикл» цих

часописів, є поважним контраргументом проти «сектантського» образу протестантської спільноти, старанно поновлюваного її конкурентами.

### 3.3. Протестантська публіцистика у книжковому форматі

Одним із проявів медіатизації сучасного релігійного життя — його трансформації під впливом законів «глобального села» — є урізноманітнення методів репрезентації релігійної інформації в мас-медіа. Окрім *технологічних новинок* на кшталт надиктовуваних духовними особами аудіокниг, требника для iPhone, соціальної мережі churchpeople.ru і *послуг* типу молитов по смс наявні спроби розширення меж релігійного медіапростору до «нежурналістських» *посередників* від (Інтернет-)записки — мікроблогу Twitter — до останнього пристановища доелектронної цивілізації — книги. Мета цієї частини роботи — проаналізувати функції нового формату журналістської продукції та його значення для ринку релігійної інформації в Україні.

Уперше в українській релігійній журналістиці така форма зустрічається з кінця 1960-х років у діаспорній УГКЦ [48]. Прагнення протестантів оприлюднити свій публіцистичний доробок як книгу не випадково зринає в кінці 2000-х років. За час української незалежності й свободи совісті протестантські ЗМК пройшли у своїй еволюції як мінімум через чотири стадії.

*1990-ті роки* — доба «психологічного самвидаву». Протестантська журналістика тоді розвивалася бурхливо та стихійно і була майже виключно (інколи войовничо) конфесійною. Десятки назв видань вигулькувало й щезало без сліду. Це можна назвати ефектом «розжимання стиснутої пружини»: у текстах панувала емоційна піднесеність, авторів п'янила сама можливість відкрито комунікувати зі світом на свій лад. Як риси самвидаву слід кваліфікувати публікацію «шухлядних» творів, безоглядну критику конкурентів, тотальну не увагу до оформлення й редагування, бюджетування й маркетингу видань. Журналістський професіоналізм не просто сприймався як щось зайве — мала місце бравада аматорством. І дотепер навіть церковна інтелігенція не конче позбулася таких настроїв: в анкетуванні 2005 року курс Радіослужіння випускниками протестантських семінарій України було віднесено до категорії *найменш важливих* навчальних дисциплін [454, с. 168].

*На початку 2000-х років* медійна сфера протестантських церков трансформувалася в бік помірної комерціалізації та укрупнення. Подорожчання продукції та навіть необхідність платити за інформацію викликали нарікання, мовляв, «замість літературного служіння маємо літературний бізнес». Виникли видавничі корпорації (одеські «Богомыслие» й «Христианское просвещение», київська «Светлая звезда»), мережі розповсюдження (всеукраїнська «Книжкова полиця»). Конкуренція і пошук самоокупності [503] — дотаційний статус виявився надто ненадійним — викликали розширення тематики та диференціацію аудиторії, вихід за конфесійні межі.

*У середині 2000-х* виник варіант порятунку збиткових медіа — кочування в Інтернет: запорізька газета «Мост надежды» перетворилася на сайт [adventus.info](http://adventus.info), харківська радіостудія «Надежда мира» після припинення виходу на міській FM-станції (через фінансові причини) набула «другого дихання» як медіатека [bibleradio.narod.ru](http://bibleradio.narod.ru). Це було особливо характерно для (столичних) кольорових журналів: «Християнство» створив електронний архів і розщепився на блоги [evangelism.ru](http://evangelism.ru) — [okolokino.net](http://okolokino.net) — [evangelie.blogspot.com](http://evangelie.blogspot.com); «Реалис» розчинився в сайті [realis.org](http://realis.org), початково створеному для оприлюднення об'ємних публікацій паперового часопису; «IN VICTORY», переконуючи передплатників у перевагах заощадження, започаткував розсилання електронних примірників кожного числа; цей хід залучив більше читачів, і з п'ятого номера випуск паперового аналогу було припинено.

*Друга половина 2000-х років* характеризується, з одного боку, кінцем сподівань на блискавичне «релігійне відродження» країни, усвідомленням складності завдань, що стоять перед церквою, яка бажає впливати на моральну свідомість суспільства, з іншого боку, усвідомленням влади медіа та потреби у підвищенні професійного рівня працівників ЗМК. Інформаційний вакуум щодо релігійної інформації, створений «залізною завісою», заповнено. Любительська журналістика і в протестантському медіаринку відходить на маргінеси. Інформаційним приводом, який продемонстрував потенціал церковних ЗМІ, стала безпрецедентна полеміка міжнародного масштабу (було залучено всі російськомовні супутникові та Інтернет-телеканали, десятки періодичних видань і сайтів) довкруг фінансової структури «King's Capital», чиї активи й

керівництво були в листопаді 2008 року заарештовано СБУ, і причетності пастора С. Аделаджі до цього підприємства.

Помітні спроби організувати конфесійну журналістську освіту: створено журфаки і спецкурси в протестантських вишах (Київському християнському університеті, Християнському гуманітарно-економічному відкритому університеті (Одеса), Українському гуманітарному інституті (Київ) і відбувається дальша централізація церковних ЗМІ: виникають конфесійні прес-служби, проводяться семінари з церковного піару, стали аудиторію збирають просвітницькі заходи профспілки релігійних інформаційників — Асоціації «Новомедіа». У церковній медіасфері стають нормою обговорення професійних стандартів релігійної та світської комунікації, дискусії, а то й змагання зі світськими комунікативними каналами (модеровані Релігійно-інформаційною службою України «круглі столи», акція «Відчуй силу змін»).

На цей період і припадає переоцінка важливості паперового видання, відновлюється змагання за офлайнову та нецифрову аудиторію: створення всеукраїнської газети «Christian Telegraph» — дайджесту новинарної стрічки [news.invictory.org](http://news.invictory.org), «Антени» — київського буклету Трансвітового радіо, «Партнёрства» — столичного часопису асоціації «Еммануїл», «Надія.info» — буклету телеканалу «Надія».

Аналіз шести відомих нам книжкових видань такого типу доводить, що це всеукраїнська тенденція (представлено всі регіони від Закарпаття до Сходу), яка охоплює напрямки протестантства пропорційно до чисельності громад і розвиненості їх ЗМК. Три книжки випущено п'ятдесятниками, дві баптистами й одна адвентистом. За жанровою ознакою їх можна класифікувати як *проповіді* О. Кривобок [178], В. Райчинця [329] та П. Залізного [115] і біографічні (П. Гараджа [70]), моралістичні [381] та історичні (О. Опарін [278]) *нариси*.

У трьох проповідників приводом до випуску збірки стали урочисті дати — десятиліття радіопроеграми або соте число газети. Не всі автори, прислухавшись до тези М. Маклюєна «засіб комунікації є повідомленням» [236, с. 9], адаптували свою інформацію до нового носія.

Публікації П. Залізного — з редагованої ним газети — у збірці механічно згруповано за тематикою, що призвело до повтору фрагментів завбільшки зі сторінку [115, с. 20, 22, 23–24, 68]. Якщо

автор — енергійний практик, а не кабінетний філософ, книжку від опусів на кшталт «істина першостатевої важності», «супроводжувати... від... законництва», згадки *смоківниць* у Гефсиманії (*оливному* гаю — Мт. 26:30—36), численних покручів типу «відвергнутий», «роздражається», «дякуй Його», «заблукавши вівця», «пагубне положення» могла б порятувати коректура.

Не конче вільна від русизмів і мова О. Кривобок. Уже в назву винесено жанровий поділ її збірки на дві частини. Виголошені від першої особи проповіді названо (явно з метою налагодження діалогу з читачем) *радіобесідами*. Більшість із них є вторинними текстами — пристосованими для усної подачі публікаціями протестантської періодики (до того ж авторка не завжди заявляє про свої джерела). *Радіопостановки* з фінальної частини свіжіші й більше відповідають сентиментальній вдачі українського баптиста-парафіянина. Це зворушливі притчі, що унаочнюють приклади навернення у християнство представників цільової аудиторії протестантської керигми (гулящої селянки в заводському гуртожитку, інваліда-афганця) та осучаснюють євангельські сюжети.

Тексти В. Райчинця характеризує богословська компетенція, ретельний відбір і якісне редагування. Поважним складником успіху його радіопроеграми є, на наш погляд, увага ведучого до зворотного зв'язку: питання слухачів, зазначає проповідник, знаходять відповідь на хвилях програми й часто визначають тему чергового виступу (за десятиліття виходу передачі «Добра вістка в кожен дім» її редакція отримала близько десяти тисяч листів). Найцікавіший фрагмент його доробку з точки зору комунікативного аналізу — показ *мовчання* (Христа під слідством) як *комунікації* [329, с. 144–149].

П. Гараджа — випускник журфаку МГУ, професійний журналіст. Його портретні нариси присвячено біографіям видатних вірян: тих, хто зажив слави до навернення, або церковних достойників. Такий підхід спрямовано на руйнацію стереотипів різного походження: уявлення про баптистів як девіантну спільноту та внутрішньоконфесійні напруження, викликані спровокованим КДБ церковним розколом. Публіцистичний стиль П. Гараджи характеризують: афористика («деньги, над которыми чахнут современные кашеи»), гра слів («Оставить родственников, отчий дом и махнуть на край света — а почему бы и нет? Особенно, если на том краю хорошо платят»), полемічність («Одна начинающая поэтесса издала за год три своих книжки... На фоне такой скорострельности

Пушкин (с его Болдинской осенью) просто меркнет»), сарказм («данное безобразие»), парадокс («Этих несчастных фарисеев мы совсем затюкали, а нам подчас так не хватает здравого, охранительного фарисейства! Зато как много бездумного реформаторства!»).

Сповідуючи войовничо консервативні погляди на церковне життя, автор робить програмову заяву щодо необхідності дописувачам церковних часописів досягати професіоналізму. Уривок із цієї статті дозволить відчути градус дискусії: «Лев Толстой 12 (!) раз переписывал «Войну и мир»... К сожалению, когда берутся за перо верующие, то подчас пишут... это не мое, это от Бога! ...нельзя думать, что Он непосредственно диктует текст стихотворения, а значит, ни отнимать от написанного, ни прибавлять к нему, то есть работать, нельзя (что написал, то написал). Поверьте, вдохновение — то особое состояние, которое испытывает человек, охваченный творческим горением, посещает всех поэтов на земле, в том числе и атеистов. Но это не мешает им впоследствии переделывать и шлифовать свое произведение» [70, с. 282–283].

Прагнення до журналістських стандартів відчутне і в збірнику моралістичних нарисів «Стрелы лукавого», що підготоване співробітниками горлівської газети «Разговор». Її редактор С. Мирний також має досвід роботи у світських ЗМІ. Він згуртував інтелігенцію своєї громади довкруг ідеї створення всеукраїнської християнської газети, якою і покликаний стати «Разговор». А ця книжка має слугувати візиткою та рекламним буклетом цього замислу для залучення однодумців. Комунікативні засоби її текстів — пряма мова, діалоги з позацерковними особами, критика не тільки соціальних вад, а й влади, сповідальність статей, угрунтованість їх в особистому досвіді публіциста, журналістські розслідування, протест, полеміка зі світськими мас-медіа (реакція на «антисектантську» передачу на НТВ), довірчий стиль на грані жаргону: «На то и дьявол с его поганой командой демонов, чтобы кусками грязи швырять в церковь. Он и крест в руки тебе сунет, и рога свои иконкой прикроет, лишь бы только ты «клюнул». А разве ты сочного червя на крючок не нанизываешь, когда рыбачишь на ставке? Так что не спеши назвать волка овцой, если на нём овечья шкура. Не торопись прилепить к христианству гадалку-провидицу, если она тебе предлагает бумажную иконку за червончик и чудомолитву за полста» [381, с. 112].



32-га книжка професора О. Опаріна під назвою «Ті, що перемогли час...» — перше монографічне дослідження преси російськомовних адвентистів. Його об'єкт — 15 журналів, які виходили між 1905 та 1987 роками й мали стосунок (географічний або аудиторний) до теренів колишньої Російської імперії. Автор виокремлює два основні часові відрізки: 1905–1937 роки — добу легальної преси, та 1960–1987 — час самвидаву.

Журналістський процес розкрито через призму доль авторів аналізованих видань, де страдницька кончина є найкращим доказом вірності ідеалам: «Вельми примітно, що ніхто з дописувачів журналів «Голос истины» чи «Благовестник», принаймні згідно із зібраними нами даними, не зрікся віри в Бога... Практично кожен автор ц[их] журнал[ів] своєю мученицькою смертю довів, що те, про що він писав, було не просто філософією, а сенсом його життя» [278, с. 196]. Медійне повідомлення розглядається як тотожне його творцеві, а найважливішим медіумом знову стає *тіло мученика*.

Журналістська (чи *журналістика як*) мартирологія — найцікавіша риса авторової концепції інформаційної діяльності, що не має прямих аналогій у вітчизняних медіастудіях, але є робочою моделлю аналізу релігійної інформації у світовій комунікативістиці [554, 246]. Проповідь євангельської етики через адвентистські часописи подано як єдиний шлях порятунку оскаженілого суспільства, а їх закриття політичними режимами — доказом злочинної сутності останніх.

О. Опарін показує, що переслідування й катастрофи перетворюють церковну журналістику на політичну дію, громадянський жест, подвиг, акт добродійства й мужності (пор. назву однієї з попередніх книг Опаріна — «Псалми, написані кров'ю» (2007), екзистенційний вибір, теофанію: «В середині грудня (1919 року — М. Б.) війська Денікіна залишають Київ, у який незабаром знову вступають червоні. Саме в таких умовах Лебсак набирає матеріал і *чудом* (курсив мій — М. Б.) випускає друге число журналу «Голос истины».

Якщо тлумачити назву книжки, перемагати час означало займатися недержавною журналістикою в період «Кривавої неділі», двох світових і Громадянської воєн, Голодомору, репресій з боку державної церкви й карних апаратів червоного й брунатного тоталітаризмів, коли недавні публікації ставали матеріалом карних справ, а кількість життєвих альтернатив звужувалася до

ГУЛАГівського «фільтру», де, за О. Солженициним, тільки християни зберігали людську гідність. Таке буття «не на часі» набуває значення не відсталості, а, навпаки, гострої актуальності. «Перемогти час» означало здаватися несучасним, час випереджаючи, зберігати самототожність, живучи за біблійними принципами.

Особиста стійкість вірників зумовлювала живучість їх преси. Незважаючи на вкрай несприятливі умови, представлений корпус адвентистських журналів демонструє розвиток і переємність. За аналізований термін відбувалося (звичайно, не лінійно, а прецедентно) *розрізнення аудиторії* через орієнтацію окремих матеріалів на юнацтво, дітей, жінок, статті для сімейного читання, а згодом і окремих видань для різних вікових груп, відділів церкви, місії; *урізноманітнення тематики* — публікації з апологетики, археології; *розширення географії* до міжнародних масштабів. Восьмирічний досвід функціонування «Маслины» (Гамбург, 1905–1913) зумовив з'яву «Благой вести» (Петербург, 1913–1919), «Голоса истины» (Київ, 1918–1920) і «Благовестника» (Київ, 1926–1928). Ф. Бабієнко, редактор журналів «Семейный друг» (1923–1926) і «Источник жизни» для «білої» еміграції в Харбіні (Китай), після приїзду в Латвію залучив П. Мацанова до видавання часопису «Обзор мировых вопросов» (1928–1937) і делегував йому редакторські обов'язки. У свою чергу, Мацанов, ставши нелегальним лідером радянських адвентистів у 1970-х роках, надихнув свого учня М. Зозуліна на випуск у Сибіру низки самвидавних проєктів. Наведені фрагменти тодішніх публікацій демонструють, що, наприклад, лектура церковних публіцистів 1910-х років уключала праці С. Булгакова, М. Бердяєва, О. Пипіна, істориків церкви, матеріали інтелектуальної періодики зламу віків («Вопросы религии») та часто була ширшою від ерудиції їх сучасних послідовників.

У монографії історія журналів розкривається через біографії співробітників редакцій — видавців і журналістів — на тлі широкого історичного контексту: політичного, соціального, морально-психологічного, правового, економічного. О. Опарін відтворює відгук на ці публікації у неадвентистській періодиці — суспільно-політичній, релігієзнавчій, атеїстичній, сучасній світській, — та проводить паралелі в тематиці церковних часописів із сучасними інформаційними приводами: фінансовою кризою 1920-х, глобалізацією, ілюзіями міжнародної злагоди, виходом на

міжнародну арену східних країн, політизацією ісламу, імперськими інтересами Японії. Зрозуміло, що така проблематика в релігійних журналах не могла не набути політичної ваги. Найбільше це проявилось у спецвипуску «Благой вести» 1917 року. «Читаючи цей номер, — зазначає О. Опарін, — дивуєшся також і тій незвичайній сміливості, з якою його автори викривали неспроможність таких красивих гасел більшовиків».

Інтерес для українського дослідника може становити авторове тлумачення поразки визвольних змагань 1920-х як *комунікативного провалу*. О. Опарін розглядає інформаційні війни між урядами П. Скоропадського й С. Петлюри, «білих» і більшовиків, наводячи проникливий аналіз К. Паустовським і В. Винниченком інформаційних потоків у тодішній Україні. Він включає, сучасною мовою, постмодерну сутність махновщини: пародійну, маревну зовнішність бійців, карнавальну поведінку в єдності насолоди й смерті, інтертекст пісень, цинічну військову стратегію. У добу УНР політика злилася з шоу й була поглинена ним: під час звітів *уряду перед народом* у київському кінозалі «промови міністрів перемежались інтермедіями» [278, с. 141, 184–186, 81, 124]. Згадані автори убачають провінційну театральність, штучність націоналістичного режиму в заміні російськомовних вивісок на україномовні (інші написи було залишено без змін), в'їжджанні в місто на білому коні, взоруванні символів влади на слащавий народницький живопис, відсуненні інтелігенції від участі у виборах.

Книжка О. Опаріна є важливою не тільки як студія протестантської журналістики, а й як витвір церковної комунікації. Це журналістське розслідування релігійного матеріалу [див. 382], сплав жанрів, характерний для середньовічних хронік: тут є проповідь, конфесійна апологетика, наукова публіцистика, есеїстичні пасажі.

Частину недоліків роботи можна списати на її піонерський та міждисциплінарний характер. Кидається в око переказ джерел аж до паразитування на них (деякі цитати сягають обсягу кількох сторінок [278, с. 122–127]). Якщо автор замислив текст як антологію, це слід указати або винести чужі тексти в додаток. Унікальний звід документів, скупчений автором (найбільша у світі колекція російськомовної адвентистської періодики, 45 рукописних мемуарів, особисті архіви вірників), інколи керує ним аж до втрати медіацентричного погляду (захоплюється переказом біографій) чи

порушення хронології (спогади про Голодомор виринають після подій 1980-х років) [278, с. 326–327]. Релігійні мас-медіа цікавлять О. Опаріна як частина історії церкви, тож автор розглядає не журналістські явища, створені вірянами, а хроніку радянського адвентизму у вікні його преси [пор. 573]. Бажання підвести реальність під концепцію за відсутності в окремих випадках прямих свідчень робить їх оцінки хиткими, скажімо, далекоюсяжні висновки в психологічному профілі К. Розе [278, с. 250–251]. «Настольный календарь служителя Церкви христиан АСД» (Москва, 1979–1988) є хіба що ерзацом журналу, однак був єдиним офіційним виданням тогочасної церкви й виконував інтегративну та інформаційну функції. Внівши його в бібліографію, автор, на жаль, не захопився й словом про це своєрідне видання.

Одним зі складників медіатизації релігії в незалежній Україні є оприлюднення протестантської публіцистики у книжковому форматі. Цей феномен став наслідком еволюції протестантських медіа в бік професіоналізації та розширення аудиторії. Будучи всеукраїнською тенденцією, книжковий формат журналістських текстів виявляє намагання медійників надати своїй діяльності офіційного статусу, інституалізуватись, увійти в історію, відчувати тяглість інформаційного процесу.

### **3.4. Маркетинговий потенціал протестантських ЗМК**

У вивченні конфесійних ЗМК одне з основних завдань — визначення взірцевих явищ цієї частини журналістського процесу. З таких позицій журнал «Християнство» є унікальним проектом, розгляд історії якого допоможе дійти висновків щодо професійного рівня протестантської преси України та загального стану церковної періодики. Мета цієї частини монографії — показати причини закриття журналу «Християнство» та проаналізувати український ринок протестантських ЗМК у світлі цього видавничого проекту.

Спробою розгляду «Християнства» у світлі його професійного обличчя є рецензія П. Гараджі. Точніше, П. Гараджа відгукується не на сам журнал, а на рекламний буклет зі змістом планованих статей часопису, якого було розповсюджено як прес-анонс пілотного випуску. Рецензент категорично заперечує концепцію журналу, ґрунтовану на необхідності переакцентувати служіння церкви з урахуванням реалій постмодерного суспільства. Останнє, на думку редакції «Християнства», спонукає до використання сучасних методів

проповіді, особливо молодіжній аудиторії: естрадних мелодій, пантомім, які названі «безсловесною проповіддю», тощо. Такий термін викликає найбільшу незгоду П. Гараджі: «Але чи будуть вони народжені згори, якщо їм не буде від чого (за відсутності словесної проповіді — М. Б.) народитися? — вигукує він. — Ця проблема (приходу людей до Церкви за інтересами, а не керованих духовною спрагою) і без того дедалі більше виявляється нині в євангельських церквах» [70, с. 149].

Журнал «Християнство» виходив у Києві у 2001–2003 роках щодва місяці накладом десять тисяч примірників. 2002-го року експерти освітньої організації «Magazine Training International» (Австрія) на своєму київському семінарі висловлювали думку, що цей часопис є одним із найкращих християнських журналів у Європі.

Періодичний орган мав 68 сторінок крейдованого паперу з повнокольоровим друком, оригінальним дизайном і великою кількістю високоякісних ілюстрацій. «Родзинкою» оформлення часопису були внутрішні сторінки під рубрикою «Привід до роздумів». Кожна з цих сторінок не пов'язувалася із сусідніми матеріалами і становила авторський високохудожній колаж дизайнера журналу, що був ілюстрацією до розміщеного тут-таки афоризму одного з відомих християнських мислителів від Августина Аврелія до матері Терези.

Концепцією міжцерковного органу було бажання показати унікальність духовного досвіду кожної християнської конфесії, не надаючи переваг жодній із них. На такий задум було отримано благословення митрополита УПЦ МП Володимира (Сабодана), київського вікарія РКЦ С. Широкоградюка. Редактори-протестанти звернулися до представників основних напрямків християнства в Україні з проханням увійти до редакційного колективу. Одним із перших дав згоду проректор із навчальної частини Київської духовної академії УПЦ МП протоієрей о. М. Макар. Крім того, до складу редакції ввійшли протестантський історик С. Санніков та один із видавців американського часопису «Christianity Today» К. Стоунхокер.

Лозунг видання «Журнал для тих, хто шукає Бога» виявляв орієнтацію не тільки на воцерковлену аудиторію. Звичайно, церковні й світські читачі є досить різними колами. Ця суперечність теж зіграла роль у дальшому занепаді проекту. За словами його видавця й головного редактора О. Єфетова, метою вартісного оформлення

часопису був намір скласти конкуренцію мирським аналогам, потрапити до загальної мережі розповсюдження періодики — вуличних яток тощо, щоб задовольняти інтереси світської інтелігенції, яка виходить на питання релігії через історичну, культурологічну проблематику.

На це працював рубрикатор журналу: «Останні часи» (новинарна стрічка з життя світової церкви), «Тіло Христове» (тенденції й проблеми сучасного християнства, діалог церкви й суспільства), «Життя в Дусі» (практика повсякденного благочестя), «Учення» (новітні богословські концепції), «Історія [церкви]», «Герої віри», «Писання» (поглиблене дослідження Біблії), «Християнська сім'я», «Наука й віра» (досягнення й погляди сучасної науки з точки зору Святого Письма).

Журнал відрізнявся бездоганною коректою й високим рівнем автури. В основному це були викладачі богословських інституцій України — протестантських і православних. Із першого числа редакція виплачувала гонорари на середньому рівні світської преси. Найактивнішими дописувачами були кияни О. Єфетов і І. Котенко. Академічності їх текстам додавала західна освіта (І. Котенко закінчив Амстердамський богословський інститут, О. Єфетов — аспірантуру Йоркського університету в Торонто) і досвід роботи з технічних спеціальностей (різні галузі фізики). Обидва на фаховому рівні володіють англійською мовою. Редакторські смаки зумовили стриманий і надзвичайно інформативний стиль часопису. Назагал його можна визначити як популярний академізм. Намагання Єфетова уникати деякої абстрактності й надміру професіоналізмів, характерних для збірників протестантських ВНЗ (київської «Християнської мысли», одеських «Богомыслия» та «Богословских размышлений») не зменшило наукового потенціалу видання: приміром, викладач Одеської богословської семінарії В. Калашников на його сторінках уперше оприлюднив свій переклад «Таємного Євангелія від Марка».

Готуючи чимало матеріалів із поточної тематики, головний редактор переважно спеціалізувався на нарисових портретах відомих діячів сучасного християнства чи великих (за обсягом і глибиною) інтерв'ю з тими з них, із ким виникла змога особистого або віртуального контакту. І. Котенко подавав ґрунтовні розвідки з розглядом визначних періодів церковної історії — їх політичних, суспільних, економічних, психологічних аспектів.

Для початкового етапу було прийнято рішення публікувати оригінальні й адаптовані матеріали у співвідношенні 30/70 %, щоб у перспективі обернути це співвідношення на користь оригінальних текстів. Для запозичення матеріалів Єфетов уклав угоду з американським видавничим концерном «Christianity Today», який випускає низку різноспрямованих протестантських журналів. Уключені в «Християнство», найцікавіші з цих текстів правила про спірні богословські аспекти й сімейну тематику. Зразком релігійної публіцистики стала низка богословських есе наразі найпопулярнішого християнського письменника Північної Америки Ф. Янсі.

Кожен номер було присвячено головній темі, яка іноді охоплювала більшу частину публікацій у ній: молодіжному служінню, сучасним формам благовістя, історії храмової архітектури, всебічному дослідженню Скорбної дороги Христа, служінню безпритульним дітям, місії у в'язницях, сучасним перекладам Святого Письма, генезі біблійного канону й статусу апокрифів, християнській педагогіці, пророчому служінню в новозавітну еру, співвіднесенню букви й Духа у трактуванні Біблії, протистоянню депресії, церковній стратегії в добу постмодерну, історії богословської освіти, засадам церковної єдності. Тема освітлювалася з різних, іноді протилежних точок зору. Матеріал подавався нелінійно: об'ємний основний текст супроводжувався великою кількістю таблиць, довідкових матеріалів, ілюстрацій, віршок, ключових фраз, контекстних вставок, які за своїм обсягом і змістом глибоко розкривали задані аспекти теми, стаючи майже самостійними статтями (текст «Таємного Євангелія від Марка» був вставкою до основної статті, що правила про «детективну» історію відкриття цього документа). А от більшість інтерв'ю, навпаки, не стала окремими публікаціями, а використовувалась як частина тематичних блоків. Знову ж таки на рахунок західного вишколу списуємо нетипову для церковного видання повагу до авторського права: було не тільки суворо дотримано атрибуцію матеріалів, а й зазначено на берегах сторінки ім'я фотографа або назву Інтернет-сайту, з якого скопійовано ілюстрації. На початку номера подавався дайджест відгуків на матеріали попереднього числа, відповіді редакції на запитання читачів. Інколи фрагменти листів започатковували дискусію чи публікувалися як ілюстрації «житейських історій». За словами головного редактора, до сих пір, через п'ять років після

закриття видання, на адресу редакції надходять запити на оформлення передплати. Редакція отримала більше ніж 2,5 тисячі читацьких листів.

Стартовий капітал журналу склали спонсорські кошти, яких вистачило на дев'ять номерів, що побачили світ. Орган містив рекламу: комерційну (християнських видавництв і навчальних закладів) і соціальну (консультативного центру для батьків незрячих дітей «Свет жизни»). Незважаючи на дистриб'юторську мережу, що охоплювала по 22 міста в Україні та в Росії та представництво у США, великий читацький інтерес не підкріпився готовністю придбати часопис, до того ж за чималою ціною — сім гривень (за собівартості у п'ять гривень). Крім того, у бізнес-план «Християнства» було закладено параметри вітчизняного комп'ютерного журналу «СНІР», який 1999 року був безперечним лідером українського ринку комп'ютерних видань. Очолюючи редакцію «СНІР'а», О. Єфетов не врахував специфіки релігійного видання [46]. Головною причиною збитковості видання він вважає ту обставину, що ринок християнської преси — читачі й мережа розповсюдження — виявилися не в змозі забезпечити життєздатність подібного часопису. За підсумками єдиного фінансового року (2002) журнал «Християнство» виконав бізнес-план із передплати на 30 %, з реклами майже на 10 % і за прямими продажами на 15 % [15]. При цьому журнал установив донинішній рекорд із передплати серед протестантської преси СНД.

Навіть після закриття цей видавничий проект мав показові наслідки. 2003-го року співробітниками редакції було засновано видавництво «Нард», яке випустило шість назв книжок загальним накладом 18 тисяч примірників, oprіч підготовки низки видань на замовлення ряду церковних організацій (наприклад, молодіжного журналу «Великі зміни» / «Большая перемена»), причім тематика й проблематика оприлюднених «Нардом» робіт виявила чіткий зв'язок з ідеями, виробленими в процесі роботи над часописом «Християнство».

Прагнучи не розгубити редакційну команду, О. Єфетов шукав можливості знизити собівартість видання. найдешевшим варіантом постав перехід в електронний формат — крок, завдяки якому збереглося чимало періодичних видань, — створення спільного проекту «Нарду» й одного з найпотужніших християнських онлайн-ресурсів [jesuschrist.ru](http://jesuschrist.ru) — веб-сторінки [jesuschrist.ru/ct](http://jesuschrist.ru/ct) для скачування



верстки журналу у форматі pdf. У новому числі, призначеному для розсилки в такий спосіб, мало йтися про євангелізацію в Інтернеті.

У цей час О. Єфетов дійшов висновку, що не спрацювала не тільки бізнес-модель «Християнства», а й концепція часопису. За його словами, єдність християн є абстрактною ідеєю, якщо її не спрямовано на конкретну діяльність — місіонерську роботу. Одним із найперспективніших полів для євангельського свідчення на початку XXI сторіччя виявився сам(е) Інтернет, і 2006 року О. Єфетов заснував блог [evangelism.ru](http://evangelism.ru), присвячений цій проблематиці. Ідеї чергового номера часопису було адаптовано під формат цього блогу, і робота редакції «Християнства» припинилась остаточно.

О. Єфетов переконаний, що найважливішим із реалізованих був випуск журналу, присвячений *діджиталізації* діяльності церкви у постмодерну еру. Публікуючи у своєму блозі висновки зі своїх кількарічних студій англomовних досліджень у цій галузі, О. Єфетов наголошує, що Інтернет є одним із головних джерел релігійної інформації для сучасного містянина. Приступність величезної кількості різнобічної інформації, анонімність користувача, відсутність фізичного контакту зі співрозмовником, майже абсолютна гарантія конфіденційності роблять Мережу гідним спадкоємцем храмової бібліотеки, молельні та сповідальні. Відтак, справжнім викликом для церкви є потреба використання новітніх технологій у своїй місії. Для підготовки достатньої кількості волонтерів необхідно створити масу онлайн-ресурсів із цієї проблематики: призначених для залучення *християн*, які прагнуть служити в цій галузі; скерованих на *церков*, що бажають почати Інтернет-місію; нарешті, орієнтованих на відчутні потреби *нецерковних осіб*, вдоволення яких викличе інтерес останніх до Євангелія й церковної спільноти. Останній підхід має назву *стратегія мосту* й полягає в ідеї, що сучасна людина хоче впевнитися в ефективності ідеї/пропозиції/методики, перш ніж вона погодиться на її прийняття / практикування. Оскільки релігія «в чистому вигляді» найімовірніше не буде запотребувана світською публікою, є резон показати шляхи застосування біблійних рекомендацій у цінних / звичних для неї галузях — спорті, здоров'ї, коханні та взаєминах, особистих проблемах, хобі, туризмі, гуморі, мистецтві тощо. Схожу проблематику освітлює англomовний блог О. Єфетова [evangelie.blogspot.com](http://evangelie.blogspot.com) — інтелектуальний записник, присвячений розвитку місіонерських Інтернет-технологій в Україні. У пошуковій

машині Google він має рейтинг чотири — престижний бал (з максимально можливих семи), що свідчить про високий рівень його цитованості іншими мережними ресурсами.

Експериментальною базою цих викладок став початий одночасно з evangelism.ru євангелізаційний блог okolokino.net — стрічка імпровізованих кінорецензій із фокусом на морально-релігійних аспектах фільмів. У ній О. Єфетов розкрився як кінокритик і публіцист. Серйозні пізнання в галузі кіномистецтва сусідають у його текстах із пружним стилем, глибоким психологізмом, багатством лексичної палітри, вправною ерудицією.

Можна говорити, що місце «Християнства» посів створений 2002 року командою російського центру «Возрождение» московський журнал «Решение». Це євангелізаційне видання, в якому реалізовано низку ідей київського часопису: авторські тематичні фото на сторінку з афоризмом (із сусідньої статті), вимогливий підбір автури, тематичний принцип komponування числа, високий інтелектуальний рівень матеріалів, міжконфесійний характер видання, інкультурацію євангельської вістки. Часопис поширюється безкоштовно; його виживання забезпечує повна дотаційність із боку організації-засновника.

Київський журнал «Християнство» мав найвищий на сьогодні культурний рівень серед протестантської періодики України. Його історія демонструє, з одного боку, потенціал міжконфесійної співпраці церковної інтелігенції, її налаштованість на журналістську творчість, з іншого боку, на відсутність ринку релігійної преси, бо протестантство наразі не може собі його дозволити з низки причин, де одною з найважливіших є небажання особисто платити за інформаційний продукт. «Християнство» слід уважати не стільки феноменом, як аномалією серед вітчизняних протестантських ЗМК, високі стандарти якого чекають на втілення в дальших проектах.

\*\*\*

У третьому розділі виокремлено типологічні особливості протестантських медіа України. Ці особливості полягають у вході протестантських медіа України — згідно з теорією медіатизації — у нібито невластиві журналістичні простори.

У журналі «Моя надія» протестантська публіцистика, якій закидають виключно космополітичні установки, зринає в культурних шатах українського патріотизму. Пізні протестанти схильні виявляти

патріотизм радше через турботу про упосліджених членів соціуму. Вони вважають, що слід сильніше любити людей — співгромадян, — ніж державні символи чи історичне минуле країни. Проаналізований часопис є зразком протестантського видання, чутливого також і до національної культури, де проповідь сполучається із класичною українською мовою, літературою, моральними принципами, сімейними традиціями.

Редакція змагає до єдності форми та змісту свого послання. Ми проаналізували основну тематику видання й відповідні жанрові форми, в яких її втілено. Це релігійне просвітництво, моральне вдосконалення, апологетика та інкультурація біблійної проблематики, здоровий спосіб життя, богословське тлумачення актуальних подій та процесів у природі, науці, політиці, культурі, суспільстві.

У часописі знаходимо сполучення «світських» і релігійних жанрів, субкультурної тематики та цікавих для широкої громадськості тем. Цей перехід повинен забезпечити комунікативну зустріч читача з незвичною тематикою, полегшити її сприйняття. Якісна публіцистика з прозорим авторським началом, культурний рівень, заявка на науково-популярне видання, дискусійність тез є рисами цього видання, що ілюструє мислення церковної інтелігенції.

Іншим простором, куди приходить протестантська журналістика, є наукове середовище. Ми розглянули взаємодію наукового та публіцистичного дискурсів у богословських журналах українських протестантів, показали характер їх взаємопроникнення, що є характерною рисою для української науки (Н. Зелінська).

Протестанти не цураються наукової аргументації, розвивають раціональні методи вивчення богословських текстів, соціологічних аспектів церковного життя. Богословські журнали, включені в наш огляд, орієнтовані на наукове середовище, є спробою звернутися до інтелектуалів зі сциєнтичним мисленням, ознайомити читачів зі здобутками протестантських теологів пострадянського простору.

Ми побачили, що богословська публіцистика не втрималася в конфесійних рамках. Талановиті богослови — рідкість, «штучне» явище. Протестантське наукове середовище не має самостійного статусу, тільки починає формувати дослідницьку традицію.

Доля цих журналів показує, що в сучасному світі богослов'я перебуває «в гостях» (М. Черенков) у інших наук. Зняття політико-ідеологічної наснаженості теології, з одного боку, розкріпачує

богословський пошук, з іншого боку, провокує її сприйняття як необов'язкової, непрактичної, зайвої, неактуальної.

Наукові журнали семінарії закрилися, бо наукове богослов'я не запотребовано церковною спільнотою. Є попит на апологетику, але не на переосмислення історичної спадщини конфесій; запальну проповідь, а не на об'єктивістський виклад; готові висновки й рецепти, а не на купчення фактажу й висунення гіпотез; практичну «користь», а не на стрункі теорії. Є попит не на науку — шлях сумнівів, спроб і помилок, а на технологію — магічний засіб покращення життя (У. Еко).

Тому богословське коло, замість продукувати речників фундаменталізму, дедалі ширше використовує діалогічне начало. Дослідницька богословська публіцистика може побутувати тільки в середовищі рівних. Богослови шукають односторонців через діалог зі світським науковим середовищем, православною теологічною традицією та західними богословськими школами.

Протестантські медіа входять в іще одну культурну оболонку, коли газетники укладають книжки. Народившись з книги, протестантська журналістика в книгу повертається. Це виказує бажання медійників надати проповіді монументальності, перерости побутовий, одномоментний, мінущий характер журналістського повідомлення. Такі автори розраховують на тривкість паперу, вважають книгу символом історичної тяглості, Традиції.

Приводом для такого кроку часто є важлива, ювілейна дата в роботі редакції. Створюючи антологію своїх публікацій, журналіст прагне відчувати етапність своєї праці, створити пам'ятний документ. Книжка служить архівом найкращих публікацій, виконує презентаційні функції.

Не завжди такий крок є успішним. Те, що годиться для церковного буклета, просторічного мовлення, егалітарної аудиторії, може не пасувати до книги. У деяких журналістських антологіях знаходимо безграмотні, згрубілі вислови, погану коректуру, низьку загальну культуру видання. Публіцистика, особливо книжна, вимагає культури публіциста, а не тільки спонсорської підтримки.

Якісним витвором такого типу є книжка О. Опаріна «Ті, що перемогли час...» Цей жанровий сплав є публіцистичним коментарем до українських Визвольних Змагань. Письменник, публіцист, науковець, О. Опарін аналізує досвід виживання російськомовної протестантської журналістики у ХХ-му — найкривавішому столітті

земної історії. За таких умов відбувається переакцентація базових журналістських понять. Особа релігійного комуніканта стає головним аргументом у світоглядній дискусії, мучеництво — способом перевірки фактів, ставлення до ворогів — мірою об'єктивності повідомлення, змучене тіло віруючого — комунікаційним каналом.

Історія журналу «Християнство» вияскравлює ще одну площину, освоювану протестантською пресою: спроби здобути фінансову незалежність, стати прибутковою.

Якісна релігійна публіцистика, культивована цим екуменічним часописом, обстоювала рухомість культурних форм церковного життя. Така ідеологія зустріла опір релігійних консерваторів. Виклик постмодернізму не було відрефлектовано.

Журнал здобув читацьке визнання. Однак охочих фінансувати «нічий» журнал не знайшлося. Незалежна преса протестантів лишається надто вразливою. Міжконфесійні ЗМІ об'єднуються в медіахолдинги, де взаємопідтримка партнерів зм'якшує нестабільність ринку.

Часопис згубила схильність протестантів до безкоштовної інформації. Останніх не дарма називають утілювачами соціалістичних ідеалів (К. Воннер). Цю естафету радянського «всеобучу» в 1990-ті підхопили західні місії. Колективістське сприйняття медійної інформації призвело до того, що один примірник читала вся громада. А створити продукт, цікавий одночасно аудиторії консервативних конфесій та освіченим позацерковним читачам, мало кому вдається. До того ж залучення світських реципієнтів до релігійної проблематики переважно очікують від чоловічих, «традиційних» конфесій України.

Культурне диво, створене цим журналом, не принесло йому фінансових дивідендів. На початку 2000-х років консервативне середовище не потребувало професійних видань. У принципі, й дотепер технічний та культурний рівень не є головними вимогами до релігійних ЗМІ. Їх головні читачі цінують місіонерський потенціал, доктринальну вивіреність, апологетичні публікації, бажаною є конфесійна спільність, доступність для пересічного читача, можливість організувати зворотний зв'язок — підтримку помісними громадами. Передплата не є перспективним способом підтримки релігійних видань. Широко практикують купівлю в церковних кіосках, доставку додому через кур'єрів і літературних євангелістів.

Консерватори відкидають ідею «журналістики для журналістики». Професійні вимоги не цікавлять їх, якщо не виражаються у прогнозованій ефективності. Консерватори широко використовують медіа, ревниво сприймаючи вимоги уступати їх законам.

## РОЗДІЛ 4 ФУНКЦІЇ ПРОТЕСТАНТСЬКИХ ЗМК УКРАЇНИ

### 4.1. Проповідництво

На ринку релігійних медіа — типу ЗМІ, якого складно назвати масовим [145, с. 127], якість видання полягає не у розмірі тиражу, а в досягненні поставлених редакцією ідеологічних цілей [15]. У наш час перманентного загострення суспільних суперечностей, у тому числі релігійного характеру, спостерігаємо, серед іншого, приклади того, як релігійні медіа шукають спільний ідейний фундамент зі світськими ЗМІ, сприяючи покращенню морально-психологічного громадського клімату.

Мета цієї частини студії — вивчити методи висвітлення херсонською газетою «Для ТЕБЯ» актуальної для світського читача суспільної тематики з релігійних позицій.

Цей часопис є «флагманом» регіональних протестантських медіа України та найкращим представником. Його засновано 1997 року ініціативною групою херсонців із кількох баптистських церков із метою створення якісної альтернативи перекладним місіонерським буклетам. До цього четверо членів майбутньої редколегії півроку вело християнську сторінку в міській газеті «Эфир» і молодіжній газеті «Поколение». Співробітництво з «Эфиром» припинилося через призначення нового редактора, нелояльного до християнства, а «Поколение» виявилось одноденкою, створеною під вибори (ймовірно, до міськадміністрації). Д. Луковенко півтора року працював технічним редактором «Булавы» — міської щоденної газети Херсона, і залишив цю посаду, щоб очолити редакцію «Для ТЕБЯ».

За час роботи редколегії вдалося зберегти середній наклад часопису близько десяти тисяч примірників, залучити авторів із різних місць України, зі США, Узбекистану, Латвії, Росії. 2000 року газета посіла перше місце в СНД серед християнських періодичних видань на конкурсі в рамках міжнародної виставки християнської літератури в Санкт-Петербурзі. З цієї нагоди 2001 року було випущено дайджест із 29 найкращих публіцистичних творів, що під ту пору побачили світ на шпальтах органу.

Ці події ознаменували період дорослішання й професіоналізації редакції. Того ж року запрацювала електронна версія газети (тепер foru.ru). Лічильник сайту дотепер зафіксував 8,4 млн переходів

(півтори-дві тисячі хостів на добу). З метою привернення уваги до електронної версії видання було проведено два літературні й один журналістський конкурси серед читацької спільноти сайту. З 2001 року читачі оприлюднили в розділі «Публіцистика» 1170 творів — цілком порівнянну кількість із корпусом публікацій у паперовому варіанті (~ більше півтори тисячі), до того ж останній мав фору в чотири роки розвитку.

Матеріали газети передруковують російськомовні Інтернет-ЗМІ трьох гілок християнства, а також церковна преса Криму і Західної України, Казахстану, Росії, Білорусі, Болгарії, використовують у передачах Трансвітового радіо (Київ), перевидають у Якутії накладом у тисячу примірників. За словами нинішнього редактора А. Пашморги, у Дніпропетровську розповсюдження газети уможливило створення нової церковної громади (позаяк перевірити цю інформацію не вдалося, кваліфікуємо її як припущення).

Розуміння редакцією принципів місіонерської медіакommунікації можна побачити на матеріалі журналістських курсів, що їх уклали для розширення авторського складу газети журналісти Т. Дьяченко (Артерчук) і О. Заднепряна на базі робіт Г. Лазутіної (МГУ), О. Тертичного і Д. Рендола. У баченні укладачів головним учасником медійного діалогу є читач. Журналіст має орієнтуватися на його сприйняття своїх матеріалів. Спілкування журналіста з читачем визначається не компетенцією першого, а тим враженням (чи рівнем розуміння), яке склалося про обговорювану в ЗМІ проблему у свідомості реципієнта. Слід урахувати ймовірні перешкоди на шляху сприйняття аудиторії: зайнятість читача, розсіяність уваги, сконцентрованість на власних проблемах і планах, «грізну конкуренцію... [яку] становить телебачення, де все показують просто, яскраво, захопливо», цінності, ідеали, світоглядні, вікові, соціально-економічні, культурні характеристики. Укладачі курсів уважають, що достовірно судити про смаки аудиторії майже неможливо. Надійніше *post factum* вивчати вплив газетного матеріалу на неї, орієнтуючись хоча б на критичні відгуки.

Наведено дані місії американського євангеліста Б. Грема, згідно з якими кожен навернений у християнство до цього чув євангельську вістку в середньому двадцять разів. У цій перспективі завдання місіонерської газети — поступово трансформувати сприйняття читачем релігійної інформації в позитивний бік: нагадувати про Бога, бути приводом почати розмову.



Критично важливо привернути увагу читача, переконати, що написане є «ясним, новим і має стосунок до нього». Такого ефекту можуть досягти «гарний заголовок чи видовищні ілюстрації, або важливість теми... Однак головне навантаження... несе... перший абзац». Укладачі радять писати про найскладніші речі простою мовою — компетентно, але не зарозуміло. Нарешті, необхідно прагнути об'єктивності у викладенні матеріалу, навіть якщо вона «не відповідає, а може, й підриває Ваші власні переконання з якогось питання. У християнських журналістів нерідко виникає спокуса «протягти до раю» якусь хорошу людину, приміром, улюбленого письменника, поета чи актора. Журналіст намагається висвітлити ті моменти й висловлювання, які свідчать про «християнське» життя знаменитості, прагнучи завуалювати менш пристойні факти біографії» [112].

З нашої точки зору, робота журналістського колективу газети достатньою мірою відповідає зазначеним професійним і етичним стандартам. Редакція газети встановлює діалог із читачем, починаючи з назви часопису. Очевидні спроби журналістів зорієнтувати кожен випуск на сприйняття пересічних українців — перш за все тих, що мешкають поза містами-мільйонниками. Саме «невибагливість» такої назви зупинила на ній вибір засновників [93, с. 44].

З метою вивчення аудиторії видання й залучення читачів до співпраці в газеті редакцією розроблено комплекс заходів: 1) постійні бліцопитування, під час яких однаково питання ставиться на вулиці перехожим різного віку, статі, соціального статусу тощо. Оприлюднення відповідей завершується коротким журналістським підсумком; 2) відповіді на читацькі листи, у тому числі провокаційні; 3) проведення регулярної читацької лотереї з призами, для участі в якій необхідно надіслати на адресу редакції заповнену анкету. Її шаблон уключає створення рейтингу статей і рубрик номера, а також висловлення побажань щодо тематики майбутніх публікацій; 4) вищезгадані курси журналістів, укладені працівниками редакції. Їх заочна форма ефекту не мала. Результативнішим було проведення очних занять у приміщенні церкви за цими матеріалами, здійснюване тодішнім редактором Б. Тарасенком; 5) періодичні журналістські й літературні конкурси (призовий фонд склали редакційні кошти, заохочувальні призи надано церковними видавництвами), спрямовані на рекламу електронної версії часопису; 6) формування читацької спільноти сайту: дискусії на форумі та в чаті, форма для залишення

коментарів на редакційні публікації. Важливою відмінністю цього сайту є можливість персонального входу для додавання власних публіцистичних і белетристичних творів (також і українською мовою). Рішення про оприлюднення конкретного тексту ухвалює адміністратор сайту; 7) рубрика на сайті «Стаття в газету»: автор може запропонувати свій текст для ексклюзивної публікації в паперовому виданні; у цьому випадку виплачується гонорар у розмірі 25–50 доларів «залежно від якості тексту».

Тематику матеріалів часопису зорієнтовано на релігійне просвітництво. Останнє здійснюється в річищі зв'язків із громадськістю: долання упереджень і творення позитивних установок щодо (головно протестантських) церков, а також боротьби з нездоровим інтересом суспільства до основного конкурента християнства на релігійному «ринку» — окультизму. Штампам атеїстичної пропаганди щодо образу «сектанта» як обмеженої, відсталого, ущербної людини протиставлено *біографії* видатних осіб, що сповідували віру в біблійне вчення, *хроніку* християнської благодійності, заохочувано до релігійної (*само*)освіти. Останню функцію в часописі виконує реклама протестантських освітніх закладів пострадянських країн, церковних громад, видавництв, книжкових і періодичних видань, місіонерських і добродійних товариств, студій розробки духовних веб-ресурсів. Протистояння світу окультизму також відбувається в просвітницькому ключі: детально аналізуючи прояви та об'єкти віри сучасного містицизму — східні релігії, астрологію, гороскопи, гадання, забобони, гіпноз, окультистичну псевдонауку, ірраціоналізм масової («народної») релігійності, цілительство, хіромантию, чаклування, договір із нечистою силою, НЛЮ — журналісти акцентують верифіковані дані, апелюють до розуму й здорового глузду реципієнтів.

Приваблює широкий спектр тем, яким присвячено публікації газети. Дописувачі торкаються більшості аспектів сучасного життя — белетристики, військової проблематики, геополітики, екології, економіки, естетики, есхатології, живопису, індивідуального (ракових захворювань) і соціального здоров'я (алкоголю, наркотиків, порнографії), ЗМІ, історії (релігій), космогонії, маскульту, моди і косметики, моралі, наукового й техніцистського світогляду, освіти, політики, психіатрії, психології (самогубств, депресії), сімейної тематики (аборту, гомосексуалізму, дошлюбного сексу, підліткової злочинності, подружньої (не)вірності, розлучень, складових міцної

родини), соціальної сфери, спорту, філософії, юриспруденції й судочинства, — акцентуючи їх релігійний компонент.

Слід зазначити компетентність редакційних матеріалів. Приміром, редакція відмовилася від komponування дитячої сторінки (можливо, через поширеність такого формату в журналах для сімейного читання), зосередившись на підготовці рубрики «Youth page» / «Cool page». Її матеріали адекватно відбивають підлітковий світ — питання самооцінки, закоханості, сучасної музики, зовнішності, фізичної сили, сатанізму, просування до рівня знаменитості, конфлікту поколінь, надмірної сором'язливості, уміння заводити друзів. Жанрові форми цих публікацій так само адаптовано: це психологічні тести, жартівливий «гороскоп». Із початку 2000-х років авторською колонкою М. Стрельбицького стає огляд світської преси. Аналізуючи більше двадцяти українських видань, автор найчастіше цитує «Факты и комментарии», «День», «Україну молоду», «2000». Непоодинчим інформаційним приводом для виступу журналістів «Для ТЕБЯ» є відгук на публікації в інших ЗМІ.

Укладачі журналістських курсів декларують прагнення встановити діалог із читачем уже на рівні заголовків. Деякі з них побудовано на візуалізації — беДНОсть, «секТАН(К)т», парадоксі — «Хит-парад целителей», оксюмороні — «Прозрение ясновидящей», каламбурі — «Астроложь», «из-под ПРЕССА законов» (огляд преси). Проте основний прийом дописувачів — асоціації. Джерелами асоціацій постають **фольклор** — «Сила есть... *Что еще нужно?*» (ума не надо), «Смесь бульдога с носорогом» (моральний бік генної інженерії), «Золотая *сорви-голова*» (Сергій Єсенін), **белетристика** — «Джинн из *банки*» (лампы) [Аллан Чумак], «Я б *убийцей* стать хотел, пусть меня научат...» (вірш Володимира Маяковського «Кем быть?» (1928), «Один день из жизни *покойника*» (повість Олександра Солженіцина «Один день из жизни Ивана Денисовича» (1968), **естрада** — «Деньги — *вот и вся мечта?!*» («Вот, вот и вся любовь» — рядок із пісні «Кот кота» (1997) гурту «Муми Тролль»), «*Отелло* с нашего двора» (пісня «Ребята с нашего двора» (1996) гурту «Любэ»), **кінематограф** — «Men in white» (люди в білому — християни. Алюзія на голлівудський кінофільм «Люди в чорному» (1997) і біблійне Об'явлення 7:9), «Легко ли быть *«голубым»*» (кінофільм «Легко ли быть молодым» (1986), **радянська ідеологія** — «*Геи всех стран, объединяйтесь!*»

Журналісти видання спеціалізуються на пошуку яскравого інформаційного приводу. Поштовхом, містком до розмови з читачем стає подія, цитата, публікація, фільм, сенсація, нещастя, свято, тенденція, сучасний фольклор. У часописі подибуємо культ ліду: «Про Моцарта нам відомо дві речі: по-перше, його вбив Сальєрі, і по-друге, — *він написав потрясаючі мелодії для мобільних телефонів*. Іще згадується фільм «Сибірський циркульник», де сержант О'Лірі на прізвисько «Скажений пес» усе-такий був змушений визнати, що «Моцарт — великий композитор» (Для ТЕБЯ. — 2006. — № 1. — С. 7. Курсив мій — М. Б.).

Спостерігаємо тричастинну структуру статей: привід — заголовок і вступ; зміст (аргументація); висновки / заклик(и) / біблійна цитата. У змісті статей відбувається інкультурація Євангелія через цитати, апеляції до російської класичної літератури, сучасних бардів, маскульту, фольклору — приказок, афоризмів, анекдотів, рекламних слоганів. Повторюваним прийомом є осучаснення біблійних історій: наприклад, вихід Ізраїлю з єгипетського полону подається як історія звільнення заручників.

Із початку 2000-х років зі стилю статей «Для ТЕБЯ» практично зникають пропагандистські прийоми. Журналісти дедалі частіше уникають дидактичних гасел, прагнуть показувати явища з різних боків (у цьому контексті не можна оминати визнання наукових досягнень З. Фрейда (це «видатний інтелектуальний першопроходець ХХ сторіччя» (Для ТЕБЯ. — 2001. — № 5. — С. 3), матеріали тяжіють до форми притчі, метафори, їх пронизує неекзальтований оптимізм. Інтелектуалізація особливо помітна на спробах аналізу сучасного мистецтва. Відрадною тенденцією протестантської культури пострадянських країн в останні роки постає перехід від ігнорування чи безпомічного заперечення в публікаціях із цієї теми до зважених досліджень [339, 24].

Дизайн газети характеризується ретельним добором ілюстрацій, відсутністю релігійної символіки в оформленні (як і церковної термінології й лексики в мові публікацій). Невеликий розмір матеріалів дозволяє уникати переходів на іншу сторінку й передруків у кілька номерів. Рідкісною рисою для церковних медіа є сприйняття репортажної фотографії як самостійної публікації: рубрика «Стоп-кадр» пропонує фотозамітку чи фотозамальовку з коментарем-роздумом.

Життєздатність часопису «Для ТЕБЯ» забезпечено не фінансовими чи статусними, а ідеологічними чинниками. Сприйняття журналістської роботи як жертви, служіння спонукає дописувачів регулярно готувати матеріали, працювати над собою, друкуватися безкоштовно чи навіть доплачувати (самоокупним є тільки технічний бік видання). А. Пашморга вважає головною запорукою успіху щотижневі зустрічі редколегії, спільні молитви, товариське спілкування поза редакцією: «люди переймаються нашими ідеями (здається, наш стиль саме на засіданнях редколегії формується), отримують адекватну оцінку своїм творам» — прийнято всі матеріали зачитувати в присутності повного складу співробітників.

Ефективність комунікації часопису «Для ТЕБЯ» забезпечено: 1) адаптацією релігійного матеріалу під медіа-текст; 2) дописувачі газети визнають читача головним суб'єктом діалогу, вивчають особливості його сприйняття, беруть до уваги можливі перепони, налагоджують і підтримують спілкування з читацькою аудиторією; 3) послідовною ставкою на автуру: пошуком нових кадрів, перш за все серед читачів, і постійним удосконаленням наявних; 4) сприйняттям журналістської творчості як подвижництва; 5) міжконфесійним характером видання, інтеграцією зусиль християнської спільноти медійників.

#### **4.2. Зв'язки з громадськістю**

Періодика протестантів пострадянського простору багатофункціональна. Вона виконує інформаційну, місіонерську, виховну, інтегративну, розважальну функції. У час набуття Україною незалежності в неї виникає нове завдання — налагодження зв'язків із громадськістю (англ. public relations, скор. PR).

Згідно з дослідженням Р. Джуренка [90], К. Камишнікова та В. Крауша [136], В. Солодова [368] та ін. [578], релігійний піар — створення позитивного образу своєї конфесії (релігії) та нейтралізація негативних відгуків про неї. У постатеїстичну еру наближення державною владою окремої церкви до статусу державної означає визнання видатної ролі конфесії в «нерелігійних» аспектах її історії: добродійній діяльності, культурному розвитку, поширенні освіти, моральному, патріотичному вихованні, згуртуванні соціуму. На користь молодих релігійних груп грає притаманний їм елемент новизни, альтернативного способу життя, який має притягальну силу для молодого покоління. До того ж сучасна філософія споживацтва,

гедонізм, проповідь ціннісного релятивізму, культ емоцій та юності, тілесності й насолоди моментом ставлять під удар і імідж «традиційних» релігій, класифікуючи їх як різновид «затхлого музею». Відтак, кожну церкву, незалежно від її офіційного статусу, змушено опікуватися уявленнями, яке створюють про неї інформаційні потоки, й активно впливати на формування й корекцію цього образу. З такою метою опікуються зв'язками з громадськістю, у системі яких поважне місце належить конфесійній періодиці. Згадані розвідки намічають її місце в піар-діяльності РПЦ, РКЦ і нових релігійних рухів типу саєнтологів і «Церкви Об'єднання» Сан Мюн Муна.

Мета цієї частини роботи — розглянути газету «Християнський погляд» (далі «ХП») як частину PR-стратегії п'ятдесятницької Церкви Різдва Христового (далі ЦРХ).

Газета «Християнський погляд» виходила у 2002–2008 роках як інформаційний бюлетень ЦРХ. Її плюсами є невеликий, але відносно сталий колектив, пасторська підтримка й участь, розуміння ваги медійної активності. Видання достатньо ілюстровано, обкладинка двоколірна. Газета складається з восьми сторінок формату А3. Обсяг — два друкованих аркуші. Наклад дві-чотири тисячі примірників. Матеріали переважно російськомовні, рекламні оголошення україномовні. Сталих назв рубрик дуже мало. Як правило, на верхньому колонтитулі проставляється тема, що об'єднує матеріали сторінки.

Усереднена структура номера «ХП» така: вітальне слово пастора, новини ЦРХ, аналітичний блок, події у світі. Стиль подання новин самої церкви характеризується бравурністю й оптимізмом, нагадуючи найкращі традиції комсомольських часів. Журналісти докладно описують вінчання молодих пар, перебіг будівництва храму, візити гостей з-за океану, концерти, фестивалі, урочисті богослужіння, рукопокладення служителів, засідання церковних комітетів. Попри їх намагання постійно рапортувати про досягнення, стрічаємо й одинокі згадки про конфлікт: «Вересень 2006 року. Брати погодилися провести вибори чи, вірніше... підтвердити повноваження пастора Церкви Різдва Христового шляхом таємного голосування в Церкві за участю єпископа Союзу ЦБУ... Дуже раді, що практично вся Церква не тільки підтвердила повноваження пастора й команди служителів, які мають призначення в єдності підтримувати пастора, але й з усією рішучістю заявила про незмінність курсу, яким Господь веде нашу Церкву» (Християнський

погляд. — 2007. — Січень. Далі назву часопису пропускаємо. Всюди курсив наш).

Місіонерську роботу становлять літні походи спеціальних молодіжних команд у ще не охоплені населені пункти для роздачі християнської літератури, пропозицій помолитися про потреби мешканців, розмов на релігійні теми й запрошень на спеціальні зібрання; візити відомих євангелістів, утворення дочірніх церков. Тематика християнської освіти заторкає роботу Таврійської біблійної семінарії, відкритої на базі ЦРХ, семінарів і конференцій, часто під орудою приїжджих ораторів. Головні події молодіжного служіння — щорічне проведення літнього табору «Исход» і міжконфесійного брейн-рингу з поважним призовим фондом.

Найбільшу увагу приділено соціальному служінню громади, цілком орієнтованому на потреби знедолених дітей. Читаємо про надання допомоги дитячому футбольному клубу, таврійському товариству інвалідів «Вікторія», новокаховському туберкульозному диспансеру «Джерельце», шефство над таврійським інтернатом і довгобуд Центру соціальної опіки дитини «Орлятко», що часто ставав зоною напруження як усередині громади, так і поза нею. Церква проводить консультаційні курси для молодих батьків і охочих усиновити сиріт чи оформити над ними опікунство, та конференції різного рангу для привернення уваги громадськості до стану цієї категорії населення.

Важливим ідеологічним завданням газети є богословське самовизначення церкви. Це візія християнства в конфлікті ідеологій, яке зводиться до трьох завдань: корпоративного об'єднання, поглинення світського, поборення нехристиянського начал. Журналісти видання гаряче виступають за екуменічні контакти трьох гілок християнства: католицизму, православ'я та протестантизму. Міжконфесійні богослужіння, фестивалі, концерти, святкові ходи називаються історичними подіями. Газета поміщає привітання з ювілеєм церкви від світської влади й голів інших церков — протестантських, УПЦ КП, РКЦ. При цьому всіляко принижується важливість доктринальних відмінностей різних деномінацій. Усі мислимі контраргументи автори часопису називають «безглуздими дискусіями» і водночас енергійно закликають облишити упередження, прийнявши на богослужінні ЦРХ хрещення Святого Духа з даром чужих мов.

Церковну місію автори часопису розуміють не тільки як

пропаганду християнської альтернативи, а й активний опір усім проявам протилежних ідеологій. Для досягнення останньої мети навесні 2004 року було створено Асоціацію християнських церков Херсонської області. Восени 2004 року спробою сил цієї організації став мітинг і молитовне стояння 500 осіб на центральній площі Херсона на знак протесту щодо закриття новообраною міськадміністрацією міжконфесійної телепрограми «Сторінками головної Книги».

Восени 2005 року Товариство Трансцендентальної медитації Махаріши (ТМ) відсвяткувало День перемоги у новокаховському (державному) професійному ліцеї, на честь чого над цим навчальним закладом було піднято «Прапор миру», а цю подію висвітлено в місцевій пресі. У відповідь на це Асоціація підготувала спільне звернення-протест до місцевої влади, в якому було висловлено незгоду з наміром ТМ побудувати у Новій Каховці «Палац миру за принципами ведичної науки», прохання припинити «відкрити чи приховану підтримку у будь-якій формі» діяльності цієї організації; надати «інформацію... щодо нормативно-правових документів, на підставі яких у місті проводять свою діяльність представники вчення Махаріши... [й на підставі чого] представникам культу Махаріши планують надати землю для будівництва... «Палацу...», а також вимогу «від органів влади заборонити пропаганду вчення Махаріши та проведення акцій культу в навчальних закладах та інших місцях скупчення людей» (2005. — Жовтень — листопад.).

Часто газета розповідає й про дії церков-партнерів Асоціації. Більшість конфесій удостоєно позитивної довідки про їх історію та пріоритети служіння. Найбільшу увагу привертає безпрецедентною активністю на ниві доброчинства маріупольська «Церква добрих змін» на чолі з пастором Г. Мохненком. Колишній чемпіон Донецької області з вільної боротьби, Г. Мохненко є засновником найбільшого в Україні реабілітаційного центру «Республіка «Пілігрим», через який за десять років його роботи пройшло більше ніж 2,7 тисячі підлітків. «ХП» помістив листа вихованців реабцентру до Президента України з вимогою зупинити продаж опіуммісткого препарату трамадолу, недавній дозвіл на реалізацію якого, на думку Мохненка, легалізував бізнес української наркомафії.

Контакти громади зі світською владою визначаються тричастинною схемою: молитва й благословення урядовців, використання переваг свободи й демократії, тиск на владу з метою



утвердження християнських цінностей. Наголошуючи на відокремленні церкви від держави, автори часопису висловлюють радість із приводу призначення євангельських християн на ключові пости в Україні, поміщають інтерв'ю з ними, прагнуть християнського представництва в уряді, повторюючи, що церковна влада вища від світської. Лейтмотивом новин проходить думка, що майбутнє будь-якої держави залежить від її ставлення до Всевишнього: «Україна тоді підніметься з колін, коли стане перед Богом на коліна» (2005. — Січень).

Нетиповою для часопису політичною агітацією наповнено звернення пастора до читачів у жовтні 2004 року під назвою «Об'єднавшись, вистоїмо!» У вступі автор від імені церкви говорить про свою любов до України, віру в можливість її процвітання; «зроби свій вибір і *стань з нами, встань з Господом, встань за Державу!* <...> Ми не говоримо тут про те, за кого голосувати — *цього не дозволяє нам закон*, але ми закликаємо вас піти на ці вибори і прийняти *мужнє рішення...* Ми... свої голоси віддамо за того, хто стане за народ, хто не буде «обкрадати» й проливати кров братню, навіть якщо він і *опонент*» [остаточний натяк, який не залишає сумнівів щодо політичних симпатій пастора]. Порівняймо це з євфемізованим описом провладних сил: «Хай Бог заборонить і зруйнує задуми *лукавих людей, здатних на все*: зробити підтасування голосів або, не дай Господь, ввести війська із *сусідньої держави*, попередньо оголосивши вибори такими, що не відбулися, потоптавши *всі права людини й принципи демократії*, тим самим завдавши *нестерпного болю й страждання* своєму народові».

Базові потреби українського суспільства — «власна ідентичність і власна безпека» [80, с. 39] — лежать в основі цього звернення. У структурі промови можна виокремити пошук *спільного* ґрунту, покликаний уможливити порозуміння з аудиторією. Ним є наявні цінності — українська державність, патріотизм і законслухняність, бажані досягнення — добробут українців, і неприйнятні явища — збройне протистояння та громадянська війна як загроза цілісності нації, життю громадян, порушення прав людини та принципів демократії, болю та страждань.

«Український виборець, — пише Я. Грицак, — надає переваги тим кандидатам, яких добре знає, навіть якщо їхні моральні цінності могли б бути набагато кращі. ...основою виборчої поведінки українських громадян є дуже раціональне і по-людськи зрозуміле

бажання мінімізувати ризик. Український виборець виразно прагне до стабільності і передбачуваності» [80, с. 40]. Не випадково *аргументаційний* компонент відозви є найрізкішим та найемоційнішим. Він складається з: а) ствердження позиції тих, хто сумнівається у своєму виборі. Кандидат від опозиції (його представлено наодинці — він міфологічний герой) захищає «народ»; б) подолання можливих симпатій аудиторії до провладних сил. Узагальнення «лукаві люди» має створити аморфний, деперсоналізований образ, якому легше присвоїти потрібні якості: вони, твердить автор, лицемірні, безпринципні, готові на силове розв'язання політичного конфлікту. Провладний кандидат не «стане за народ», він диктатор, схильний до насильства, а ті, хто підтримує цю кандидатуру, надаючи перевагу безпеці за будь-яку ціну, є боягузами («не секрет, що багато виборців [2004 року] голосували не так за... [Ющенко], як зі страху перед Януковичем» [80, с. 41]).

На *підкріплення* цієї позиції має працювати особистий приклад автора: якісь «ми» (сім'я пастора? друзі? політичні однодумці? вся церква?) голосуватимуть за опозиційного кандидата. Автор упевнений, що Бог почує його молитву й руйнуватиме задуми противників Своєї волі. *Прагматика* звернення прозора: прийдіть на виборчі ділянки й голосуйте за «Божого обранця» [див. 17].

Пастор апелює до надприродного авторитету Бога й церкви як об'єднання Його речників. Виходить, що Бог утручається в перебіг виборів; церква має підказати, як діяти за таких умов. Пасивність, відмова від участі у виборах постає найгіршим варіантом. Сміливцям пропонують приєднатися до більшості, хай і новоутвореної (див. заголовки відозви), нагошують і на свободі вибору, й відповідальності за нього. Сумарне враження від аргументації повинно створити «ефект очевидності» при порівнянні кандидатів у президенти.

Характер політичної аргументації мало відрізняється у представників різних напрямків українського християнства. Коли йдеться про політичні вияви патріотизму, протестанти нерідко вдаються до наскрізної формули в українській національній журналістиці: «публіцисти, апелюючи до концептуального гасла «Бог і Україна», продовжують розвиток політичних, релігійних та пресових тенденцій, які виробляли філософію національного буття» [43, с. 306].

Більшість проповідей С. Вознюка присвячено черговому

церковному святу. Свята є інформаційним приводом як для медійного виступу, так і для більшості публічних акцій церкви. Пастор виступає в миролюбному, доброзичливому тоні, переважно вітає з християнськими святами, проте не забуває й про інші святкові нагоди. Як правило, вітає читачів зі святом, розповідає про його походження й духовний смисл, проводить аналогії із сучасністю, робить висновки й запрошує приєднатися до святкування цієї дати в храмі ЦРХ.

В. Манжул є найцікавішим і найпродуктивнішим автором «ХП». Він працює в жанрі популярної апологетики, обстоюючи у своїх текстах переваги християнського сенсу життя у визначенні смислу існування, життєвих цінностей, підґрунтя людської гідності. Публіцист подає докази воскресіння Христа, бореться зі стереотипом секти щодо неправославних церков у масовій свідомості, намагається визначити ознаки номінального християнина й твердить, що не інстинктивна релігійність «як така» здатна врятувати Україну, а щире каяття у гріхах і узгодження життя з біблійною правдою. Основними цілями його філіппік є безбожництво й еволюціонізм, обожнення науки, аріанство та міщанська сутність секуляризму. Полемічне напруження зростає зі зменшенням впливу конкретної ідеології в наш час. Порівняно спокійнішою є критика світськості сучасного суспільства: егоїзму й байдужості, релігійного суб'єктивізму й невігластва, сприйняття грошей як «еквівалента» міжлюдських стосунків. Причиною відносного «толерування» цих найактуальніших соціальних проблем може бути невміння відчувати їх гостроту чи сформулювати «образ ворога» нашого часу або й боязнь негативної реакції читачів, що можуть ототожнити себе з критикованими реаліями. У цих текстах фіксуємо типові есеїстичні прийоми: іронію, сарказм, гіперболізацію, узагальнення, парадокс.

Найчастіше автор намагається захитати віру читачів у всесилля науки й теорію еволюції, які останні двісті років слугували засадами атеїзму. Аргументами постають антинауковий характер теорії самозародження життя, відсутність переконливого обґрунтування достоїнства й цінності індивіда, злочини атеїстичних режимів і аморалізм їх ідеологів і практиків (Й. Сталіна, Пол Пота), соціальні хиби атеїстичного походження (сексуальну розпущеність, аборти й евтаназію). Найменш толерантною публікацією «ХП» є памфлет Манжула «Чиї вони свідки?» проти вчення свідків Єгови.

Третім постійним дописувачем видання є декан Таврійської

біблійної семінарії (Нова Каховка) О. Шульга. Газета у 15 (!) подач видрукувала його популярну розвідку «Історія Церкви на Україні». Завданням брошури було: дати уявлення про історію християнства саме на українських землях; засудити поганство та обрядовірство; ствердити поліконфесійний характер її релігійного «ринку» (значить, є місце для «розвитку дії»); показати роль релігійного чинника в історії держави; поборювати пов'язані з релігійною сферою історичні міфи; показати приклади співробітництва православних і протестантів у Литовському князівстві й Речі Посполитій; легітимізувати п'ятдесятницький рух як плід слов'янського богопошуку. Найцікавішим внеском книги є намагання автора дати оцінку відомим історичним діячам України з точки зору біблійних стандартів благочестя. Історик церкви порівнює поведінку персонажа до й після прийняття християнства, шукаючи свідчень того, чи відбулося навернення цієї людини, чи почала вона після увірування діяти згідно з Божими заповідями.

Після видруку книжки О. Шульга публікує серію портретних нарисів про відомих історичних діячів інших країн, що певний період життя сповідували християнську віру: матір Терезу (Агнес Бояджиу), Дж. Савонаролу, Б. Паскаля, Аврелія Августина, Івана Золотоуста, середньовічного місіонера Боніфація, Франциска Ассизького, Дж. Веслі, Д. Лівінгстона, Квінта Тертулліана. У цих нарисах автор доводить, що і в історії християнства конфесійні рамки не мали абсолютного характеру, розглядає шлях інтелектуала до віри, складність його духовної біографії, демонструє багатства культурної традиції християнства (перш за все літературної). Як і в книзі, створення психологічно переконливого образу історичного діяча фіксується на зміні мислення й учинків під впливом віри, оцінці глибини моральної трансформації особи, аналізі факторів пізнішого залишення церковних лав.

Передостанню сторінку зазвичай заповнено «довколацерковними» новинами в Україні й світі. Їх тематика й принципи відбору націлено на виконання ролі християнина у світі — охоплення людства проповіддю про Ісуса Христа. На підтримку віри самих місіонерів працює хроніка життя всесвітньої церкви. Завданням таких матеріалів є демонстрація Божих дій у світі (Провидіння, зцілення, відповіді на молитву, навернення), наголошення на тому, що віруючий має мільйони однодумців, хоч фізично може бути ізольований від спілкування з ними через різні

причини. На подолання комплексу меншеартості спрямовано розповіді про видатних християн сучасності, переваги релігійного способу життя. Поважне місце приділено проблемі релігійної свободи, стійкості християн серед гонінь, обстоюванню біблійних цінностей у несприятливому оточенні: секулярному (політкоректність західних демократій), атеїстичному (найчастіше Китай) або антихристиянському суспільстві (мусульманський світ). Звернено увагу на нові можливості євангелізації: методи (листування, об'єднання журналістів-християн, оснащення маршрутного таксі християнською символікою, реклама на бігбордах), технології (мас-медіа, електронну пошту), території (ісламські держави). Основний корпус новин висвітлює церковну діяльність у суспільному аспекті. Це засудження окультизму; публічні акції християн і їх нецерковних однодумців (спільні протести християн і мусульман проти трансляції фільму «Код да Вінчі»); законодавче лобі проти реклами шкідливих звичок і «сект»; добродійство — протистояння абортам, причини «кризи покоління», поширення асоціальної поведінки, хімічних залежностей; викладання християнської етики в школі.

Найважливіше завдання піару ЦРХ, реалізованого через часопис — подолання стереотипу секти через свою відкритість, широту контактів, соціальну активність, увагу до політичної ситуації, молитви за *все суспільство*. Журналісти занепокоєні бездуховністю й соціальними проблемами українського соціуму. Богослов'я подається спрощено; фактично, у бюлетені знаходимо проповідь тільки однієї доктрини — хрещення Святим Духом, до того ж асоційованої з надприродними переживаннями й можливостями. Акцент зроблено на єдності принципів положень християнської віри з традиційними церквами (авторитет більшості), емоційній пропаганді, потоптанні слабших конкурентів (атеїстів і аріан). Знаходимо тут і гуманістичні акценти: заклики до єдності церков без аналізу причин самих розколів, позитивне ставлення до всіх людей доброї волі; ненав'язливий прозелітизм (спасіння можливе в будь-якій церкві, всі християни — брати). Конфлікти переважно замовчувано.

Практично ніде не акцентовано на відмінностях ЦРХ від православ'я. Надано максимальний розголос членству, а далі головуванню священника УПЦ КП в Асоціації християнських церков Херсонської області, взаємне відвідування богослужінь членами ЦРХ й УПЦ КП, представленість ЦРХ у міжконфесійній телепрограмі. Замість слів «протестант» і «п'ятдесятник» зазвичай ужито

«християнин», «християнський» (сполучення з авторитетною більшістю — християнським загалом, з яким, імовірно, ідентифікує себе й «православний» читач). Журналісти «ХП» прагнуть зменшити кількість відмінностей між православ'ям і п'ятдесятництвом, які може усвідомлювати аудиторія. Християнська традиція постає «містком», за допомогою якого читач покликаний визнати п'ятдесятницьку релігійність прийнятною та можливою для себе.

З одного боку, йде формування образу пастора як «корпоративного героя», хоч і не перетворюється на культ особи: за наявності його звернення на передовиці кожного номера портрет С. Вознюка за п'ять років виходу бюлетеня опубліковано двічі й тільки на внутрішніх сторінках. З іншого боку, журналісти прагнуть графічно виділяти ім'я пастора й назву церкви при згадці в тексті; можна сказати, що ці елементи корпоративної ідентифікації перебувають у певному зв'язку.

Політична агітація, хоч і є винятком у цьому часописі, також є способом залучення симпатій перекonanого електорату окремої політичної сили на свій бік. Знаходимо в газеті й використання лідерів опінії. Це міська влада, а також відомі християни минулих часів і сьогодення.

Робляться спроби ведення моніторингу ЗМІ про ЦРХ. Двічі — з нагоди десяти- й 12-річчя церкви — надруковано інтерв'ю С. Вознюка діаспорній журналістці, дане під час його відвідин партнерських церков у США. У ньому пастор робить акцент на міжнародному статусі церкви, її соціальній активності, поборює критику.

Доречно застосувати до цього видання інтерпретаційну модель Г. Ласвелла. Цей дослідник масової комунікації визначає пропаганду «ні як погане, ні як добре явище, але як інструмент переконання, якого можна спрямувати на добрі чи погані цілі» [472, с. 62].

Для Г. Ласвелла «пропаганда — це управління колективними установками шляхом маніпулювання значущими символами» [545, с. 627]. Це потік односпрямованих повідомлень для керування масовою свідомістю: її установками, очікуваннями, ілюзіями, оманами. Установки не так виявляються, як створюються, отже, «завдання пропагандиста — посилити установки, сприятливі для його мети, обернути ворожі установки, привабити байдужого або, в гіршому випадку, утримати його від прийняття ворожої позиції» [545, с. 629].

У газеті «Християнський погляд» значущими символами є посилення на відомих осіб церковної та світської історії, загалом християнську традицію, які (посилання) реалізуються через ужиток ключових слів: християнство, свято, зцілення, церква, спасіння, Бог, віра, єдність, дар мов — що їм надаються бажані акценти.

Головною пропозицією, «товаром» піар-стратегії є Церква Різдва Христова. Позитивний образ потрібен їй для безперешкодного функціонування в суспільстві: поваги населення, суспільного статусу, свободи діяльності, інтересу до своїх дій. Очікувана реакція читачів від спостереження церковної активності — відвідування богослужінь, приєднання до її лав через хрещення, моральна й фінансова підтримка її акцій, особиста участь у її роботі. Журналісти видання хочуть і привабити неофітів, і зміцнити відданість членів громади.

На думку Г. Ласвелла, «військова пропаганда [як зразкова, найтиповіша — М. Б.] містить образи ворога, союзника і нейтральних сил. Вона називає лідерів ворогуючих сторін, закликає до певної лінії поведінки та змагає до підтримки конкретних інституцій» [545, с. 630]. «Позитивними» учасниками комунікації ЦРХ є церква і читачі. «Вороги» мало де озвучені. З часткою узагальнення до їх числа можна зарахувати історичний фон (роздрібненість християнства), психологічні перешкоди до сприйняття метаповідомлення газети (нерішучість і невірство), альтернативні ідеологічні напрямки (атеїзм, аріанство).

«Стратегія пропаганди, — доводить Г. Ласвелл, — може бути... схактеризована за допомогою принципу «стимул — реакція» [545, 630]. Автори публікацій газети постійно перелічують переваги приєднання до церкви, спонукаючи читачів асоціювати себе з ЦРХ — «церквою переможців». Позитивне зацікавлення повністю переважає в газеті. За Г. Ласвеллом, популярність пропагандистських прийомів у сьогоденні зумовлено соціальною «дезорганізацією», спричиненою технологічним розвитком. Як пише В. Іванов, «це відбувалося через те, що медіа замінюють міжособистісні зв'язки, що руйнуються в умовах сучасного суспільства» [124, с. 22]. Персоналії створенів заступила безлика бюрократична машина. ЗМК зменшили дистанцію між владою та підлеглими. Політична культура дедалі більше акцентує прозорість суспільного життя та виборний характер управлінських посад. Відтак, «більшість цілей, яких раніше досягали шляхом насильства й залякування, наразі досягається завдяки аргументації та переконанню» [545, с. 631].

Г. Ласвелл радить оточувати людину пропагандистськими повідомленнями впродовж тривалого часу, в різний спосіб, рівномірно та планово. Щоб освоїти різні підходи до аудиторії, зрозуміти, як до неї ефективно звернутися, пропагандисту слід ототожнити себе з нею.

Якою уявляють дописувачі видання аудиторію своєї газети? Це або відвідувачі богослужінь ЦРХ, або їх родичі. Читачі поза цими групами практично не беруться редакцією «Християнського погляду» до уваги: газета не має електронної версії, не надходить у мережу «Укрпошти», не поширюється за передплатою. Відвідувачі богослужінь беруть її після зібрань, читають і роздають знайомим, родичам, сусідам і колегам по роботі. На ототожнення з читачами «працюють» місцеві новини в газеті, помісний характер діяльності ЦРХ, акцент на покращенні життя *каховчан*.

Г. Ласвелл наголошує, що вразливість населення до ідеологічного впливу й, відповідно, роль пропаганди зростає в часи нестабільності: економічної депресії, політичного протистояння, військового конфлікту. Він вважає пересічного громадянина недостатньо компетентним, щоб вникати в тонкощі політичних процесів. Будь-які незгода, дисонанс, ідеологічне протистояння загострюють суспільний психоз. Відповідно, зусилля пропаганди мають спрямовуватися на вироблення порозуміння, гармонії, принаймні видимої стабільності через управління багатозначністю символів: підкреслення суголосного своїй позиції та відкидання протилежного. «Стратегія розвинутої довгострокової кампанії» [474, с. 82] повинна пропонувати нові символи й закріплювати типові емоційні реакції на них.

У газеті «ХП» Церква Різдва Христова постає уособленням миру, позитивних емоцій, дружби, динамічного розвитку, насиченого життя. Така піар-стратегія випробувана у світовому масштабі: п'ятдесятницький рух є єдиною християнською течією, чия чисельність збільшується швидше, ніж зростає кількість мусульман.

ЦРХ випускає газету, бо відчуває дефіцит громадської підтримки, інкультурації, прийняття громадською думкою. Віра її членів для надто багатьох мешканців Нової Каховки залишається чужою, незрозумілою. Її засуджує, відторгає, не розуміє оточення читачів. Громада засновує газету, щоб зробити свій голос чутним, подолати стереотипи, змінити установки населення на свою користь. У баченні журналістів «ХП» християнство постає джерелом



спільності, платформою для діалогу та взаємодії; інакшість п'ятдесятницької релігійності подається як прийнятна, потрібна, цікава, приваблива; її носії виражають доброзичливість, прийняття, упевненість у перевагах глосолалії та зцілень, а також досвіді перебування в церковному середовищі, де, як вони намагаються довести, панують дружба й доброзичливість, відкритість і взаємодопомога.

Г. Ласвелл поділяє зміст пропагандистських звернень на *креденду* і *міранду* — факти й емоції. Детальні звіти про життя ЦРХ повинні переконувати на раціональному рівні. Апеляція авторів до надприродного авторитету Бога, Біблії, чудес, християнської традиції, гумор, створення у читача гарного настрою, здобуття його прихильності розраховані на емоційну реакцію.

Оцінюючи інформаційний бюлетень «Християнський погляд» як засіб зв'язків із громадськістю Церкви Різдва Христового, слід зазначити, що газета створює досить позитивний образ своєї конфесії (порівняймо її неофіційну самохарактеристику: «*класна сучасна Церква п'ятдесятників*»). Це враження виникає від оптимістичного настрою публікацій, доброго гумору в них, однобоко-позитивного, «презентаційного» характеру багатьох матеріалів, особливо тих, що стосуються добродійства, прозорості, відкритості й активності церковної спільноти. Фіксуємо легкий стиль статей, динамічну подачу матеріалу, масу ілюстрацій. Важливим позитивом є постійне, починаючи з її назви, асоціювання церкви зі святом: радістю, відпочинком, спілкуванням. Газету орієнтовано на нецерковну людину, яка цікавиться релігійними питаннями, ревізує свою «радянську» освіту, бажає успіху та гармонії в житті, прагне здорового відпочинку.

«Християнський погляд» є важливим інструментом зовнішньої комунікації Церкви Різдва Христового, спрямованої на знайомство читачів із конфесією, залучення до її діяльності та влиття до церковних лав. Часопис зв'язує воедино аспекти діяльності ЦРХ, оприлюднює церковні документи й рекламу соціальних акцій. Журналісти органу насаджують християнські цінності, здійснюють просвітницьку й апологетичну діяльність.

### **4.3. Соціальна критика**

«Раніше ритуал, повторення, репродукування перебували в зоні релігії та практикувалися в ізольованих сакральних просторах; у

сучасну епоху ритуал, повторення і репродукування стали долею всього світу і культури в цілому... — характеризує постіндустріальну цивілізацію Б. Гройс. — У цій ситуації не дивно, що релігії — будь-які релігії — стають дедалі успішнішими. Релігія сьогодні діє за допомогою сучасних медіа, які самі є продуктом висування традиційних релігійних практик у секулярну сферу» [81]. Останній приклад симбіозу цих явищ — цитата з повідомлення інформантства protestant-press.com про чилійську катастрофу другого березня 2010 року: «Деякі автостради землетрус буквально здивив уверх, подібно до того, як ми бачили у *фільмі* «2012» [41] (тут і далі курсив мій — М. Б.). Особливе становище протестантства в цьому відношенні пояснюється й тим, що його представники постійно прагнули засвоювати новітні технічні засоби (комунікації) через масу причин: від духу Реформації як оновлення, осучаснення, актуалізації, намагання йти в ногу з часом, до індивідуалізму, дорожнечі найманої праці й безлюддя американської глибинки.

Реставрація біблійного тексту як життєвого закону, поставлення людини «один на один зі священним текстом у якості його свobodного тлумача» [421], покладання на всіх членів громади відповідальності священства надзвичайно загостило моральну свідомість протестантів, де «кожен християнин мусить бути ченцем протягом усього життя» [44, с. 136], тобто взорувати свої вчинки на етичний екстремум. Сила релігії полягає в надлюдських засадах авторитету, які надають моральним вимогам абсолютного характеру. Вважаючи ці закони універсальними, протестант також почуває потребу оцінювати ними будь-які явища, і витвори світської культури в тому числі. А позаяк, на думку консервативних аналітиків цієї течії, «те, в чому ми живемо, це технологія» [567, с. 89], навіть найортодоксальніші протестанти є прискіпливими дослідниками й критиками сучасних інформаційних потоків — світських і церковних. Як зазначає багаторічний дослідник протестантської комунікації К. Шульце, «через те, що євангеліки підкреслюють важливість *євангелізації* (навернення секуляристів у віру в Ісуса Христа), вони є одними з найбільш винахідливих користувачів комунікаційних засобів. Вони також, як правило, є одними з найгостріших критиків секулярних медіа. Ідея, що конкретний ЗМІ є християнським, а інші — просто світськими, не є, однак, продуктивною в пізнанні реального світу. Вона лише висуває спрощену тезу, ніби християнські

медіа є цілком богоугодними, а світські засоби комунікації — повністю безбожними» [601, с. 21–22].

Мета цієї частини монографічної розвідки — проаналізувати причини, форми й методи протистояння українських протестантів неприйнятним для християнської моралі явищам у / за допомогою мас-медіа.

*Першим* рівнем цього аналізу є *змістовий*, який розглядає стан і якість а) світського і б) християнського / церковного медіаконтенту. Консервативне крило переважає в українському протестантстві, а його оцінка змісту світських медіа в основному є негативною. Мирська культура уявляється віруючим апріорі недосконалою вже через свій знебожений характер. Церква зі статусом меншості, до того ж (із позиції масової свідомості) меншості підозрілої, якщо не девіантної, мислить категоріями «ми — вони». Вона не ототожнює себе із суспільством, а прагне довести свою вищість. У цьому процесі самоідентифікації моральні переконання відіграють ледь провідну роль. У найгіршому варіанті це набуває форми більшовицької пропаганди часів Першої світової війни: «Що гірше, тим краще». Моральна дискредитація світу свідчить проти секулярного способу життя, про необхідність людині увірувати і, без цього ніяк, приєднатись до *істинної* церкви: «Коли сучасним баптистам дорікають за брак культури, то в основному це закиди з приводу культури художньої (естетична нерозвиненість, байдужість до витворів мистецтва, літератури і т.ін.). При цьому ніхто не докорятиме віруючим за відсутність строгих етичних норм. Одні й ті ж особи примудряються сполучати естетичну злиденність із найвищими етичними цінностями» [384, с. 5].

У силу ретельної інтелектуальної «кастрації» протестантства радянським режимом культурницький прошарок цих конфесій залишається незначним: «Хто так звані «заднескамеєчники» в більшості баптистських церков? Інтелігенція — лікарі, вчителі, офіцери, люди з науковими ступенями. Хто на церковній кафедрі (крім заїжджих американців)? *Сантехніки, екскаваторники, випускники технікумів готельного господарства.* Не треба сприймати ці слова як прояв авторської пихи щодо «пролетаріату». У баптистському гімні співають: «Кротко и нежно Иисус призывает, всех приглашает, любя»... Для Господа дорога кожна душа незалежно від того, чия вона — робітника, колгоспника, підприємця чи викладача. <...> У зв'язку з цим абсолютно небіблійно виглядає

якраз «диктатура пролетаріату». Страшно, коли християнський союз — у поданому випадку Російський союз ЄХБ — перетворився на «союз водопровідників» [369]. Це має і сучасні причини. Місіонерською аудиторією низки євангельських церков є соціальні маргінали — колишні ув'язнені та хімічно залежні особи: «Як визнавав пастор «Посольства Божого», тоді ще «Слова віри» О. Дзюба, «перша пасторська рада в нашій церкві в Києві складалася, в основному з колишніх наркоманів і алкоголіків» [104].

Тому протестантська критика сучасної (медіа)культури перебуває в етичній, а не естетичній площині. У більшості церковних видань немає оглядів культурної продукції як рубрики. Наприклад, сайт [okolokino.net](http://okolokino.net), присвячений розгляду кіноновинок з акцентом на етико-релігійних аспектах фільмів, позиціонує себе як суто місіонерський проект. Помічають — із максимумом узагальнень і нерідко дилетантським пафосом *не читал, но осуждаю* одиничні явища з огляду на їх популярність і прогнозований (зрозуміло, небажаний) вплив. Войовничий пафос у першу чергу спрямовано проти окультного та аморального медіаконтенту. Діатриби проти книг і фільмів «Гаррі Поттер», «Код да Вінчі», «Аватар» зайняли сторінки багатьох видань і сайтів. Консервативні протестантські медіа виходять з аксіоми неприйнятності світської культури, її непоправності, небажання її коригувати. Промовистий приклад — цитата з проповіді закордонного місіонера, який недостатньо володів російською: «Я не буду слухать эту *мерзкую* [замість «мирскую»] музику». Аборигени ідеально вловили культурне послання оратора, тому і прислали запис про цей випадок у розсилку християнського гумору на [invictory.org](http://invictory.org).

Мета консервативних медійників — розвиток самобутньої субкультури. Питання, наскільки це правильно і чи вдається, викликають безупинні дискусії в церковному середовищі. Соціальне становище низки вірників («помісні церкви ЄХБ на 90 відсотків складаються з робітників і селян, 80 відсотків жінок і 70–80 відсотків пенсіонерів» [369]) зумовлює їх доцентрові прагнення — пошук культурної та інформаційної самодостатності громади, нахил до закритості, бажання виробити особливу мову для втаємничених, щоб почуватися захищено і вдоволено як члени «закритого клубу» обраних. Молодше покоління вказує на те, що культуротворчий потенціал обмежених спільнот малий, і це робить субкультуру провінційною, карикатурною, несамостійною, яка має цінність

виключно як маркер ідентичності. Відтак, лишається цінувати культурні витвори з міркувань корпоративної солідарності або намагатися творити в річищі сучасності, «християнізуючи» її. Будучи церковною меншістю, прогресисти адаптують світські моделі, де в маскультурні форми внесено елементи конфесійної догматики. Це дозволяє консерваторам ставити під сумнів необхідність модернізації церковного життя, бо у прагненні до неї «ми... є просто поганими імітаторами культурних продуктів нашого суспільства» [567, с. 10].

Показовий випадок стався першого березня 2010 року. Телеканал ТБН ухвалив рішення призупинити вихід програми «Про кіно», де ведуча обговорює з богословами і священниками найпопулярніші стрічки, після низки глядацьких листів, які твердили, що деякі моменти фільму С. Спілберга «Мюнхен» (2005) образили їх релігійні почуття. Аудиторія не обмежилася скаргами на адресу телеканалу: президент ТБН І. Нікітін повідомив, що *«партнерам ТБН почали приходити листи, які намагаються дискредитувати ТБН»* [386]. Це класичний приклад ситуації, коли на перший план виходить вторинна аудиторія [591, с. 128–131] — у цьому випадку спонсори.

Головні вимоги до церковної медіапродукції такі: місіонерська спрямованість, дидактичний потенціал (повчання, зміцнення споживача у вірі), допомога (розв'язання питань, у тому числі практичних, подання життєвого ідеалу), відповідність біблійній етиці та богословській ідентичності конфесії, хоча значення останнього критерію поступово слабне. У церковних ЗМІ уже відчувається напруження між свободою богословствування, самовираження і конфесійними рамками. Тому більшість видавництв не зазначає конфесійної належності — ринкові закони підважують теологічний ригоризм.

На цьому фоні зростає значення незалежних (поліконфесійних) медіа, які створюють можливість міжцерковного діалогу, критикують негативні явища, поміщають аналітику, словом, дають надію на виконання релігійними медіа всього спектра професійних і соціальних функцій журналістики. Головний аргумент незалежних ЗМК на користь свого існування — функція «сторожового пса»: «саме вона і дисциплінує, саме така преса й не дає оступитися. <...> Це, до речі, й є головним принципом демократичного суспільства — існування незалежних і вільних засобів масової інформації. Як тільки ЗМІ перестають бути вільними — демократії кінець» [148, с. 6]. М. Черенков вважає незалежні протестантські ЗМІ фактором

внутрішніх змін церкви, бачить у них сектор громадянського суспільства [431].

А позиція відомого блогера та мережного аналітика П. Левушкана нагадує сакраментальну фразу В. Белінського, з якої почалася класична російська література: якщо взяти до уваги, що мас-медіа — «громадський контролер для церкви», то «у нас узагалі немає ЗМІ у класичному сенсі цього слова». Свою точку зору автор обґрунтовує тим, що протестантські засоби комунікації обмежено багатьма факторами. Конфесійна солідарність не дозволяє критикувати свою деномінацію, хоча відсутність діалогу поглиблює проблеми. Зосередженість на житті однієї конфесії-засновника звужує тематику до одноманітної «джинси». Критичний запал незалежних ЗМК ущемлено інтересами вузького кола рекламодавців. У результаті «більша частина християнської преси працює або на корпоративний піар, або виконує пропагандистські функції» через «відсутність світських рекламодавців, або конфесійно-неангажованого бізнесу, і надзвичайно мал[у] аудиторі[ю]» [254] споживачів.

Другим рівнем аналізу є *організаційний*, де обговорюється можливість застосування ЗМК для церковних потреб, перш за все для місії.

Третій рівень аналізу — *технологічний*: тут оцінюються комунікаційні засоби як такі, вплив споживання їх продукції на християнський спосіб життя.

Не слід ототожнювати два останніх рівні. Місіонерська робота і повсякдення вірника — різні речі. Важливим критерієм місії є масовість, натомість метою особистого інформаційного споживання постає якість особистого зміцнення у вірі. Консерватори твердять, що запорука ефективної проповіді — особиста святість, бо якщо людина втратить власну віру, місіонером вона гарантовано перестане бути («головне — інтереси Бога»). Прогресисти вважають, що фактор успіху — пошук діалогу з невіруючими, уміння налагодити міст до віри («головне — інтереси цільової аудиторії»). Ці групи підкреслюють різні аспекти явища, що й викликає напруження.

Як уже говорилося, сакральний характер етичних принципів у релігії надає їм абсолютного характеру. Через це релігії майже ніколи не обмежувалися констатацією неприйнятних явищ у суспільній практиці й культурі, а в різний спосіб і з різним успіхом змагали до їх викорінення. Характер моралістичного цензурування

протестантськими церквами культурної продукції, зокрема у (світських) медіа, має риси інформаційного протистояння, систематичної соціальної критики. Протестантська аналітика позначає це явище терміном *культурна війна* [55]. Два фактори дають підставу провести паралелі з українською ситуацією.

*Перший* — генеалогія терміна. Поняття «культурна війна» бере початок із німецької — слово *Kulturkampf* означало боротьбу за контроль над культурою. У кінці XIX століття німецький канцлер О. фон Бісмарк почав *Kulturkampf* проти католицької церкви, намагався виганяти єзуїтів із країни і прагнув обмежити церковний вплив на освіту і політичне життя. У 1920-х роках цей термін поширився у США. Один із найвідоміших прикладів цієї війни — знаменитий «мавпячий процес» 1925 року проти викладання теорії еволюції в школах. У 1990-ті роки з приходом до влади Дж. Буша-старшого термін було актуалізовано у значенні боротьби (релігійних) консерваторів проти ліберальних тенденцій у суспільстві: гомосексуалізму, мультикультуралізму, тлумачення меж релігійної свободи, сексуального виховання у школах, абортів, теорії еволюції [612, с. 215–216]. Відповідні процеси в Україні є повторенням (у мініатюрі) світових тенденцій.

*Друге* пояснення бере до уваги психоемоційне ставлення протестантського середовища до цих питань.

Релігійні поняття у протестантській догматиці нерідко описуються за допомогою метафор військового походження: перемога над Дияволом, капітуляція перед Ісусом, духовна війна, харизматичні пастори — Божі генерали, місія — завоювання світу для Христа, мужчина — Божий воїн, церква — армія Христа, священна історія — Велика Боротьба між Христом і Сатаною. Міжнародна п'ятдесятницька течія, відома масштабною соціальною роботою, має назву «Армія спасіння». Дотепер не врегульовано питання її реєстрації в Росії через те, що їх прийняли за військове формування. На чолі організації стоїть «генерал», рядові члени називаються «солдатами», носять однострої та відзнаки (значки, емблеми). Подібну стилістику використовують підліткові організації від скаутів до заснованих адвентистами слідопитів.

Можна говорити про «войовничість» протестантських журналістів з огляду на їх бадьорість, місіонерський пафос, прагнення спрямувати психологічну енергію людини на захист життєвих цінностей біблійного походження. Культурна війна

передбачає опозицію не до людей, а до їх хибних переконань. Таке протистояння передбачає використання виключно ненасильницьких методів, дії в правовому полі, віру в силу слова (українські протестанти дотримуються пацифістських поглядів. Роздуми про правомірність збройної участі хоча б в оборонних воєнних діях висловлюються окремими публіцистами в незалежних ЗМІ [437, 428] та не знаходять помітного співчуття).

Розгляньмо форми протистояння протестантських церков злу в / за допомогою медіа.

У *приватній* сфері вірник захищає інформаційний простір навкруги себе та своєї сім'ї. Відповідно, тут рівень контролю буде найвищим. *Боротьба з контентом* може виражатись у відмові від перегляду сцен з оголеною натурою, картин насильства, програм окультного характеру. Виникають посібники з тренування вибіркової уваги: наприклад, як чоловікам навчитися швидко відводити погляд, скажімо, від небажаних рекламних зображень звабливого змісту [10].

Вибір матеріалу для читання передбачає конкуренцію книг і Книги. Ось приклад радикального підходу до цієї теми: «Читання художньої літератури призводить до руйнування духовного й нездатності бачити красу священних сторінок Біблії». І практичні поради в такому ж дусі: «*відмовтесь* від порожнього читива. <...> *Бороніть* свій розум... *Не обтяжуйте* його читанням легковажних нісенітних оповідань... Мудрим людям *не слід* читати популярних книг... поширюваних у розрахунку на отримання грошового прибутку. <...> *Відкладіть* романи... Було б гарно *очистити* ваші оселі від *несерйозних* книг і журналів, які є *винаходом сатани*. <...> *Ми не маємо права давати в руки молоді марні книжки*» [392, с. 272, 273, 286, 289].

*Боротьба з медіумами* (технічними засобами) передбачає викидання («очистіть оселі») книжок, періодики і електронних носіїв неприйняттого змісту. Періодично відроджується практика спалювання книжок, особливо окультного характеру, яка походить від фрагмента з новозавітних Дій апостолів (19:19—20): «І багато-хто з тих, що займалися чарами, позносили книги свої та й перед усіма попалили. І злічили ціну їх, і вийшло на срібло п'ятдесят тисяч драхм. Так могуте росло та зміцнялося *Божеє Слово!*» Сучасні прихильники цього підходу обґрунтовують описаний учинок небезпекою повернення мешканців стародавнього Ефеса до чаклунських практик. Якби вони продали ці книги, така загроза чатувала б на їх нових



господарів. Мовляв, описаний варіант був найкращим: «істина перемогла людські забобони та любов до грошей» [393, с. 87] (див. закордонні дискусії щодо прийнятності таких дій [589, 598]).

Особливо часто поради спалити книжки чи періодику зустрічаються серед заходів зі звільнення від окультної залежності [407]. Баптистський публіцист із Ялти П. Гараджа наодинці спалив томик «Майстра і Маргарити» М. Булгакова й пізніше розповів про це в статті [70, с. 235–236]. Латвійський харизматичний пастор О. Ледяєв запросив учасників церковної конференції спалити чаклунську літературу, і цей сюжет потрапив в об'єктиви відеокамер.

У випадку телебачення варіанти більш різноманітні: перегляд ТБ дітьми тільки з батьками, суворе дозування тривалості глядацьких сеансів. «У кінотеатри я ходити взагалі не люблю... — розповідає творець сайту [okolokino.net](http://okolokino.net) — ...при перегляді фільму для мене важливий контроль над ситуацією: промотати назад, аби ліпше розчути репліку, послухати сцену мовою оригіналу» [439]. Окремі особи ідуть далі, відключаючи (або спилюючи індивідуальну) антену, а то й видаляючи з дому сам телеприймач: «Ми... прийняли рішення, що у нас не буде телевізора ніколи. Ми побачили, що для нашої сім'ї це велика спокуса, з якою ми не зможемо впоратися» [398].

Профілактика / лікування залежності від комп'ютера та Інтернету полягає в залученні у міжперсональні зв'язки в церковній роботі. Протестанти закликають не вдовольнятися технологічно опосередкованою релігійністю: «Під час Вечері Господньої, хрещення чи висвячення люди фактично мусять торкатись одне одного» [567, с. 64]. На Заході здавна відомі спроби запропонувати комп'ютерні ігри, основані на біблійній тематиці та етиці. На пострадянському просторі вони до сих пір не мали поширення.

*Публічна* сфера виражає погляд церкви на конкретні медіа або їх зміст. Видимий контроль над інформаційним горизонтом вірян і тепер має місце в практиці незареєстрованих громад: «з метою виявлення у своїх вірних телевізорів, відеоапаратури по домівках здійснюються так звані рейди перевірки, після яких вірні можуть отримати зауваження з причини «прив'язаності до світу» [374, с. 72]. Але в мейнстрімі євангелічного християнства такі методи стали неприйнятними, хоч «свого часу проблема «мати чи не мати у домі відео телевізор» викликала бурхливу дискусію на з'їзді Всесоюдної Ради євангельських християн-баптистів... наразі табу на телебачення відсутнє. Але лідери категорично висловлюються проти перегляду

програм і фільмів, які містять насильство, розбещеність, елементи окультизму» [375, с. 90]. Поганою може бути тематика журналістських повідомлень, але не сам засіб комунікації — такою є поступка консерватизму в обмін на респектабельний образ церкви.

Є спроби протистояти неприйнятному контенту, використовуючи світські канали комунікації. Київський пастор С. Аделаджа скликав прес-конференції, щоб засудити фільми «Код да Вінчі» й «Сафо. Любов без меж» (Україна, 2008) й пропонував заборонити їх прокат і поширення в Україні. Проти останнього фільму його церква підготувала петицію з 20.000 підписів. Коли пролунали голоси обурення через заборону прокату гомосексуальної стрічки «Бруно», А. Шарій виступив у «жовтій» Інтернет-газеті from-ua.com з емоційною підтримкою рішення державної комісії.

Впливати на позацерковний простір — суспільство в цілому — протестанти намагаються з середини 2000-х років у *громадській* та *політичній* сферах шляхом участі в роботі громадських і політичних організацій, заснованих на світській та міжконфесійній (міжрелігійній) основі, а також через створення подібних об'єднань із (фактично) протестантським членством.

Всеукраїнська Рада Церков і релігійних організацій (ВРЦіРО) і Українська асоціація релігійної свободи зверталися до рекламодавців щодо морально-етичного змісту рекламної продукції в Україні «з проханням жорстко обмежити пропагування (рекламу) алкоголю і тютюну» [117] і засобів масової інформації України з «приводу безперестанних випадків гранично упередженого висвітлення релігійного життя в українському медіа-просторі» [118].

Постійного характеру ця діяльність набула 2009 року зусиллями заснованого протестантами Інституту релігійної свободи (ІРС). За оцінкою редактора російськомовної версії порталу [risu.org.ua](http://risu.org.ua) О. Кулигіної, співробітники Інституту не акцентують своєї конфесійної належності та однаково фахово висвітлюють проблеми всіх церков. До них дослухаються та їх цитують православні, католики та протестанти, а також багато світських видань або політичних оглядачів. Представники ІРС вхожі в парламент, уряд, ВРЦіРО, Держкомнацрелігій, вони є партнерами у кількох проектах з РІСУ. «І можу сказати, що це найбільш ефективне лобювання інтересів євангельських християн», — уважає пані Кулигіна (лист до автора від 23.02.10).

Ось приклади законотворчої діяльності, спрямованої на захист суспільної моралі у ЗМІ. Дев'ятого червня 2009 року Верховна Рада України прийняла за основу проект Закону «Про внесення змін та доповнень до Кримінального кодексу України щодо захисту суспільної моралі» (за результатами поймаєнного голосування у другому читанні 20 січня 2010 року рішення не ухвалено). Законопроектом № 1340 пропонується передбачити кримінальну відповідальність за порушення законодавства у сфері захисту суспільної моралі щодо обігу *продукції* еротичного чи сексуального змісту, організацію або проведення видовищного заходу такого характеру.

11 червня 2009 року Парламент ухвалив Закон, підготовлений Кабінетом Міністрів України, «Про внесення змін до статті 301 Кримінального кодексу України (щодо відповідальності за зберігання *творів, зображень* або предметів порнографічного характеру)» № 3221. Після підписання Президентом та набуття чинності цих змін, стаття 301 Кодексу буде передбачати кримінальне покарання не тільки за виготовлення, перевезення, інше переміщення чи збут *кіно- та відеопродукції, комп'ютерних програм, творів, зображень* або інших предметів порнографічного характеру, але й також за зберігання зазначеної продукції.

Останньою подією такого типу стало ухвалення Верховною Радою Закону «Про внесення змін і доповнень у деякі законодавчі акти (стосовно боротьби з дитячою порнографією)» (набув чинності дев'ятого лютого 2010 року, автор проекту — депутат П. Унгурян (баптист, фракція БЮТ). Закон «покладає... відповідальність на провайдерів — компанії, які надають послуги доступу до всевітньої мережі Інтернет. Віднині вони зобов'язані ретельніше стежити за фактами зберігання і поширення в Мережі продукції, яку можна кваліфікувати як дитячу порнографію» [198].

Претензії до світських медіа можуть розв'язуватися в судовому порядку. Всеукраїнська Рада Церков і релігійних організацій підтримала рішення Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі. У жовтні 2008 року Національна комісія своїм рішенням визнала низку публікацій у кількох числах київської щоденної газети «Блик» такими, що мають еротичний, порнографічний характер та також ображають релігійні почуття віруючих. 25 грудня 2009 року Окружний адміністративний суд міста Києва відхилив у цілому позовні вимоги ТОВ «Фрі Медіа Україна

ГмбХ» — власника щоденної газети «Блик», який намагався у судовому порядку оскаржити рішення НЕК.

Наприкінці січня 2010 року протестантська церква «Блага вість» (Дніпропетровськ) повідомила, що подає позов проти телеканалу «1+1». Предметом позову є сюжет проекту «ТСН. Варта» — «Організувати секту в Україні може кожен» (11 грудня 2009 року), який, на думку релігійної організації, містить низку неправдивих тверджень. Пастор церкви В. Іванов вважає, що прихожани «Благої вісті» були «ображені та принижені цією інформацією» [29]. Станом на третє березня телеканал відмовився поміщати спростування, посилаючись на те, що заява про це надійшла до нього пізніше ніж 14 днів із часу ефіру. Прокуратура відправила скаргу представників церкви на розгляд Національної ради з питань телебачення та радіомовлення, і там теж відмовили в допомозі та порекомендували звернутися до суду. Як повідомив пастор Іванов, позовна заява готова, і скоро її буде спрямовано за призначенням (лист до автора від 3.03.10).

Налагоджують співробітництво зі ЗМІ й міські ради церков і релігійних організацій. Наприклад, 25 листопада 2009 року представники Київської ради Церков і релігійних організацій обговорювали питання регулярного висвітлення в комунальних засобах масової інформації (ТРК «Київ», газетах «Хрещатик» та «Вечірній Київ») важливих подій церковно-релігійного життя, позитивного досвіду соціальної та благодійної роботи релігійних організацій м. Києва серед хворих, інвалідів, дітей, які залишилися без батьківської опіки, людей, схильних до негативних звичок, та інших соціально-вразливих та малозахищених верств населення. Заступник голови київської міської держадміністрації С. Рудик запевнив у готовності міської влади «надати можливість висвітлювати свою діяльність у комунальних засобах масової інформації представникам всіх конфесій» [150].

Протестанти беруть участь у роботі щорічних «круглих столів», присвячених проблемам висвітлення питань релігії у ЗМІ, мета яких — актуалізація професійних стандартів журналістики в розкритті цієї делікатної та конфліктогенної тематики. 2009-го року такі заходи пройшли в Києві (27 квітня і 30 травня), Львові (13 травня), Хмельницькому (8 грудня). Організаторами окремих засідань виступали Інститут журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка, Відділення релігієзнавства Інституту

філософії НАН України, Центр релігійної інформації і свободи Української асоціації релігійної свободи, Релігійно-інформаційна служба України, Держкомітет у справах національностей і релігій, Асоціація журналістів-християн «Новомедіа», Відділ у справах національностей та релігій Львівської обласної держадміністрації.

Релігійно-інформаційна служба України (РІСУ) багато років є майданчиком міжконфесійної співпраці у галузі релігійних комунікацій. Протестанти входять до редакційного та експертного складу РІСУ; служба здійснює моніторинг релігійної тематики у світських мас-медіа, зокрема образу протестантських церков, проводить веб-конференції з очільниками релігійних організацій цього напрямку, бере участь у проведенні вищезгаданих «круглих столів».

Асоціація журналістів-християн «Новомедіа» зробила інформаційні «війни» одним зі своїх статутних завдань.

Головний конфлікт аналізованої теми походить від зіткнення абсолютизованої етики монотеїстичних релігій, часткою яких є протестантське християнство, і панеконічної логіки світських мас-медіа, для яких визначальним орієнтиром є споживацькі інтереси аудиторії.

Українські протестанти здійснюють систематичну соціальну критику окультного й аморального контенту в мас-медіа. У приватній сфері відмова від споживання неприйнятної інформації може приводити до конкуренції технічних засобів за увагу реципієнта аж до фізичного нищення ним *гріховних* медіумів (наприклад, спалювання окультної літератури). У публічній сфері церковна громада прагне зафіксувати інформаційний горизонт своїх членів. В останні роки протестанти намагаються захищати суспільну мораль у ЗМІ шляхом участі в роботі громадських і політичних організацій. Тут методами є звернення до працівників інформаційної галузі, законотворча діяльність, судові позови, зв'язки з журналістською спільнотою, «круглі столи», офіційні заяви.

#### **4.4. Методи оцінки ефективності протестантських ЗМІ України**

Одна із засадничих труднощів у вивченні масової комунікації полягає у вимірі ефективності та впливу ЗМІ. Людина лишається надто складним і непередбачуваним об'єктом, щоб можна було напевне судити про мотиви її конкретних учинків. Тим паче, коли йдеться про такий аморфний конгломерат, як масовокомунікаційна

аудиторія. Складність цього завдання не відмінняє його актуальності для науковців. У випадку релігійної комунікації ситуацію ускладнює силове поле сакральних авторитетів, які в постмодерний час повертають владу, відібрану в них ідеологіями Просвітництва, і «викривляють» роботу політтехнологій, розрахованих на «людину маси».

Методами вивчення ефектів релігійної комунікації є інтерв'ювання релігійних журналістів [148] і представників аудиторії релігійних ЗМІ [3, 273], моніторинг медіа [19, 262, 275, 349], упорядкування системи ЗМІ [128, 269], фіксація усних свідчень очевидців [406] (багато таких матеріалів представлено в результатах дослідницького проекту «Історія євангельського руху в Євразії» (п'ять CD-дисків, Одеса, 2002–2006), експертні опитування [375] тощо.

Популярним методом вивчення комунікаційних явищ є соціологічне опитування. Цей метод охоплює широку аудиторію, тож його перевагою є репрезентативність результатів. Інтереси світських і релігійних дослідників цієї теми збігаються в бажанні визначити, наскільки релігійний інформаційний продукт цікавий світській аудиторії. З точки зору релігійних організацій, ідеться про його місіонерський потенціал. Так, «соціологічне опитування, проведене Асоціацією «Арраїд», показало, що російськомовне населення Криму одержує відомості про іслам з випадкових, недостовірних джерел: з радіо та телепередач (23 %), з власних спостережень за мусульманами (20 %), з розмов із знайомими (17 %), з загальнодоступних газет та журналів (14 %), з художньої літератури про країни Сходу (11 %), з критичної літератури (6 %). ...тільки 8 % респондентів здобувають такі дані з спеціальної релігійної літератури (не зазначено — християнської чи ісламської)» [152, с. 81].

Зазвичай дослідники студіюють електронні медіа через широту їх аудиторії. 2008-го року Міжнародна маркетингова група вивчала потенційну та наявну аудиторію заснованого протестантами «Світлого радіо Еммануїл» (Київ). Опитано тисячу мешканців столиці. Виявлено такі причини слухання радіо «Еммануїл»: 1) «вони віруючі»; 2) подобається тематика; 3) подобається музика; 4) єдине християнське радіо в Україні. Названі фактори вказують на нішевий характер радіостанції. Більша частина респондентів — 64 % — уважає, що радіо «Еммануїл» не має недоліків. Серед відмічених ганджів можна виділити незручну частоту й погану якість прийому.

Більшість аудиторії цього радіо складають жінки, яким за 31 рік. 73 % аудиторії перебувають у шлюбі. Рекомендації маркетологів: «використання частоти 67,28 FM суттєво знижує потенційну аудиторію слухачів (із трьох мільйонів осіб до приблизно одного мільйона) й обмежує контакт із молоддю й активним працездатним населенням. Ретранслявання програм радіо «Еммануїл» на інших частотах, зокрема в діапазоні 87,5 — 108 FM дозволить залучити до слухацького загалу найактивнішу аудиторію — молодь (12–19 років), студентство (19–22 роки), молодих і досвідчених спеціалістів (22–28 і 29–40 років відповідно)» [250, с. 10], урізноманітнювати музичний діапазон, створювати програми для дітей, молоді та родини.

У повідомленні на сайті радіостанції про результати цього опитування знаходимо інші акценти: «загальна кількість потенційних слухачів «Світлого радіо» в столиці приблизно 2,8–3 млн осіб, або 1,2 % усіх радіослухачів міста. Згідно з дослідженням, радіо «Еммануїл» має вищий рейтинг у порівнянні з деякими достатньо відомими радіостанціями верхнього FM-діапазону». «Світле радіо» посідає 21 місце із 36. Менший рейтинг мають: «Народное радио» (1,09 %), «Musik Radio» (0,95 %), «Промінь» (0,95 %), «Культура» (0,68 %), «Просто радио» (0,68 %), «Бизнес радио» (0,41 %), «Radio One» (0,27 %), «Ренессанс» (0,27 %), «Love Radio» (0,14 %), «A1» (0,14 %), «BBC» (0,14 %), «Интернет радио» (0,14 %), «Кликер» (0,14 %), «Столица» (0,14 %), «Эхо Москвы» (0,14 %). Відтак, заснована протестантами міжконфесійна радіостанція випереджає чимало нішевих станцій: «Радіо «Еммануїл» слухають, в основній своїй масі, віруючі люди, для яких важлива відповідність наповнення радіоефіру їх духовним потребам саме в релігійному аспекті» [250, с. 78].

Гіпотеза, що релігійна інформація у постатеїстичному суспільстві може стабільно привертати пильну увагу, є хибною. Поза винятками типу Польщі широка громадськість таких країн є високо секуляризованою, тому сприймає релігійний світ, як ми бачили на прикладі опитування щодо знання про іслам, значною мірою через призму світських ЗМІ. А останні дивляться на релігію «ззовні» очима невігласа-скептика й відмовляють їй у власній специфіці, добачаючи в релігійних новинах виключно елементи інших сфер буття: важіль політичної інтеграції країни, інтриги, фанатизм, кримінал, боротьбу за гроші та владу, маніпулювання людьми, у кращому разі екзотику й архівну старовину. Церква для них — «театральна вистава»,

«спортивна гра», «легковажна жінка», «картярська гра» [170, с. 132]. Місіонерський потенціал релігійної інформації не є високим, бо масова комунікація працює більше на підтримку наявних поглядів, ніж на їх трансформацію. Глибока зміна переконань, що становить один із суттєвих компонентів релігійного навернення, відбувається індивідуально, а не масово; цій зміні передують особисті потрясіння; нові уявлення запозичуються з альтернативних джерел інформації; основним медіатором постає не технічний засіб комунікації, а родич або знайомий, у якого вже сформувався подібний світогляд.

Значимість цих факторів демонструє дослідження Д. Гліка [73]. Науковець аналізував причини приєднання українських громадян до баптистської церкви. 2005-го року в різних містах Вінницької, Дніпропетровської, Закарпатської Запорізької, Київської, Харківської областей і Криму було опитано 91 наверненого в баптизм у 2003–2004 роках. Вік опитаних 15–86 років (у середньому 36). Причини увірування такі: 70 % випадків — свідчення віруючої особи; 42 % — переживання кризової ситуації; 42 % — навернення близької людини; 26 % — розчарування в житті; 24 % позитивне враження від візиту до баптистської громади; 19 % — вплив родича-християнина (зазвичай бабусі); 14 % — читання Біблії; 11 % — інші фактори. Часто поєднувалося кілька чиників: як правило, життєва криза зумовлювала позитивний відгук опитаних на свідчення віруючого знайомого чи родича. *Сумарний* вплив особистого спілкування з віруючими (свідчення вірника, навернення родича, відвідування богослужіння, вплив родича) дорівнює... 155 % і здається універсальним; читання Біблії спричинило увірування кожного сьомого респондента; є один випадок конверсії після прослуховування християнських радіопередач і один — після роздумів над моральною проблематикою переглянутих кінофільмів (не зазначено, релігійних чи світських). Вочевидь, місія вимагає місіонера, а не «місіонерського» ЗМІ.

2005-го року працівники Науково-дослідного інституту Федеральної служби виконання покарань провели «соціологічне дослідження ефективності використання мовлення каналу ТБН-Росія у виправних установах Санкт-Петербурга й Ленінградської області. Було опитано 98 засуджених і 8 співробітників, серед яких начальники загонів і спеціалісти відділу виховної роботи. <...> Половина опитаних зазначила, що тематика передач телеканалу ТБН їх повністю задовольняє. ...при порівнянні передач із загальною та християнською тематикою 79 % засуджених віддали перевагу



останнім» — з етичних міркувань; «на запитання про те, як передачі телеканалу ТБН вплинули на засуджених, останні відповіли таким чином. 54 % почали по-іншому дивитися на колишнє життя, відчуваючи власні непорядні вчинки; 43 % набули нових знань про життя; 25,5 % відчули потребу в здобутті освіти й набутті гарної професії; 19,5 % відчули покращення свого емоційно-психологічного стану; 5 % не відчули жодного впливу; 11 % опитаних було важко відповісти» [26, с. 104, 105].

Не слід покладатися на ці показники. Позитивне ставлення засуджених до передач заснованого протестантами міжконфесійного телеканалу не свідчить про те, що в'язні стабільно віддаватимуть їм перевагу перед світськими аналогами. Засуджені відчувають «інформаційний голод». Вони прагнуть переконати «начальство» і осіб з волі про позитивні зрушення у своїй свідомості й поведінці. Тюрма не є зоною впевненості й комфорту; соціальна і психологічна «стигма» ув'язненого спонукає його аналізувати обставини, які призвели до позбавлення волі. Такі переживання душевно усамітнюють в'язня, готують його до прийняття рішень, які можуть забути після звільнення.

Нерозуміння релігійної інформації як нішевої, а релігійних медіа як спеціалізованих спонукає до іншої крайності — висновків типу «тільки 3 % всіх публікацій світських ЗМІ (згідно з моніторингом А. Колодного) стосуються релігії. [Це] Не рибуткова, *невпливова*, неважлива сфера життя суспільства, тому й не користується попитом, суспільна потреба в інформуванні про неї є критично малою» [401, с. 312] (курсив мій — М. Б.). Дослідникам бракує погляду «зсередини» — вивчення оцінки релігійних медіа їх основною аудиторією: членами релігійних організацій.

Щоб заповнити цю лакуну, ми провели соціологічне опитування аудиторії та співробітників протестантських ЗМІ України — не тільки телебачення й радіо, але й преси та Інтернету. Дослідження тривало з 27.04.09 по 22.11.10. Алгоритм дослідження, план і формулювання питань, організація рекламної кампанії електронної анкети, її розробка в спеціалізованій програмі LimeSurvey проведено за підтримки О. Миколаєнка, випускника соціологічного факультету Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна.

Опитування проводилося за трьома напрямками: анкета Редактора (адміністративні функції), Журналіста (виконавчі обов'язки) й анкета Аудиторії. Пишемо назви цих фокус-груп із

заголовних літер, щоб відрізнити їх відповіді від загального стану справ. Отримано 513 анкет. Із них редактори протестантських ЗМІ подали 59 анкет, журналісти 66, споживачі протестантських ЗМІ 388. Опитування проводилося в Інтернеті (де географічні межі не мають питомого значення), а також у Києві, Дніпропетровську, Харкові та Львові. Більшість анкет було запропоновано адвентистам сьомого дня (тут спрацювали особисті зв'язки автора цих рядків), також брали участь баптисти, п'ятдесятники, харизмати, євангельські християни, месіанські юдеї, православні, римсько- і греко-католики, свідки Єгови, особи без конфесійної належності. Респонденти з непротестантських кіл або заповнювали електронну анкету, або були присутні на заходах, де роздавалися бланки.

Опитування Аудиторії проводилися на протестантських богослужіннях. Опитування співробітників цих медіа відбувалося на спеціалізованих заходах протестантських журналістів або методом прямої розсилки. Також усі три анкети були доступні в електронній версії опитування, яка рекламувалася на спеціалізованих ресурсах для протестантських медійників і на релігієзнавчих сайтах України.

На початку порівняймо спільні характеристики трьох груп (відсотки для частин менше ніж 10 % не вказуємо).

	<b>Редактори</b>	<b>Журналісти</b>	<b>Аудиторія</b>
<b>Кількість анкет</b>	59	66	388
<b>Конфесійний склад</b>	Адвентисти 3 Баптисти 12 (20 %) Євангелісти 2 Євангельська церква 5 Євангельські християни 2 Месіанський юдаїзм 1 П'ятдесятники 18	Адвентисти 18 (27 %) Баптисти 11 Євангелісти 1 Євангельські християни 3 П'ятдесятники 10	Адвентисти 279 (72 %) Баптисти 33 Греко-католики 1 Євангелісти 1 Євангельські християни 3 Католики 1 П'ятдесятники 19 Православні 1 Православні МП 1

	Протестанти 4 Римсько-католики 1  Харизмати 9 Християни 1	Протестанти 2  Харизмати 10	Протестанти 8  Свідки Єгови 1 Суботствуючі (не адвентисти) 1 Харизмати 15
<b>Вік</b>	0–15 — 0 16–25 — 13 (22 %)  26–30 — 12 (20 %) <b>31–45 — 25 (42 %)</b>  46–60 — 10 (16 %) Від 61 — 0	0–15 — 0 <b>16–25 — 27 (40 %)</b> 26–30 — 17 (25 %) 31–45 — 17 (25 %)  46–60 — 2 Від 61 — 0	0–15 — 8 16–25 — 59 (15 %)  26–30 — 43 (11 %) <b>31–45 — 104 (26 %)</b> 46–60 — 88 (22 %) Від 61 — 54 (14 %)
<b>Сімейний статус</b>	Одружений / заміжня 39 (66 %)  Неодружений / незаміжня 15 (25 %)	Одружений / заміжня 21 (32 %)  Неодружений / незаміжня 39 (59 %) Вдівець / удова 1	Одружений / заміжня 166 (43 %) Неодружений / незаміжня 102 (26 %) Вдівець / удова 13 Розведений / розведена 11
<b>Місцемешкання</b>	<i>Області України:</i>  Волинська 2 Дніпропетровська 8  Донецька 4 Житомирська 2  Київська 11  Крим 2 Луганська 1	<i>Області України:</i>  Волинська 1 Дніпропетровська 1 Донецька 2 Житомирська 1  Запорізька 2 Київська 13  Крим 5 Луганська 1	<i>Області України:</i> Вінницька 2 Волинська 3 Дніпропетровська 45 (12 %) Донецька 14 Житомирська 2 Закарпатська 1 Запорізька 6 Київська 182 (47 %) Кіровоградська 1 Крим 1 Луганська 1 Львівська 3

	<p>Одеська 5 Полтавська 1 Рівненська 3</p> <p>Тернопільська 2 Харківська 1</p> <p>Херсонська 1 Хмельницька 3 Черкаська 2</p> <p><i>Закордон:</i></p> <p>Німеччина 1</p>	<p>Полтавська 2 Рівненська 1 Сумська 1 Тернопільська 1 Харківська 5</p> <p>Херсонська 4 Хмельницька 1 Черкаська 2 Чернівецька 1</p>	<p>Миколаївська 1 Одеська 4 Полтавська 8 Рівненська 2 Сумська 1 Тернопільська 3 Харківська 46 (12 %) Херсонська 4 Хмельницька 4</p> <p>Чернівецька 1 Чернігівська 2</p> <p><i>Закордон:</i> Велика Британія 1 Казахстан 1 Латвія 1 Німеччина 1 Російська Федерація 5 США 2</p>
<b>Осві- та</b>	<p>Училище / технікум 15</p> <p>Незакінчена вища 3</p> <p>Вища 35 Технічна 14 Гуманітарна 14 Журналістська 4 Кілька вищих 2 Закінчив аспірантуру 1</p> <p>Кандидат наук 1 Доктор наук 1</p>	<p>Училище / технікум 10</p> <p>Незакінчена вища 6</p> <p>Вища 16 Технічна 16 Гуманітарна 13 Журналістська 6 Кілька вищих 3</p> <p>Кандидат наук 1</p>	<p>Училище / технікум 128 Студент 5</p> <p>Незакінчена вища 5</p> <p>Вища 59 Технічна 100 Гуманітарна 73 Журналістська 16 Кілька вищих 19 Аспірант 3 Старший науковий співробітник 1 Кандидат наук 8</p>

Як і слід очікувати, вікову стратифікацію Аудиторії розподілено найрівномірніше з переважанням у поясах 31–45 і 46–60 років.

Водночас поважний відсоток церковної людності становить молодь (16–25 років) і пенсіонери (від 61 року). Близчий до Аудиторії склад групи Редакторів: основна її частка (удвічі більша від аналогічної страти Аудиторії) також припадає на 46–60 років. Серед Журналістів цей віковий відсоток мізерний. Покоління старше 61 року серед працівників ЗМІ зовсім не представлено. Редактори «молодші» від Аудиторії, але «старіші» від Журналістів: страти Редакторів 16–25 і 26–30 років майже удвічі більші від аналогічних показників Аудиторії, але Журналісти майже вдвоє перевищують обсяг страти 16–25 років у Редакторів. Протестантські журналісти — в основному студентська й працююча молодь. Недалеко від її показників відбігає група Редакторів. Журналісти й Редактори прагнуть звертатися до своїх однолітків, уважаючи їх за найбажанішу цільову аудиторію (про це нижче). Однак третина Аудиторії (36 %) належить до передпенсійного та пенсійного віку, при цьому становлячи стабільний та вимогливий тип користувачів церковних ЗМІ. Ця різниця є одним із джерел напруги на ринку релігійних медіа, протестантських зокрема.

Щодо сімейного статусу Редактори майже відповідають Аудиторії. Від цих груп різко відрізняються Журналісти з майже протилежним співвідношенням одружених і одиноких осіб. За цих умов соціальне становище Редакторів допоможе їм бути «фільтрувальниками» в обслуговуванні потреб Аудиторії щодо сімейної проблематики та підтримувати status quo.

Рівень освіти є високим у всіх групах. Якщо міряти вищою освітою, то навіть у Аудиторії цей показник дорівнює 69 %. Такі цифри більш характерні для церков міст-мільйонників, де було роздано 53 % анкет Аудиторії.

За переліченими показниками Редактори й Журналісти приблизно тотожні Аудиторії. Рівень освіти працівників ЗМІ є вищим від освіченості Аудиторії, однак навряд чи Редактори й Журналісти є інтелектуальною елітою церков.

Порівняймо аспекти творчої біографії Редакторів і Журналістів.

	<b>Редакто- ри</b>	<b>Журналі- сти</b>		<b>Редактори</b>	<b>Журналісти</b>
<b>Цер ков- ний стаж</b>	До 4 років — 3 <b>4–10</b>	До 4 років — 4 <b>4–10</b>	<b>Ваш стаж роботи в</b>	До 4 років — 20 (39 %) 4–10	До 4 років — <b>30 (45 %)</b> 4–10 років — 15 (23 %)

	років — <b>31 (52 %)</b> Більше 10 років — 22 (37 %) 3 дитинства 1	років — <b>31 (45 %)</b> Більше 10 років — 19 (29 %) 3 дитинства 4	<b>журнали стиці (світись -кій та христи- янсь- кій)</b>	років — 22 (37 %) Більше 10 років — 9 (15 %)	Більше 10 років — 6
--	---	---	--	--	------------------------

З огляду на віковий склад зрозуміло, що Редактори матимуть більший церковний стаж і досвід роботи, ніж Журналісти. У Редакторів різні терміни роботи в журналістиці (переважно не надто великі), а от серед Журналістів початківці становлять майже половину.

	<b>Редактори</b>	<b>Журналісти</b>
<b>Як прийшли у протестантську журналістику</b>	Запропонували представники церкви 13 (22 %) Через світську 9 За покликанням 8 Бог привів 4 Випадково 3 Завдяки Асоціації «Новомедіа» 3 Завдяки протестантським медіа 3 Через інше служіння 2 Було цікаво 1 Відвідування семінару 1 Після навчання в біблійному коледжі 1 Цілеспрямовано 1	Через друзів і знайомих, за рекомендацією представників церкви й протестантських журналістів 22 (33 %) Через світську 9 За покликанням 3 За власним бажанням 3 Завдяки Асоціації «Новомедіа» 1 Через інше служіння 2 Стало цікаво 1 Складно пояснити 2 Через кастинг 1 Логічно, послідовно 1
<b>Ваша форма зайнятості на цій посаді</b>	Повна 24 Часткова 16 Волонтерство 17	Повна 23 Часткова 12 Волонтерство 25
<b>Чи влашту-вує</b>	Так 9 Ні 11	Так 5 Ні 14 Частково 1

<b>заробітна плата</b>		Не відмовлюсь від підвищення 1 Не зовсім 1
<b>Чи працюєте в іншому місці</b>	Так 28 Ні 9 Шукаю іншу роботу 1	Так 29 Ні 8
<b>Ваша форма зайнятості на іншому місці</b>	Повна 9 Часткова 4 Волонтер 3	Повна 4 Часткова 3 Волонтер 1
<b>Чи влаштує заробітна плата на іншому місці</b>	Так 13 Ні 5	Так 9 Ні 14 Частково 2
<b>Які Ви бачите шляхи підвищення своєї кваліфікації</b>	<b>Самоосвіта 39 (59 %)</b> Спілкування з колегами 30 (45 %) Семінари 17 (26 %) Світські 20 (30 %) <b>Релігійні 31 (47 %)</b> Семінари «Новомедіа» 4 Курси журналістів 13 (20 %) Світські 5 Релігійні 9 (14 %) Навчання у світських / релігійних ВНЗ 4 Навчання в релігійних ВНЗ 4 Навчання у світських ВНЗ 2 Отримання журналістської освіти у світських /	<b>Самоосвіта 44 (75 %)</b> Спілкування з колегами 32 (54 %) Семінари 11 (17 %) Світські 23 (39 %) <b>Релігійні 33 (56 %)</b> Семінари «Новомедіа» 6 Курси журналістів 12 (20 %) Світські 12 (20 %) Релігійні 17 (29 %) Навчання у світських / релігійних ВНЗ 18 (27 %) Навчання в релігійних ВНЗ 1 Навчання у світських ВНЗ 1 Отримання журналістської освіти у світських /

	<p>релігійних ВНЗ 7  Журналістська практика 1  Практика та співпраця 1  Заочна журналістська освіта 1  Моніторинг ЗМІ 1  Переїняття досвіду професіоналів 1  Порівнюю своє видання з іншими 1  Робота з іноземцями 1  Читання Біблії та духовної літератури 1  Допомога іншим 1</p>	<p>релігійних ВНЗ 15 (25 %)  Журналістська практика 1  Ведення блога 1  Вивчати нові технології 1  Майстер-класи 1</p>
<p><b>Оцініть ефективність спілкування з колегами за десятибальною шкалою</b></p>	<p>10 — 4  9 — 4  8 — 3  7 — 5  6 — 1  5 — 5  4 — 1</p> <p>Досить ефективно 2  Низька 1</p>	<p>10 — 2  9 — 3  8 — 7  7 — 4</p> <p>5 — 4, 5–10 — 1  4 — 2  3 — 1  3–5 — 1  2 — 2</p> <p>Висока ефективність 2  Низька ефективність 1  Нормально 1</p>
<p><b>Назвіть регламентуючі документи з Вашої професійної тематики, з якими Ви знайомі</b></p>	<p>Назвали 22 (33 %)  Не знайомий 3</p> <p>Не доводилося користуватися 1</p>	<p>Назвали 9 (15 %)  Не знайомий 4  Ніяких 3</p> <p>У цю сферу не заглиблювався 1</p>



<b>Чи знайомі Ви з діяльністю Асоціації «Новомедіа»</b>	Так 39 Ні 7 Мало знаю 4 Частково 1	Так 33 Ні 15 Не дуже 1
<b>У якій формі Ви знайомі з її роботою</b>	Відвідування семінарів 22 Знайомство із записами семінарів 18 Читання новин Асоціації, сайту, бюлетеня 35 Спілкування з членами Асоціації 25 Очолюю регіональний осередок Асоціації 1 Періодично проводжу її семінари 1 Участь у роботі Асоціації 1	Відвідування семінарів 15 Знайомство із записами семінарів 8 Читання новин Асоціації, сайту, бюлетеня 24 Спілкування з членами Асоціації 21

Серед причин приходу в протестантські медіа помітно лідирують особисті зв'язки майбутнього редактора чи журналіста. Це вкотре демонструє взаємопов'язаність масової та групової комунікації в практиці протестантських церков, в Україні зокрема. На другому місці перебуває досвід роботи у світських ЗМІ, який неофіт намагається використати на користь церковній справі, затим прагнення до реалізації своїх здібностей у релігійній сфері, особистий вибір особи, а також освітні заходи церковних журналістів.

Співвідношення форм зайнятості в цих групах, за свідченнями респондентів, майже ідентичне. Менший вік Журналістів пояснює їх більші запити щодо розміру зарплати, соціальну мобільність, можливо, кращу обізнаність щодо ринку праці. Імовірно, Редактори отримують більші оклади, ніж Журналісти.

Шляхи підвищення кваліфікації у цих груп досить схожі. Головні їх напрямки повністю ідентичні: 1) самоосвіта, 2) релігійні семінари й 3) спілкування з колегами. Більше тяжіючи до усної комунікації, ефективність останнього напряму Журналісти оцінюють

трохи критичніше. Можливо, даються взнаки максималізм молодості та ширший кругозір, вихований Інтернет-спілкуванням.

Редактори менше прагнуть отримувати вищу (журналістську чи іншу) освіту у світських чи релігійних ВНЗ; журналістські курси теж викликають у них слабший ентузіазм. Як і студенти світських журфаків, вони висловлюють недовіру до теоретичної підготовки. Практична діяльність видається Редакторам гідним шляхом професійного зростання. Щодо участі в роботі профспілки християнських журналістів «Новомедіа» Редактори перевищують Журналістів, хоч і не принципово, по всіх показниках. Удвічі більший відсоток Редакторів виявляє обізнаність у законодавстві щодо функціонування ЗМІ.

	<b>Журналісти</b>	<b>Редактори</b>		<b>Редактори</b>
<b>Ваша освіта</b>	Училище / технікум 10 Незакінчена вища 6 Вища 16 Технічна 16 Гуманітарна 13 Журналістська 6 Кілька вищих 3  Кандидат наук 1	Училище / технікум 15 Незакінчена вища 3 Вища 35 Технічна 14 Гуманітарна 14 Журналістська 4 Кілька вищих 2 Закінчив аспірантуру 1 Кандидат наук 1 Доктор наук 1	<b>Освіта Ваших співробітників</b>	Різна, спеціальної освіти ні в кого немає 4 Училище / технікум 3  Вища 37  Гуманітарна 4  Журналістська 7
<b>Оцініть свою професійну</b>	12+ — 1  8 — 7 7 — 9	10 — 2 9 — 7 <b>8 — 14</b> 7 — 9	<b>Оцініть професійну компе-</b>	12+ — 1 10 — 7 9 — 3 <b>8 — 12, 8-9 — 1</b> 7 — 9, 7-8 — 2

<b>компетенцію за десятибальною шкалою</b>	6 — 8 5 — 11 4 — 1, 4-5 — 1 3 — 3 2 — 2	6 — 5 5 — 4 4 — 2 3 — 1 2 — 3	<b>тенцію співробітників за десятибальною шкалою</b>	6 — 10, 6-10 — 1, 6-9 — 1, 6-8 — 1 5 — 13, 5-10 — 1, 5-7 — 1 4-8 — 1 3 — 1 2 — 3, 2-8 — 1, 2-5 — 1
<b>У чому відчуваєте потребу</b>	У досвіді роботи 44 (67 %) У журналістській освіті 35 (53 %) У технічній освіті 31 (47 %) У підвищенні загального культурного рівня 21 (39 %) У духовному зростанні 35 (53 %) У богословській освіті 6 У вільному часі 2 У фінансах 2 В участі колег 2 У моральній та духовній	У досвіді роботи 36 (61 %) У журналістській освіті 38 (64 %) У технічній освіті 24 (40 %) У підвищенні загального культурного рівня 19 (32 %) У духовному зростанні 30 (50 %) У богословській освіті 2 У вільному часі 3 У фінансах 2 Підтримка інших журналістів 1 У розвиток навичок	<b>У чому Ваші співробітники почувають потребу</b>	У досвіді роботи 29 (50 %) У журналістській освіті 36 (61 %) У технічній освіті 18 (30 %) У підвищенні загального культурного рівня 17 (29 %) У духовному зростанні 17 (29 %) У вільному часі 1 У фінансах 1 В обміні досвідом 1 В особистій організованості 1

	підтримці 1 У комунікабельності 1 У навичках відеомонтажу 1 У молодості 1 У ноутбуку 1 У розумінні внутрішньоркових відносин 1	«сліпого» набору тексту 1 У навичках розробки й наповнення сайтів 1 У співробітництві з іншими ЗМІ 1		У семінарах 1 Періодично втрачають розуміння пріоритетності цієї справи 1 У самотійності від пасторської цензури 1
<b>Чи є у Вас бажання і можливість підвищувати свою журналістську кваліфікацію</b>	Так 54 (81 %) Ні 1 Не зовсім 1	Так 56 (95 %) Ні 3  За повної зайнятості складно знайти час на навчання 1 Брак коштів 1	<b>Чи є у них бажання й можливість підвищувати свою професійну компетенцію</b>	Так 47 (80 %) Ні 3 Не завжди 1 По-різному 1
<b>Чи спонукає Вас адміністрація ЗМІ до цього</b>	Так 7 (10 %) Ні 3	Так 4 Ні 1	<b>Чи спонукаєте Ви їх до цього</b>	Так 48 (81 %) Ні 4
<b>Чи є</b>	Брак часу 7	<b>Брак часу 13</b>	<b>Чи є</b>	<b>Брак часу 8</b>

<b>інші пере-шкоди до Вашо-го профе-сійно-го зроста-ння</b>	<b>Інша робота 8</b> <b>Брак коштів 8</b> Сім'я 2  Немає можливості вчитися 3 Немає бажання 2 Застаріле технічне забезпечення 1 Невпевненість у своїх можливостях 1 Відсутність поважного досвіду 1 Задоволення нагальних потреб 1	Інша робота 3 Брак коштів 3  <b>Сім'я 4</b> Інше служіння 3 Інші обов'язки 1  Моя недостатня технічна забезпеченість 1 Не знаю, як організувати себе в цьому 1 Шукаю іншу роботу, де можна розвиватися 1	<b>інші пере-шкоди до їх профе-сійно-го зроста-ння</b>	<b>Інша робота 9</b> Брак коштів 3  Сім'я 3 Інше служіння 3  Лінь 2 Відсутність перспективи росту через недостатньої кількості конфесійних ЗМІ й небажання світських ЗМІ брати на роботу віруючих 1 Не визначилися, чи є це їх покликанням 1 Немає спілкування з професіоналами 1 Немає стимулу 1 Неможливість навчатися з відривом від роботи 1 Нечіткі посадові інструкції 1 Складно зрушити стару систему, за якою працює літературний редактор 1
---	---	---	--	---

Продуктивним є порівняння оцінки Журналістами й Редакторами власної професійної компетенції та шляхів її покращення. Для додаткового компаративного матеріалу Редакторам було запропоновано схарактеризувати ці показники й щодо своїх співробітників.

Журналісти оцінюють себе найскромніше. Себе Редактори вважають дещо кваліфікованішими. Іще вищу оцінку вони дають своїм підлеглим; тут знаходимо й більшу кількість відміток, і дробові бали — бажання уточнити картину.

Головними потребами усіх трьох груп є досвід роботи й журналістська освіта. Настільки ж привабливим для Журналістів є духовне зростання.

Практично однотайно (зокрема 95 % Редакторів) три групи заявляють про бажання й перспективи свого професійного зростання. Редактори точно оцінили налаштування Журналістів щодо цього відношення.

У разючому контрасті до попереднього пункту перебуває особисте мотивування до вдосконалення професійної компетенції — особистої та підлеглих. Тільки десята частина Журналістів відмітила зацікавленість адміністрації ЗМІ в їх зростанні як фахівців. А Редактори твердять, що заохочують співробітників до цього у 8,1 рази активніше, ніж це зафіксували Журналісти. Перешкоди до професійного зростання всюди однакові: зайнятість на іншій роботі, необхідність заробляти на життя, годувати сім'ю, задіяність в інших служіннях.

Тепер схарактеризуймо ЗМІ, що їх представляють респонденти.

	<b>Редактори</b>	<b>Журналісти</b>
<b>Тип Вашо го ЗМІ</b>	Преса 25 (42 %) Інтернет 23 (39 %) ТБ 6 Радіо 1	Преса 18 (27 %) Інтернет 21 (32 %) ТБ 7 Радіо 2
<b>Тип зас- нов- ника</b>	Церква 15 (25 %) Приватна особа 14 (24 %) Громадська організація 4	Церква 16 (24 %) Приватна особа 8 (12 %) Громадська організація 3
<b>Кон- фесій на на- леж- ність ЗМІ</b>	Конфесійна 25 (42 %) Міжконфесійна 19 (32 %) Міжрелігійна 3 Світська 1 Просвітницьке видання 1 Євангелізаційне 5	Конфесійна 13 (17 %) Міжконфесійна 13 (17 %) Міжрелігійна 2 Світська 2 Нерелігійна організація з християнською основою 2 Не задумувалася над цим. Ми нормально ставимося до інших релігій 1

		Не акцентує на розбіжностях, а концентрується на головних християнських цінностях 1
<b>Цільова аудиторія</b>	<b>Невіруючі 8</b> Члени певної конфесії 5 Віруючі 2 Найширша 6 Християни 6 Молодь 4 Шукаючі 3 Сім'ї 2 Діаспора церкви 1 Підлітки 1 Євангельські віруючі 1 Зрілі християни 1 Молоді люди, що шукають Бога 1 Невіруюча молодь 1 Невіруючі 18–40 років 1 Нехристияни 1 Партнери служіння 1 Позацерковні особи 25–60 років 1 Прихожани нових протестантських церков 1 Російськомовні християни по всьому світі 1 Служителі 1 Студенти ХГЕУ (протестантського ВНЗ) 1 Хімічно залежні 1 Християни, що відвідують сайт <a href="http://invictory.org">invictory.org</a> 1 Християни, що читають книги; богослови; студенти християнських вузів 1 Мої знайомі 1 Педагоги 1 Російськомовне населення 1	Невіруючі 6 <b>Члени церкви 7</b> Віруючі 6 Найширша 5 Невіруюча молодь 3 Молодь 2 Віруюча молодь 3 Сім'ї 2 Новонавернені 2 Підлітки 2 Аудиторія протестантських телеканалів 1 Учителі християнської етики й люди, що цікавляться морально-етичними темами 1 Невіруючі підлітки 1 Невіруючі середнього віку 1 Підлітки-християни 1 «Співчуваючі», випадкові глядачі 1 Студенти, церкви, гості протестантського ВНЗ ДХУ 1 Хімічно залежні 1 Християни 5–40 років 1

	Сурдоперекладачі, глухі, слабочуючі 1 Будь-яка з інтересом до культурної проблематики 1	
<b>Наклад, глядацька аудиторія, інші аудиторні виміри</b>	300 примірників — 1 500 — 2 <b>1000 — 4</b> 2000 — 1 3000 — 1 3500 — 1 4000 — 2 4500 — 1 5000 — 3 <b>10.000 — 4</b> 20.000 — 1 22.000 — 1 90–100.000 — 1 100.000 — 3 10–50 відвідувачів на добу 1 50 відвідувачів на добу 1 Близько 60 відвідувачів сайту на добу 1 250 відвідувачів на добу 1 500 відвідувачів на добу 1 2000 читачів блогу 1 3500 отримувачів новин, 8000 відвідувачів сайту на добу 1 7500 отримувачів новин сайту 1 27.000 відвідувачів на добу 1	<b>500 — 4</b> 1000 — 1, 1100 — 1  3000 — 1   5000 — 1   100.000 — 1   200 відвідувачів на добу 4      1,5 мільйона глядачів 1 Супутниками покрито все вище екватора 1
<b>Географія розповсюдження</b>	Місто 5 Район 2 Область 6 Кілька областей 2 <b>Україна 7</b> СНД 4 <b>СНД й діаспора: Німеччина,</b>	Місто 1  <b>Область 6</b> Кілька областей 3 Україна 2 СНД 4 <b>СНД й діаспора 6</b>



<b>Канада, США, Європа, Португалія, Іспанія, Прибалтика, Італія, Ізраїль 13</b> близько 20 країн 1 Більше 100 країн світу 1 Всесвітня 1 Рунет 1	Всесвітня 1
---	-------------

Преса та Інтернет лишаються головними типами протестантських медіа. Як бачимо, старше покоління тяжіє до друкованих ЗМІ, молодь найкраще почувається в мережному просторі. Причинами цього є порівнянна простота і дешевизна виготовлення інформаційного продукту для цих видів ЗМІ («Інтернет є найорганічнішим для релігійних організацій медійним каналом, оскільки відтворює усну систему комунікації «від особи до особи». Цей канал зв'язку найадекватніший дискурсу, яким користуються релігійні громади та окремі віруючі» [226]), церквам найлегше цензурувати друковані ЗМІ, приймаючи або не визнаючи їх «своїми».

Церкви є головним типом засновників протестантських медіа. Редактори репрезентують той прошарок церковної людності, з якого походять приватні особи, що бажають скласти конкуренцію офіційним ресурсам і виданням конфесій. На нашу думку, це співвідношення ближчим часом зберігатиметься: достатній авторитет церковної адміністрації серед своїх вірних (див. нижче) і акумульовані можливості конфесій забезпечуватимуть пріоритет офіційних ЗМІ. Логічно, що церковні журналісти орієнтуються на інтереси одновірців і членів інших протестантських церков.

Визначення цільової аудиторії є складним завданням для співробітників протестантських ЗМІ. Переважають універсалізовані оцінки «невіруючі», «віруючі», «якнайширше коло». Розмитий, а то й зовсім непродуманий портрет свого читача / глядача / відвідувача не сприяє збільшенню аудиторії видань, як на те, можливо, сподіваються видавці. Слід або формувати нішеві пропозиції («лишилися одиничні ЗМІ, розраховані «на всіх». ...церкві необхідно зрозуміти, кому слід віддати ту чи іншу інформацію, правда, це вимагатиме сил, аби вивчити весь місцевий ринок мас-медіа» [107, с. 19]), ознаки чого поволі виникають у протестантській блогосфері, або інвестувати у своє видання зусилля кваліфікованих кадрів, що вимагає мотивування та гідної оплати, й покращити маркетинг і дистрибуцію видань (причому ефективно просування мережних ЗМІ вимагає не стільки

коштів, скільки грамотної стратегії). На наше переконання, ключовим фактором тут є розуміння цієї проблематики клерикальною верхівкою. Харизматичні церкви не становлять більшості в протестантському середовищі України, однак у цих конфесіях старші пастори безпосередньо опікуються розповсюдженням інформаційного продукту та репутаційним менеджментом своїх конфесій, що дозволяє журналістам із цих церков претендувати на представницькі функції на протестантському медіаринку.

По-різному виглядає і чисельність аудиторії. Якщо припускати, що середня частота виходу друкованих видань — раз на місяць, то можна виділити два основних типи періодичних органів: регіональні видання, орієнтовані на окремі громади чи їх партнерів з оточенням (пояс тисячі примірників), і часописи, адресовані всеукраїнській, а то й міжнародній аудиторії (умовно — пояс 10.000 примірників; див. географію розповсюдження). Серед указаних Редакторами сайтів діапазон добового відвідування відрізняється у 2700 разів. Якщо найпопулярніший з указаних сайтів притягуватиме таку аудиторію протягом року, за цей період його відвідає майже мільйон осіб. Ще амбітніше заявляють про глядацький загаль телеканали (1,5 мільйона; «супутниками покрито все вище екватора»).

Складно оцінювати адекватність оцінок розміру аудиторії протестантського ТБ. Восьмого травня 2011 року на протестантському порталі [ucsus.ru](http://ucsus.ru) (добове відвідування — майже 3000 осіб) ми знайшли опитування «Як часто дивитися християнське ТБ?». Зі 112 осіб, що взяли участь у голосуванні, 32 дивляться «часто», 81 «рідко». Найважливішими коментарями з обох сторін були: «через християнське телебачення я знайшла Всемогутнього Бога» та «християнське телебачення може вивести когось зі складу своєї помісної церкви; також воно створює можливість бути споживачем і жити чужим [духовним] хлібом, не отримуючи задоволення від особистих стосунків з Христом».

Нам не відомі випадки продажу релігійних видань поза церковним простором, будь то ятки в богослужбових приміщеннях чи виїзні кіоски в громадських місцях. Друковані видання обслуговують інформаційні потреби помісних громад, і якщо вірні й поширюють їх, то у своєму оточенні, коли людина бере часопис, будучи обізнаною про релігійні інтереси його власника. У позацерковної особи більше шансів натрапити на протестантську передачу на радіо і ТБ. Тут існує невеликий сектор споживачів, які не мають воцерковлених родичів і

знайомих. Найбільшої інтенсивності конвергенція секулярної та клерикальної аудиторій досягає в Інтернеті: «У реальному житті представники різних релігій та конфесій досить рідко зустрічаються для обговорення широкого кола питань. В Інтернеті ж вони вступають у діалог у рамках одного інформаційного простору» [226]. Аудиторія Мережі групується відповідно до мови та інтересів індивіда. Якщо користувач володіє мовою ресурсу та цікавиться релігійною проблематикою, він може роками моніторити релігійний Рунет, наприклад, не відвідуючи культові приміщення. Інформаційне пересичення, зміна способу життя нерідко веде до ослаблення чи залишення ним цих зацікавлень; життєві кризи, навпаки, можуть спонукати до практикування релігійних приписів аж до приєднання до місцевої громади.

Також Редактори подали такі відомості про свої видання:

- *час заснування*. Один журнал є продовжуваним і веде генезис із 1936 року. У 1990-ті було відкрито 9 видань (15 %), у 2000-ні 38 (64 %). У 2000-х кількість видань постійно зростала (2000 рік — 2 видання, 2001 — 2, 2003 — 3, 2004 — 5, 2005 — 5, 2006 — 6, 2007 — 7) або раніше засновані видання не було відзеркалено в опитуванні чи вони припинили своє існування. Після 2007 року приріст стабілізувався (2008 — 3, 2009 — 5, 2010 — 3) або подібні видання переживають період становлення чи не потрапили на сторінки анкет;

- *державну реєстрацію* має 29 видань (50 %), не має 16 (27 %). Реєстрація не веде за собою втручання у зміст і розповсюдження часопису, доступна за ціною і є більше статусним символом. Частина незареєстрованих видань склали Інтернет-видання, які не потребують реєстрації, та невеликі регіональні часописи;

- 10 респондентів (17 %) заявили, що *перерви у функціонуванні* їх ЗМІ були, 27 (46 %) — що не було. Помітний відсоток видань, які мали поважні перебої у виході, пояснюється періодом становлення церков на пострадянському просторі, не завжди достатнім розумінням клерикальними колами важливості інформаційної діяльності, через що навіть найактивніші медійники, представлені в анкетуванні, не завжди знаходять можливості для стабільної роботи;

- *джерелами фінансування* протестантських ЗМІ (багато респондентів указувало більше одного каналу прибутків) є: засновник, власник — 23 відповіді (39 %), продаж інформаційного продукту, накладу, реклами — 17 (29 %), окремі жертводавці та спонсори — 14 (24 %), нерегулярні пожертви — 13 (22 %),

партнерська мережа і перехресне фінансування всередині медіахолдингу — по одному. Як і в попередніх відповідях, домінує вплив церковних організацій. Говорити про мережу незалежних ЗМІ рано. Продаж інформаційного продукту і реклами дещо перевищив опертя на спонсорські кошти, однак фандрайзинг лишається головним способом утримання неофіційних видань (сумарно 46 %);

- *фінансовий стан* ЗМІ 18 респондентів (30 %) вважає самоокупним, 17 (29 %) дотаційним, 10 (17 %) збитковим, 3 прибутковим;

- цим пояснюється й *кількість співробітників редакції* чи студії: 12 респондентів (20 %) повідомило, що їх журналістський штат складається з трьох осіб, 10 (17 %) — з одної особи, 8 — з двох, 5 — із п'яти, 4 — з чотирьох, 3 — з шести, по двоє — з семи і дев'яти відповідно. Інші варіанти (2–4, 7, 10 і 12) зібрали по одній відповіді. Відтак, середня кількість оплачуваних співробітників протестантського ЗМІ становить 3–5 осіб, до того ж поважна частина видань готується одноосібно;

- *кількість позаштатних співробітників*: двоє — 7 відповідей, троє — 6, 4 і 10 — по три відповіді, 5, 8 і 1 — по дві, 1–3, 6, 7, 15, 25, 30 отримали по одному відгуку. Отже, середня кількість позаштатників — 2–3 особи.

Перейдімо до розгляду запитів і оцінок Аудиторії протестантських ЗМІ.

На питання «Чи потрібна журналістська інформація для Вашого релігійного життя?» 278 респондентів (71 %) відповіло ствердно, 24 (6 %) — заперечно. Кількість «негативістів» може бути й більшою, однак припускаємо, що частина цієї групи відмовилася заповнювати анкету. Попит усередині церкви чималий: група свідомих споживачів перевищує «негативістів» у 12 разів.

136 респондентів (35 %) потребує журналістської інформації про релігію кілька разів на тиждень, 88 (23 %) нерегулярно, 86 (22 %) кілька разів на місяць, 56 (14 %) щодень. Виходить, що більшість представників Аудиторії кілька разів на місяць обов'язково споживає такий інформаційний продукт. Це не дорівнює ледь не цілодобовому підключенню до цифрового світу у підлітків і студентської молоді й кількогадинному перегляду ТБ кожного дня у старших поколінь українських містян поза протестантськими колами, однак свідчить про стабільний та зрілий інтерес.

Тепер слід оцінити доступність цієї медіапродукції для споживачів. 174 респонденти (49 %) повідомили, що інформація протестантських ЗМІ цілком доступна для них, 125 (32 %) — не зовсім доступна, 56 (15 %) — мало доступна, 8 — практично недоступна. Ситуація обнадійлива, однак виходить, що 22 % зацікавленої Аудиторії (раніше зафіксованих 71 %) не вдоволені ступенем доступності журналістського продукту.

Опитані назвали такі перешкоди в доступі до протестантських ЗМІ в бажаному обсязі:

- *недостатність технічної оснащеності*: немає підключення до кабельного / супутникового телебачення — 70 відповідей (18 %), немає підключення до Інтернету — 53 (14 %), недостатня регулярність виходу друкованих видань — 40 (10 %), невміння працювати в Інтернеті — 43 (11 %), низька швидкість підключення до Інтернету — 23, обмежений Інтернет-трафік — 17, немає радіоприймача з потрібною частотною шкалою — 13;

- *висока ціна користування ЗМІ*: підключення / абонплати Інтернету — 35 відповідей, підключення / абонплати кабельного / супутникового телебачення — 31, періодичних видань — 8;

- *інші причини*: бракує часу — 120 відповідей (30 %), не дозволяє здоров'я — 11, географічна віддаленість мого мешкання — 9, «немає бажання споживати журналістську інформацію», лінь і неорганізованість, «не все вважаю за потрібне дізнаватися», «немає налагодженої мережі протестантських ЗМІ, інформації про видання» — по одній відповіді.

Як правило, великі запити щодо журналістської інформації характерні для містян, але збігаються із високим ритмом життя і насиченим графіком. Неорганізованість споживачів, відсутність сталої мотивації до регулярного пошуку продукції протестантських ЗМІ є головним фактором програшу в змаганні за увагу церковної аудиторії, якою заволодівають доступніші, звичніші й суспільно схвалювані ЗМК — в першу чергу, світське ТБ. Для його перегляду слід докласти незрівнянно менше зусиль і ресурсів, аніж для читання церковної преси (не завжди безкоштовної, дешевої й «під рукою»), підключення супутникової антени чи кабельної телевізії. Порівнянно легшим є доступ до християнських сайтів, але Інтернет-спілкування вимагає регулярної оплати (не копійчаної), посидючості й наявності мінімуму воцерковлених знайомих для утворення спільноти однодумців. Більшість протестантських радіостанцій має Інтернет-

трансляцію, однак ця послуга не ввійшла в моду через свою новизну та вимогу безлімітного підключення.

Ще один поважний носій «християнських» даних — мультимедійні диски з відео та аудіозаписами. Цей спосіб «християнізації» звичайного телевізора має неабиякі перспективи в церковному середовищі: під несанкціоноване копіювання цифрових носіїв деякі християни навіть підводять «духовну» основу, диски легко розмножуються й дозволяють створювати авторські варіанти відеоколекцій, порожні носії доступні для будь-кого, оптимально зберігаються та передаються, DVD-програвачі дешеві й розповсюджені, не вимагають абонплати та спеціальних навичок, порівняних із роботою на ПК, алгоритм їх використання подібний до не остаточно забутих відеоплеєрів.

Наразі слід визначити ступінь знання й використання Аудиторією різних видів ЗМІ за ідеологічною ознакою.

<b>Чи знаєте Ви?..</b>	<b>Телебачення</b>	<b>Інтернет</b>	<b>Преса</b>	<b>Радіо</b>
ЗМІ своєї конфесії	199 (51 %)	166 (43 %)	<b>279</b> (72 %)	182 (47 %)
ЗМІ інших протестантських конфесій	98 (25 %)	<b>141</b> (36 %)	74 (19 %)	56 (14 %)
Міжконфесійні ЗМІ	<b>72 (19 %)</b>	48 (12 %)	40 (10 %)	38 (10 %)
ЗМІ інших релігій / конфесій	45 (12 %)	<b>59</b> (15 %)	42 (10 %)	23
Світські ЗМІ	67 (17 %)	<b>78</b> (20 %)	56 (14 %)	31
<b>Де берете журналістську інформацію?</b>				
ЗМІ своєї конфесії	133 (34 %)	178 (46 %)	<b>235</b> (60 %)	120 (30 %)
ЗМІ інших протестантських конфесій	76 (20 %)	<b>104</b> (27 %)	60 (15 %)	46 (12 %)
Міжконфесійні ЗМІ	56 (14 %)	<b>94</b> (24 %)	33	28
ЗМІ інших релігій / конфесій	47 (12 %)	<b>63</b> (16 %)	40 (10 %)	26

Світські ЗМІ	<b>89 (23 %)</b>	49 (13 %)	58 (15 %)	36
--------------	------------------	--------------	--------------	----

Принаймні для парафіян адвентистської церкви (а ми пам'ятаємо, що це характерно для різних протестантських конфесій) Інтернет є головним джерелом відомостей про релігію та найкраще знаним комунікаційним каналом. Світський погляд на релігію та інформація міжконфесійних ресурсів доходить до Аудиторії по ТБ. Телебачення впевнено посідає друге місце у випадку знання ЗМІ інших протестантських церков та інших релігій, а також щодо споживання медіапродукції інших протестантських конфесій, міжконфесійних і міжрелігійних ЗМІ. Адвентисти проявляють вірність виданням своєї конфесії, дізнаючись її новини переважно через пресу. Радіо всюди «пасе задніх», окрім випадку із загальною обізнаністю про медіа своєї конфесії — там воно виходить на третю з чотирьох позицій.

Виділені курсивом цифри в запитанні про обізнаність є меншими від своїх пар у запитанні щодо користування. Це свідчить про те, що інтенсивне використання світських та інорелігійних медіа не спричиняє їх «упізнавання» й «прийняття» протестантською Аудиторією, вказує на психологічну дистанцію щодо цих джерел. Завжди (а наступна таблиця робить це твердження однозначним) Аудиторія протестантських ЗМІ виміряє авторитетність інформаційних джерел ідеологічною близькістю до своєї церкви.

різним ЗМІ (найнадійніше позначте цифрою 1, менш надійне цифрою 2 й т.ін.).	Оцінки					
	1	2	3	4	5	Інші
ЗМІ своєї конфесії	<b>299</b>	29	7	2	4	10 — 1
ЗМІ інших протестантських конфесій	28	<b>130</b>	52	15	13	0,6 — 1, 0,5 — 1, 7 — 1
Міжконфесійні ЗМІ	49	37	<b>65</b>	19	9	0,5 — 1, 7 — 1
ЗМІ інших релігій / конфесій	10	22	30	<b>70</b>	35	6 — 1, 10 — 1
Світські ЗМІ	16	56	34	32	<b>81</b>	0 — 2, 6 — 1, 9 — 1, 10 — 4, 12 — 1,

Жоден інший аспект аналізованої теми не дає настільки переконливої картини: навіть друге місце має у випадку ЗМІ своєї конфесії в 10,3 рази менше балів від першого, ЗМІ інших протестантів — у 2,5 рази менше, медіа інших релігій — удвічі, міжконфесійних і світських ЗМІ — в 1,4 рази менше. Найменша різниця двох останніх типів мас-медіа пояснюється їх статусом «арбітрів»: до них звертаються в надії знайти максимально об'єктивний погляд із висвітленням різних аспектів теми, вислуховуванням усіх сторін конфлікту. Однак світські ЗМІ, які за визначенням повинні такий погляд презентувати, користуються найменшою довірою Аудиторії — хоча б тому, що «жодний із світських ЗМІ не є «світським» у повному розумінні цього поняття, переважна більшість із них конфесійно орієнтовані, що позначається і на загальному ворожому тоні публікацій, і на односторонньому відборі фактів, і на використанні заангажованих коментарів» [272, с. 6]. Про це промовляє і вдвічі більша кількість додаткових оцінок — свідчення того, що респондентам не вистачає запропонованої шкали. Оцінки нижчі від одиниці та нуль указують на дуже високу чи вкрай низьку довіру, відповісти складно. Однак очевидно, що в цій графі маємо дев'ятку, відсутню в інших, дві додаткових десятки й по одній оцінці в 12 і 20 балів.

Причин такого ставлення достатньо: ціннісний конфлікт між ринковим, рейтинговим мисленням світських журналістів, які прагнуть представляти погляди, що здаються їм найбільш поширеними й репрезентативними, та етичним ригоризмом «чернецтва в миру»; прагнення світських журналістів заступити суспільство від «засилля сект» і заробити дивіденди на створенні «образу ворога» зі співвітчизників, що не мають важелів для самозахисту; замкненість релігійно активних осіб на внутрішньоцерковному «порядку денному», невміння церков працювати в публічній сфері, тим паче зі світськими медіа, які в масовій свідомості нерідко постають утіленням аморальності й руйначами *традиційного ладу* (під останнім зазвичай розуміють сподівану релігійність дорадянського часу або соціальну захищеність брежнєвської доби). Ідейна дезорієнтованість суспільства, розмиті стандарти особистої та професійної етики журналістів наштовхуються на болісну реакцію клерикальної спільноти, яка в



«спартанських умовах» протестантського етосу знайшла ідентичність, гідність і сенс життя.

Аби перевірити здобуті дані щодо довіри церковним мас-медіа, було поставлено питання «Чи перевіряєте Ви повідомлення протестантських ЗМІ?» 174 респонденти (49 %) на нього відповіли ствердно, 114 (30 %) — заперечно. Припускаємо, що поважна частка першої групи мала на увазі, що частіше перевіряє журналістські повідомлення інших протестантських течій та міжконфесійних медіа, а не своєї конфесії. Тим не менше, високий рівень довіри Аудиторії до протестантських ЗМІ сполучається з критичним і оцінним підходом.

На запитання «Якщо перевіряєте, то яким чином?» 86 респондентів (22 %) відповіли, що перевіряють Біблією; 36 — іншими джерелами, зокрема журналістськими, й найперше в Інтернеті; 18 порівнюють з іншими авторитетними джерелами; 14 використовують особисті контакти з особами, причетними до події, компетентними, «генераторами новин»; вісім перевіряють церковною догматикою; троє звертаються за порадою до пастора й церковної ради; по двоє — до одновірців, ЗМІ своєї конфесії, світських ЗМІ та незалежних джерел; по одному — «проводжу опитування в християнському чаті», «роблю тематичну вибірку, аналізую низку повідомлень за певний період часу», «відстежую, чи справдилися журналістські прогнози», орієнтуюся на «авторитет автора матеріалу». Відтак, методом перевірки є звернення до альтернативних джерел: сакральних текстів, інших ЗМІ, конфесійних «лідерів громадської думки» та інших церковних авторитетів.

Наступним кроком було намагання виявити тематичні інтереси й, що важливіше, прагматику уваги Аудиторії.

<b>Тематика</b>	<b>У яких питаннях Ви найбільше прислухаєтесь до повідомлень протестантських ЗМІ?</b>	<b>Інформація якого роду (з протестантських ЗМІ) спонукала Вас до дій?</b>	<b>Коефіцієнт різниці між кількістю відповідей</b>
Богословська	273 (70 %)	181 (47 %)	1,5
Питання здоров'я	218 (57 %)	127 (32 %)	1,7
Історична	199 (51 %)	60 (15 %)	3,3
Соціальна	181 (47 %)	148 (38 %)	1,2

Психологічна	161 (45 %)	92 (24 %)	1,8
Наукова	145 (37 %)	52 (13 %)	2,8
Політична	62 (16 %)	29	2,1
Економічна	54 (14 %)	25	2,2

Як бачимо, увагу адвентистської аудиторії найбільше привертають богослов'я та здоров'я, найменше політика та економіка. Серединні позиції займають історичні, соціальні, психологічні й наукові теми. Ця картина повністю суперечить твердженню конкурентних до протестантів джерел, ніби питання фінансів превалює в протестантській проповіді (комунікації).

З огляду на панеконімічну модель міжнародних стосунків і популярність консюмеристської філософії зв'язка «протестанти — фінанси» постійно актуалізується в різних дискурсах. Як правило, її критики сумніваються не в ефективності протестантського господарювання, а нарікають на матеріалістичну сутність духовності (окремих) віруючих — протестантів і не тільки. Негативним символом цього явища став слоган «солидный Господь для солидных господ» із роману В. Пелевіна «Generation «П» (1997), хоча початково письменницьку ескападу було спрямовано проти «гламурного православ'я».

Православний місіонер А. Кураєв протестантську емансипацію господарської діяльності індивіда зводить до кальвіністського передвизначення: «Вебер показує, що з духовними пройдисвітами, для яких гроші — це все, не збудувати величезний західний світ. Для цього потрібні інші люди: своєрідні аскети й ченці заради кар'єри, заради підприємницького успіху. В релігійних протестантських гуртках уважалося, що у людини немає свободи, тому до створення світу Бог наперед вирішив, кого Він обере до спасіння, а хто приречений бути в пеклі. Ця жорстока схема найчіткіше сформульована у Лютера й Кальвіна» [316]. А ось приклад участі А. Кураєва в міжконфесійній полеміці щодо «корисливості» опонентів: «Що ж у такому випадку залишається? — Запропонувати парафіянам жертвувати на храм у міру своїх сил... у звичайні дні й роки їх життя. І при цьому запропонувати їм жертвувати на храм серйозніші суми в тих рідких випадках, що бувають у житті нечасто... Безсумнівно, що бути православним за таких умов набагато «дешевше», ніж бути протестантом, який платить

щомісячну «десятину». Незважаючи на це, протестантські проповідники люблять глузувати щодо сріблολюбства православних: усе, мовляв, у них за гроші. Ні, не все. Людина може ходити до храму й жити церковним життям, не вносячи в церковну касу взагалі ні копійки» [195, с. 10].

Залежно від свого ставлення до земного багатства українські протестанти висловлюють різну оцінку бізнесового етосу. Більшість представників пізньопротестантських церков погоджується з тим, що їх релігійність сприяє фінансовому добробуту своїх послідовників, хоча на ділі підвищення якості життя прозелітів спричиняється набутими навичками економії («раніше я отримував уп'ятеро більше, однак мені ніколи не вистачало. Завжди здавалося мало. Тепер я заробляю набагато менше, але цього достатньо для нас; як сказано в Писанні, задовольняйтесь малим» [604, с. 283–284]) та взаємодопомогою одновірців («іноді церкви створюють артіль, що формують різноманітну пропозицію... можливостей заробітку. Члени церкви патронують бізнес одне одного та обмінюються послугами» [604, с. 282]). Ультраконсерватори «виносять за дужки» цю проблематику, мовляв, вона «мирська» й не має стосунку до світу віри, хоча динаміка внутрішньоцерковного життя в них схожа на описану вище. Намагаючися бути «церквами для еліти», принаймні, самопроголошеної, харизматичні церкви певний час популяризували «теологію процвітання» (щоправда, ця теорія спирається не на помірне споживання й напружену працю, а на збагачення через переживання надприродних явищ (Божих чудес). 29 грудня 2008 року дев'ятеро лідерів п'ятдесятницьких і харизматичних церковних союзів оприлюднили документ з офіційним осудом «лжевчення про збагачення, гріх сріблολюбства», що свідчить про те, що ця теологема не є надто популярною серед українських протестантів.

Для адвентистів церковні доктрини є джерелом конфесійної ідентичності, підґрунтям вірності релігійній організації. Популярність питань здоров'я пояснюється їх місцем у релігійній практиці адвентистів, де профілактична «реформа здоров'я», інструментами якої є оптимізація харчування, активний спосіб життя й розвиток соціальних зв'язків індивіда, відіграє вельми важливу роль. Історична тематика переважно торкається священної історії в біблійній перспективі — ще одного складника віровчення. Соціальна проблематика асоціюється з благодійництвом, психологічна зі стосунками в сім'ї та у фізичному оточенні респондента, наукова

служить завданням церковної апологетики та підтвердженню положень здорового способу життя (у трактуванні адвентистів). Протестанти оприлюднили офіційні соціальні концепції, але стороняться політичного життя, підкреслюючи, що на рівні церков вони не втручаються в політику. Думаємо, що політична нестабільність в Україні спонукає членів церкви шукати порад щодо політичної орієнтації за цих умов. Протестантський погляд на фінанси, схоже, викликає найменше непорозумінь і дискусій.

Готовність Аудиторії слідувати порадам церковних журналістів відповідає тій самій тематичній ієрархії, але в середньому є удвічі меншою від «теоретичного» інтересу. Повідомлення історичної та наукової тематики викликають низький відгук через їх переважно «академічну», абстрактну сутність. Несподівано вигулькує найвища готовність Аудиторії втілювати інформацію соціального характеру. Якщо ці показники дійсні й поза межами нашої фокус-групи, то соціальна активність, зазвичай зрозуміла як доброчинство, є найбільш перспективною темою масової комунікації протестантів.

Названі Аудиторією плюси протестантських ЗМІ можна класифікувати як:

- *позицію протестантських журналістів*: об'єктивність, висока моральність, принциповість, правдивість, говорять істину, чесно, відкрито, «не женуться за сенсаціями» — 35 відповідей; вони проповідницькі, місіонерські, привабливі для невіруючих — 20; їх майже завжди вмотивовано служінням Богу, немає жадібності й кар'єризму, прагнення до наживи та влади, вони альтруїстичні — 5; порушують етичні питання, розвивають гарні якості в людині — 4; їх бажання втілювати християнські ідеали — 2; незалежність — 1; здоровий погляд на життя — 1;

- *змістові характеристики з точки зору аудиторії*: відповідність біблійному вченню — 23 відповіді, суголосні інформаційним потребам християн — 12, актуальна духовна спрямованість — 8, цікава подача матеріалу — 6, корисна інформація — 3, ексклюзивна інформація — 2, психологічна підтримка — 1;

- *технічні аспекти*: доступність — 21 відповідь, різноманітні, інформаційно місткі — 15, регулярність і оперативність виходу — 13, що вони є — 5, гарний технічний рівень — 2, можливість зворотного зв'язку — 2, зростають — 2;

- *функції*: виконують інформаційну, пізнавальну, нормативну, світоглядну, орієнтуючу, аксіологічну функції — 12 відповідей, пропонують альтернативну точку зору (відносно погляду світських ЗМІ?) — 1.

Як бачимо, найціннішими перевагами церковних медійників є ті особисті якості, які Аудиторія не знаходить у світських журналістів.

Наведені недоліки утворюють набагато розгалуженішу систему. Нерідко це вищеназвані аспекти зі знаком «мінус» чи суперечливі характеристики, що становлять зауваги «справа» і «зліва». Тут можна виділити:

- *богословську коректність журналістських повідомлень*: неправильне тлумачення біблійної науки — 25 відповідей, не популяризують християнське вчення — 1;

- *професійний і технічний рівень ЗМІ. Форма*: низький рівень професіоналізму — 24 відповіді, брак регулярності й оперативності — 7, малі обсяги інформації — 5, низька якість інформаційного продукту — 3, млява, одноманітна, монотонна подача матеріалу — 4, низький технічний рівень — 2, примітивний виклад матеріалу — 2, християнські кліше — 2, самореклама, створення культу особи окремих пасторів — 2, недостатня технічна оснащеність — 1, нетерпимість до інших точок зору — 1, поганий дизайн сайтів — 1. *Зміст*: брак об'єктивності й достовірності — 19, вузька конфесійність, субкультурність — 17, надмірний критицизм — 6, неякісний, неперевірений матеріал або «джинса» — 3, застаріла інформація — 2, мало оригінальних матеріалів — 2, граматичні помилки — 1, доводиться просіювати недостовірну інформацію — 1, іноді повторюється інформація — 1, критика своєї конфесії — 1, нав'язування своїх ідей — 1, неузгоджена інформація — 1, розв'язання питань, не актуальних і не практичних для сучасної людини — 1, схильність до крайнощів — 1;

- *корисність і привабливість для аудиторії*: висока ціна користування — 3 відповіді, вузькість погляду й мислення — 2, нецікаві для світської аудиторії — 2, вузька спрямованість — 1, вузькість тематики — 1, неадаптованість до світського мислення — 1, нецікаві для молоді — 1, недоступні для віруючих інших релігійних напрямів та «закриті» щодо них — 1, нецікаві теми — 1.

- *культурний код*: неактуальні, непрактичні, несучасні — 7 відповідей, надмірний консерватизм — 5, надмірний дух світськості,

«надто сильна харизматична спрямованість» — 2, є банальне / нудне, «чуже» (непротестантське) — 1, надмірна емоційність — 1;

- загальні характеристики комунікації: мала кількість і різноманітність ЗМІ — 6, низька доступність — 5, недостатня реклама — 2, небажання співпраці — 2, мала аудиторія — 1, мала розповсюдженість — 1, надмірна комерціалізованість розвиває в аудиторії споживацьке мислення — 1, не завжди цікаві — 1, слабе фінансування — 1.

Тут також помічаємо діалог зі світськими медіа. Церковні ЗМІ явно програють технічному рівневі світських засобів масової комунікації, однак отримують підтримку церковної людності завдяки змістовому виміру й моральному обличчю.

Відтак не дивно, що 274 респонденти (70 %) наголосили, що ринок протестантських ЗМІ потребує підвищення їх якості, а 116 осіб (30 %) ратували за збільшення кількості цих медіа.

Проведене соціологічне опитування аудиторії та співробітників протестантських ЗМІ показало, що релігійні медіа належать до спеціалізованого типу видань. Їх вплив на цільову аудиторію — членів релігійної спільноти — є глибоким і стабільним, водночас як місіонерський потенціал — досить низьким. Комплекс факторів, що супроводжує увірування, відповідає міжперсональній та груповій, а не масовій комунікації.

Конфесійні ЗМІ є простором побутування релігійної субкультури. Довіра протестантів до видань своєї конфесії є дуже високою, хоч і сполучається з критичним і оцінним підходом. Соціальну тематику найбільше запотребовано протестантськими медіа України — організована допомога соціально знедоленим прошаркам суспільства є головним виявом громадянської позиції вітчизняних протестантів.

\*\*\*

У четвертому розділі ми постулювали, що основними функціями протестантських ЗМІ є проголошення християнського вчення, піар релігійних організацій та моралістична критика світського й церковного медіаконтенту.

Функцію *проповідництва* ми розглянули на прикладі газети «Для ТЕБЯ». Журналісти цього видання борються з негативними стереотипами й установками щодо протестантських церков, намагаються змалювати у свідомості читачів привабливий образ

християнина, критикують інтерес населення до окультизму, віддаючи перевагу раціональним доказам. Актуалують біблійний матеріал через його зав'язування з наявним культурним базисом читача. Для публікацій «Для ТЕБЯ» характерні широта тематики, що заторкає й «світську» сферу, огляди світської преси, вдалі інформаційні приводи, культура ліду, відмова від прямої агітації щодо релігійних переконань.

Виграшною рисою деяких співробітників редакції цієї газети є попередній досвід роботи в світських ЗМІ, що включав подачу релігійного матеріалу для секулярної аудиторії. Нас цікавило, як подібні видання притягують і підтримують увагу читача, як відбувається розширення аудиторії цих ЗМІ.

Редакція «Для ТЕБЯ» багато років практикує комплекс заходів, спрямованих на зміцнення лояльності аудиторії, спілкування з нею, а в ідеалі рекрутування з її рядів перспективних дописувачів:

- участь у конкурсах християнських ЗМІ дає змогу виданню «поміритися силами», відчувати стан галузі, отримати уявлення про колег-конкурентів;

- формування корпусу «народних репортерів», створення сайту як простору для публіцистичної та літературної творчості, моніторинг зворотного зв'язку на сайті;

- проведення курсів для журналістів-журналістів, для чого було створено посібник;

- бліц-опитування, відповіді на листи, лотерея з призами;

- зустрічі з потенційними дописувачами;

- можливість гонорарної публікації.

*Зв'язки з громадськістю* стали пріоритетним завданням протестантських ЗМІ вже у пострадянський час. Церкви почали більше зважати на громадську думку, бо в них виникла можливість впливати на неї не тільки способом життя своїх послідовників, а й іншими шляхами, — у тому числі через клерикальні медіа. Ми досліджували роль офіційних видань церков у цій діяльності.

Редакція газети «Християнський погляд» прагне змінити установки церковної та позацерковної спільнот на низку аспектів, пов'язаних із функціонуванням у Новій Каховці Церкви Різдва Христового (ЦРХ), яку представляє часопис. Створення позитивного образу релігійної організації відбувається шляхом асоціювання її з потенційно привабливими для читачів реаліями. Церква намагається ототожнитися з аудиторією, подати себе представником їх інтересів,

прагне занурювати реципієнта в інформаційний простір, просочений потрібними повідомленнями (Г. Ласвелл).

Головними рисами створюваного виданням образу ЦРХ є свято, оптимізм, активність, відкритість, альтруїзм, корисність, турбота про знедолених, належність до більшості.

Дописувачі вдаються до популярної апологетики, через призму якої пропонують осмислювати сьогодення. У виданні аргументами є історичне минуле, витлумачене в належний спосіб, деталі біографій відомих людей. Персонажі цих описів постають аналогами лідерів громадської думки. Ставлення до світської влади мають створити ілюзію догідливості. Політична агітація, присутня у зверненні щодо президентських виборів 2004 року, використовує міфологічні конструкти релігійного характеру. Добір повідомлень у новинарній стрічці часопису повинен продемонструвати, що Провидіння діє в сучасному світі незалежно від перешкод.

Третім завданням протестантських ЗМК є *соціальна критика* — поборення негативних медійних явищ, протистояння конкурентним інформаційним потокам. Ідеалістичне мислення релігійних консерваторів ділить світ на два «царства» — Боже (церкву) й світське, гріховне. На їх думку, слід уточнювати межі цих доменів і не допускати поглинення Божого простору світськими впливами.

Для протестанта біблійний текст оцінює і церковне, і світське життя. Все, що не відповідає біблійному еталону, потенційно викликає стурбованість і намагання організувати контрдію. Повною мірою цей підхід стосується журналістської продукції — світської та церковної.

Українські протестанти вважають, що зміст світських ЗМІ не може бути вповні прийнятним уже через те, що ці медіа орієнтовано на «недуховні» цілі. Моральна зарозумілість протестантів заважає їм відчувати власну естетичну короткозорість. Акцентуючи етичні та переважно переочуючи естетичні первні, протестанти намагаються рятувати, «освячувати» культуру, рятуючи її носіїв.

Протестанти не вважають свою позицію критиканською. У їх уявленні церква повинна бути совістю нації, моральним барометром, зберігаючи суспільство від розкладу. Відокремлення церкви від держави не означає, що перша залишає суспільство напризволяще. Вона увіходить у його життя й намагається рятувати, орієнтуючи на християнські взірці поведінки. Моралістична оцінка світська



журналістської продукції спрямована на відокремлення, дистанціювання, церковної — на наближення для контролю.

Критичне ставлення українських протестантів до світських медіа є майже одноставним. Лишається незрозумілим, яку *культурну* альтернативу протестанти намагаються запропонувати і які існують механізми осмислення медійної та, ширше, культурної продукції самих церков. Інститут незалежних ЗМІ в протестантському середовищі є радше декоративним, далеким від реального змісту й ваги. Критичні інтенції церковних ЗМІ, спрямовані всередину конфесії, загрожують їм екскомунікацією — виводом за церковну «огорожу», часто вартує їм довіри основної аудиторії. Церкви в масі своїй не готові до саморефлексії. Їх розпорошеність, децентралізованість, відсутність силових важелів замінює свободу, діалог, право вибору. Замість паритетних перемовин впливовому комуніканту можуть запропонувати змінити церковну належність, якщо його зауваження будуть сприйняті як надто дошкульні.

Протестанти оцінюють зміст ЗМІ, ефекти комунікаційних технологій та шляхи їх застосування. У приватній сфері вони пропонують видаляти на «християнській» території носії небажаної інформації (останніх вважають засобами комунікації з нечистою силою). У публічному просторі методами протистояння неприйнятному медіаконтенту є прес-конференції, збори підписів, заклики до заборони прокату. Останніми роками прагнуть набути авторитету засновані протестантами громадські й політичні організації, що діють через ухвалення законопроектів, судові позови, «круглі столи».

Щоб з'ясувати, наскільки релігійні ЗМІ є ефективні у виконанні поставлених перед ними функцій, ми провели соціологічне опитування аудиторії та співробітників протестантських ЗМІ України.

Це опитування базується на гіпотезі, що релігійна тематика як нішева інформація в масі своїй не буде популярною серед широкої аудиторії, подібно до того, як діти не цікавитимуться політичною тематикою, а більшість жінок — спортивним життям. Світську публіку ми тому й іменуємо світською, що вона дивиться на релігію очима звичних їй журналістських прийомів (пошуку скандалів і викриття різного роду афер, формування касти знаменитостей, настрашення чи висміювання) і реалій інших сфер життя: політики,

культури, історії. Для нашого дослідження важить глибина впливу релігійних ЗМІ на послідовників релігійних організацій.

Ми з'ясували, що журналісти молодші від аудиторії при тому, що мають подібний рівень освіти та соціальний статус. Імовірно, церковна журналістика більше схильна враховувати ознаки часу, актуальні тенденції, ніж церковний загал. У протестантську журналістику приходять через особисті контакти та усвідомлення досвіду, яким хочуть поділитися, або через бажання працювати в цій галузі. Мають бажання підвищувати кваліфікацію, але його стримують побутові обставини: більшість церковних комунікантів займається журналістикою далеко не в першу чергу в житті.

Редактори церковних ЗМІ мають туманне уявлення про цільову аудиторію. У реальності це нинішні віруючі та близькі до них особи (на церковному сленгу «наближені»). Як правило, громаду поповнюють люди, соціально та світоглядно найближчі до її наявних прихильників. Успіх церковної комунікації залежить від того, наскільки повно й оперативно церква задовольнятиме потреби своїх вірних. Якщо це відбуватиметься достатньо швидко, неофіти не встигнуть перетворитися на ортодоксів і втратити психологічні зв'язки з позацерковним оточенням. Сегментація церков за соціальними, віковими, культурними критеріями також дозволить їм краще відповідати очікуванням потенційних послідовників.

Церковні ЗМІ можуть адресуватися фізично досяжній аудиторії (медіа з тиражем у районі тисячі примірників) та охоплюваній регіональними філіями церковного союзу (десятитисячний тираж). Найпопулярніші сайти притягують мільйони осіб за рік. Найчисленнішою є протестантська телеаудиторія, й те, що міжконфесійне ТБ проникло в кабельні мережі, свідчить про його доступність для сотень тисяч потенційних глядачів.

Церковні ЗМІ фінансують власники та спонсори. Більшість медіа є самоокупними й дотаційними з малолюдними редакціями.

71 % респондентів вважає журналістську інформацію потрібною для релігійного життя: більшість вірних сприймає журналістику як канал благочестя. Це малозамінний інструмент модернізованої релігійності протестантів. Її продукт користується серйозним попитом серед церковних осіб. Вони споживають інформацію протестантських медіа кілька разів на місяць: не інтенсивно, але стабільно. Респонденти вважають продукт цих ЗМІ недостатньо доступним. Серед головних перешкод до ширшого споживання

називають дефіцит вільного часу та недостатність своєї технічної оснащеності.

На думку респондентів, світські медіа не подають об'єктивістського погляду на релігійне життя, хоча від них очікують такої ролі. Довіра церковної аудиторії до журналістських повідомлень напряду залежить від конфесійної належності конкретного ЗМК. Споживачі релігійних медіа перевіряють їх повідомлення Святим Письмом та іншими джерелами, переважно через Інтернет.

Максимум уваги реципієнтів привертають публікації з теології та здоров'я, однак аудиторія виявляє найбільшу готовність слідувати порадам щодо соціального життя. На нашу думку, це означає налаштованість клерикальних реципієнтів на добродійну діяльність.

Релігійні медіа уступають світським у технічному аспекті, але беруть гору щодо свого морального обличчя, близькості до аудиторії («свої»), дають їй надію впливати на зміст журналістської продукції, пристосовуючи її до своїх потреб.

## Розділ 5

# ПРОТЕСТАНТСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА ПРО ШЛЯХИ ГАРМОНІЗАЦІЇ СУСПІЛЬНОГО БУТТЯ

### 5.1. Людина і суспільство

Конституція України утверджує відокремлення церкви від держави, але суспільство очікує на конкретні кроки церкви щодо розв'язання суспільних проблем, навіть закидаючи їй устами світських медіа ігнорацію нагальних питань сьогодення. У служінні тих протестантських церков, які декларують свою аполітичність, одним із головних напрямів суспільної активності є соціальна діяльність — перш за все доброчинство.

Мета цієї частини роботи — проаналізувати функції соціальної проблематики протестантських медіа.

Для аналізу використовуємо регіональну пресу як найкращий вияв ризоматичного характеру ініціативи парафіянина-протестанта. Місцеві часописи нерідко більш цікаві й актуальні від офіційних періодичних органів. Контент-аналіз видань «Моя надія» (Львів, виходить із 1990), «Мост надежды» (Запоріжжя, із 2002), «Путь» (Харків, із 2002), «Вічний скарб» (Київ, із 2003), «Свободная жизнь» (Харків, із 2005) і «Твій шлях» (Кам'янець-Подільський, із 2005) показав неухильне зростання ваги соціальної проблематики.

Найвиразніше вона присутня у двомовному дайджесті «Твій шлях». Ініціативна група сформувала редколегію журналу на безкоштовній основі, тобто сам періодичний орган від початку мислився як доброчинний просвітницький проект. Головний редактор В. Сафонов — підприємець, який покриває левову частку затрат видання за власний кошт. «Твій шлях» має статус всеукраїнського часопису, що дозволило організувати передплату з 2008 року. Виходить щомісяця на 22 сторінках крейдованого паперу таблоїдного формату. Видання ілюстроване, обкладинка повнокольорова. Джерела новин — світські інформаційні портали, аналітичних статей — християнські ресурси, переважно протестантські.

Під час аналізу змісту журналу було встановлено, що за два роки виходу (2005–2007) соціальній тематиці присвячено 333 матеріали — левову частку його публікацій. Виокремлено 22 напрямки соціальної тематики, що склали рейтинг частотності з'яви на його шпальтах (позиції з однаковими показниками поміщаємо в один рядок через скісну риску): 81 публікація — (про) здоровий

спосіб життя; 39 — батьки й діти; 36 — сім'я; 29 — зцілення; 18 — опозиція абортам; 17 — міжлюдські стосунки / психологічні розлади / суспільна тематика; 13 — порятунок в екстремальній ситуації як відповідь на молитву; 10 — становище сиріт / альтруїзм; 10 — фінансові питання; 9 — професійний успіх; 7 — становище ув'язнених; 4 — становище бездомних / небезпеки окультизму; 3 — категорія чесності / голод; 2 — девіантна поведінка / евтаназія; 1 — причини сучасного катастрофізму / охорона довкілля. Згідно з рубрикатором дайджесту (36 найуживаніших назв), здоров'я й сім'я є свідомими пріоритетами тематичної політики видання. Вони й є базовими цінностями «соціальної концепції» аналізованого органу.

За досліджуваний термін дайджест змальовує більш-менш цілісну картину шлюбного життя: підготовки до нього, основних труднощів і загроз шлюбу, шляхів їх подолання, а також критику «альтернатив» традиційному варіанту сімейного життя. Потенційна «сумісність» пари залицяльників визначається мірою відповідності — вікової, інтелектуальної, соціальної, релігійної. Але «створити сім'ю за всіма правилами та порадами, це ще не все... Ще слід сім'ю зберігати протягом усього життя» (Твій шлях. — 2005. — № 5. — С. 3. Далі назву часопису пропускаємо). Важливою відмінністю цих порад є наголошення на тому, що замість шукати собі ідеальну пару, узалежнюючи сімейну гармонію від цього аспекту, молодій людині слід настільки ж працювати над собою, аби стати привабливою партією. Приділено увагу й аспектам дошлюбних стосунків, біблійним нормам побачень, потребі глибокого психологічного спілкування пари за стримування від статевої близькості. Важливими є психологічні засади молодої людини, її уявлення про ідеальну сім'ю, горизонт її сподівань від свого шлюбу. На думку авторів публікацій, релігійність шлюбної пари забезпечує тривкість її моральних принципів; сприйняття сімейного союзу як Божого дарунка, впровадження у практику біблійних норм сімейного життя сакралізує шлюб, виводячи його за межі рядової приватної угоди; віруючі мають більшу радість в інтимних стосунках; щасливий шлюб суттєво подовжує життя.

Редакція пропагує патріархальну модель сімейних взаємин. Згідно з публікаціями видання, справжнім мужчину робить добровільна відповідальність за інших, і при такому чоловікові жінка може відмовитися від зверхньої позиції в сім'ї. Натомість стверджується, що ідея жіночої емансипації є витвором феміністської

пропаганди. Благословляючи християнський шлюб, Господь дає дружині сили не боятися подружньої зради. Стосунки довіри й зрілості — мета ідеальної жінки. Наголошено на необхідності не тільки «функціональної», «ділової», а перш за все душевної комунікації чоловіка й жінки, неконструктивності суперечок і потребі каяття за них (на сварливих чоловікові й жінці навіть рани загоюються повільніше). Часопис містить і поради щодо реакції на словесні «провокації».

Найбільшою загрозою сімейній гармонії названо розлучення (шість публікацій) та наведено приклади того, як послідовний пошук порозуміння хоча б однією зі сторін приносив позитивний результат. Як і слід було сподіватися, не менш безкомпромісною буде й критика «прогресивних альтернатив» традиційній сім'ї — гомосексуалізму, лесбійства, мастурбації, полігамії, дошлюбних сексуальних контактів — з огляду на небезпеки телегонії, СНІДу, самотності, егоїзму, цинічно-споживацького ставлення до партнера й безвідповідальності щодо (можливих) дітей.

Сімейному вихованню дайджест надає величезної ваги. Читача мотивовано до цього широкою картиною морального занепаду дітей і порушень їх прав, перш за все з боку батьків. Серед «об'єктивних» джерел небезпеки названо комп'ютерні ігри й безконтрольний перегляд телевізії. Проте фокус уваги журналістів — безвідповідальність самих батьків. Журнал наводить дані, що більше ніж 800 млн дітей є жертвами різних форм експлуатації; діти повсюдно потерпають від сімейного насильства, конфліктів між батьками, відсутності контакту з батьками (що в Японії спричинило хвилю підліткових самогубств), одностітних сімей, бездоглядності, постійної зайнятості батьків, їх шкідливих звичок. На думку авторів, провина старшого покоління є вирішальною в аморалізмі молоді. Навіть коріння тероризму дописувачі схильні добачати в сімейному вихованні (чи, радше, його відсутності). Однак вони застерігають і проти іншої крайності — перетворення дитини на домашнього кумира й сенс життя членів сім'ї.

Педагогічні принципи, яким присвячено десять статей часопису, можна узагальнити як вимоги особистого позитивного прикладу зрілої поведінки, зацікавленого спілкування з дитиною, поглиблення дружніх стосунків із нею, розвитку її відповідальності за своє життя, послідовності у вихованні, релігійності як усвідомленнями батьками — себе — як вихованців Небесного Отця. Саме при таких

батьках повернення «блудних» синів найчастіше супроводжується й поверненням до їх Бога; їх діти успішніше вчаться у школі й краще пристосовуються до навколишнього світу, швидше усвідомлюють законність батьківських обмежень і покарань. Прагматичну позицію редакції ілюструє узагальнювальний висновок до одного з матеріалів: «Шановний читачу! Ми звертаємось особисто до тебе. Будь ласка, зупинися на секунду. Відволічись від усіх своїх справ, замислись на секунду: що ти зробив сьогодні, вчора для того, щоб твій син або твоя дочка стали трошечки щасливішими? Чи знайшов ти час для своєї дитини, щоб вислухати її проблеми, чи допоміг їй? Слава Богу, якщо так. ...поруч із тобою щодень є той, хто потребує твоєї підтримки, допомоги, любові. Це може бути дитина чи дорослий, хворий чи здоровий, бідний чи багатий, свій або чужий... Але саме твоя допомога потрібна йому сьогодні. Зараз йому бракує твоєї любові, тепла, добра. Підтримай свого ближнього, чим можеш, і Сам Господь не залишить тебе» (2005. — № 9. — С. 11).

Опозиція абортивній практиці має в дайджесті чотири напрямки. Матеріали першого типу працюють на заперечення еволюційних стадій у розвитку ембріона. Наведено результати досліджень, які твердять: ще у лоні матері немовлята посміхаються, вміють плакати, народжуються вже із «соціальним мозком», здатним до міжперсональної комунікації. Другу групу становлять статистичні дані (основне джерело — звіти ООН) щодо кількості абортів — по Євразії, Індії та Україні, факти примусових абортів у Китаї з метою протистояння демографічному вибуху. Ще один інформаційний блок — аналіз соціальних — бідність багатодітних сімей, омолодження матері, торгівля органами немовлят — і медичних факторів цієї практики: вагітність як загроза життю конкретної матері, міфи про «міні-аборт», зв'язок абортів і раку молочної залози. Останній тип публікацій аналізує психологічні наслідки цього кроку для жінки. Це депресія, суїцидальні нахили, ілюзія «наявності плоду», нав'язливі спогади; свідчення медсестри про роботу в абортивному відділенні щодо методів знищення плоду, апеляція до совісті батьків.

Прозорий зв'язок із темою сім'ї мають публікації, що розкривають бачення християнськими журналістами норм міжлюдських стосунків. Любов до ближнього розглядається із практичної точки зору. Це щирість, непротівлення злу насильством, свобода від духу помсти, перемога над злом за допомогою добра,

прощення як принцип, вірність в обіцянках, ділових і особистих стосунках. Натомість проголошується неконструктивність суперечок, недопустимість поширення чуток і пліток, заклик не судити інших. Підтримати моральний ригоризм читачів покликано розповіді про те, як нью-йоркський таксист повернув власниці сумку з діамантовими обручками вартістю в півмільйона доларів, а також про чоловіка, який утримав колегу від запланованого суїциду, просто подавши йому на вулиці окуляри, що випали.

Ідеалом міжлюдських взаємин вважається альтруїзм, а найприроднішим його виявом — добродійство як життєва постава. На думку авторів часопису, справжнє добро робиться потай і заради чужого блага. Основний спонукальний прийом до цього — приклад конкретних людей: лікаря-нобеліата А. Швейцера, актора М. Ульянова, який перед смертю пожертвував свої заощадження на відбудову храму, християн, що копають колодязі в посушливих районах Киргизстану, інвалідів, які цінували взаємодопомогу вище від перемоги в забігу, юного горніста, що прийняв покарання за провину військовика-негідника. Попри недовіру протестантів до «вимислу», знаходимо й белетристичний «аргумент» — оповідання О. Генрі «Дари волхвів» (1906).

Похідними від сімейної кризи є соціальні групи ризику: сироти, бездомні, люди з девіантною поведінкою, ув'язнені, а також психологічні розлади у т.зв. «благополучних» громадян.

Проблему сиріт часопис зображає в уже зазначеній системі координат. Причинами цього явища названо безвідповідальність батьків, їх асоціальне становище, наркотичну залежність різного ґатунку. Але головний акцент автори матеріалів роблять на шляхах поліпшення становища вихованців дитбудинків — соціальній роботі християнських волонтерів і їх усиновленні покинутих власними батьками дітей. Розуміючи специфіку цього служіння, журналісти підкреслюють цінність будь-якого щирого внеску: від прикладу дівчинки, що передала всі свої іграшки до дитбудинку, до біографії Дж. Мюллера, який у другій половині XIX століття організував у Пруссії сиротинці на 2000 осіб.

Матеріали про бездомних стриманіші, очевидно, через розуміння авторами частки вини самих «бомжів» у їх становищі. Проте й тут зацентровано цінність людського співчуття: від історії хлопчика, який, бажаючи зробити комусь дарунок на Різдво, обійняв обдертого стариганя, що зайшов погрітись у кафе, до прикладу двох



християнок, що домоглися влаштуванню «бомжа» до будинку перестарілих. Найбільше благодійний пафос присутній у декларації щодо статусу цієї категорії населення: «Ми виступаємо на захист бездомних і просимо: милосердно ставитися до осіб, позбавлених житла; поважати їх людську гідність і права; не лишатися байдужими до злочинів проти бездомних людей, у тому числі з боку міліціонерів» (2006. — № 11. — С. 14).

Більшу увагу приділено людям, що свідомо стають на злочинний шлях. Зміна їх поведінки під впливом християнства постає важливим свідченням на користь релігійного способу життя: «зłodій у законі» став місіонером, крадій прислав власникам магазину гроші за поцуплену Біблію, колишній бандит став ВІЛ-інфікованим наркоманом, а після навернення позбавився наркотичної залежності й створив сім'ю, в якій народилася здорова дитина. Журнал поміщає листи ув'язнених у редакцію з розповідями про те, як навернення арештанта зробило його вільним — внутрішньо й фізично, про каяття засудженого на довічне ув'язнення. Редакція не забуває й про обов'язки людей на волі щодо служіння потребам кримінальників. Знаходимо біографію російського лікаря Ф. Гааза, що присвятив життя лікуванню в'язнів і боротьбі за покращення умов відбуття покарання, а також симптоматичну відповідь на один із листів із-за ґрат: «Знаєте, ми, перебуваючи в теплих, затишних домівках, досита харчуючись, іноді лінуємося провідати своїх рідних або близьких, хворих і літніх. Нам іноді бракує часу, а точніше бажання підтримати впалого на душі» (2006. — № 7. — С. 18).

Розмова про психологічні проблеми, які не визнають жодних соціальних чи географічних меж, починається в часописі із зображення переваг релігійного життя. Наведено результати соціопитувань на користь того, що віруючі живуть щасливіше, наголошено на безглузді безбожного існування. Чотири матеріали присвячено порадам щодо досягнення щастя. Найповторюванішими з них є: плекання душевного миру, примирення зі своїм єством; потреба самовіддачі; скромність запитів, особливо у стосунках з іншими людьми; адекватна оцінка життєвих негараздів; довіра Богу; виконання щоденних обов'язків як складової життєвого призначення. Приклади демонструють, які ці підходи дозволили конкретним людям здолати безнадію, депресію, страх. Журналісти видання намагаються переконати у руйнівній силі заздрощів і жадібності, важливості внутрішніх обіцянок і життєвих установок людини,

перевагах терпіння й потребі контролю над думками. Окреме місце в цій системі посідає вимога чесності. Статті доводять поширеність релятивістського розуміння цієї моральної категорії навіть серед віруючих, шкідливість брехні для всіх сфер життя — від ділової до релігійної.

Подальшим кроком за межі приватного є твердження, що Бог і Його закон є реальним розв'язанням проблем сучасного світу. Редакція намагається переконати читачів, що Бог сильніший від найбільших стресогенних факторів життя: катастроф, хвороб, нестабільності у професійній та фінансовій сферах.

Екстремальною ситуація може стати через теракти чи природні стихії, неможливість зорієнтуватись у лісовій хащі, засніженому полі або «кам'яних джунглях» мегаполіса, відчуження від найближчих людей. Шляхами порятунку є молитва, активні зусилля з поліпшення свого становища, співчуття чужому горю, сподівання на відповідальність Господа за обставини життя віруючих, а Божими методами — будь-які обставинами від до участі янголів: порятунку чоловіків під час урагану, дівчат під час падіння з воза й угрузанні в трясовину, до страху перед диким звіром.

Гостюючи у віруючого друга в тайзі, інженер-атеїст пішов на полювання й заблукав. Довелося ночувати в лісі. Зранку, все одно не маючи можливості зорієнтуватися, дав Богу обітницю, якщо Той його врятує, увірувати за прикладом свого друга. Через дві години інженер набрів на ведмедицю з ведмежатами. Втікав з усіх сил, викинувши рушницю, набої для якої вистріляв напередодні. Коли здалося, що звір облишив переслідування, він побачив мисливців, які готувалися його шукати.

Зцілення від тяжкої хвороби — головний доказ відповіді на молитву. Зцілені оперують медичними висновками, власними фотографіями до й після хвороби. Знаходимо свідчення про одужання від *уроджених* захворювань: внутрішньочерепного крововиливу в шестимісячної дитини й остеопорозу. У дев'ятирічної Тетяни виявили вроджене порушення бронхолегеневої системи. Протягом двох місяців лікарі боролися за її життя. У черзі на обстеження О. Бойко — мама Тетяни — сильно переживала; інша жінка порадила їй не сумувати, а молитися. О. Бойко послухалася цієї поради, й операція пройшла успішно. Через якийсь час її молодшій дочці Надії поставили той самий діагноз. Олена знайшла молитовне зібрання й

попросила молитися за дочку. Стан Надії покращився настільки, що обійшлося без операції.

До реєстру вилікуваних *набутих* хвороб на сторінках видання входять: рак печінки, шлунка, кістки, внутрішніх органів; СНІД, запійний алкоголізм, наркотична залежність, параліч після інсульту, розростання сітківки очей, бешихове запалення. *Травми* охоплюють: опіки більшості поверхні тіла, сильне ураження електрострумом, воскресіння збитого машиною наркомана, коматозний стан із багатьма важкими травмами після автокатастрофи, розчавлення дитячої ніжки в результаті падіння масляного обігрівача.

Так, Г. Арутюнян мав невизначену хворобу. Він не квапився з обстеререженням, а його стан усе погіршувався. Коли вже не міг приймати їжу, задумався «над реальністю Бога». Хворого відвідав друг його синів, служитель церкви, й запропонував увірувати й помолитися разом. «П'ятнадцять днів боротьби між життям і смертю змусили мене... по-іншому поглянути на життя..., — свідчить Г. Арутюнян. — Під час молитви я відчув, як на мене зливається якась надприродна сила, а біль залишає мене». Другого дня обстеження виявило велику виразку та злоякісну пухлину. Г. Арутюнян не погоджувався на операцію, вірячи в Бога зцілення; «незважаючи на аналізи й результати рентгеноскопії, яка показувала рак шлунка, я почувався гарно, організм швидко відновлювався. Минуло півтора року, і відчуваюся як ніколи гарно. Вся моя сім'я та оточуючі на власні очі побачили чудо Бога, й сьогодні ми всією сім'єю поклоняємося і прославляємо Бога» (2006. — Липень. — С. 17).

Варті окремої згадки аспекти психологічної реабілітації хворого, перш за все через співчуття інших. Наркоман намагався пограбувати квартиру самотньої матері з дітьми. Віруюча господарка нагодувала його, молилася з ним і подарувала Біблію. Злодій залишив речі, призначені до грабування, а другого дня приніс і кросівки, украдені перед тим. Але жорстокість може скалічити чиєсь життя не згірше від масштабної катастрофи. Читаємо сповідь дівчини, яку на дорозі збив водій, відвіз її за місто й кинув умирати при морозі більше ніж 42 градуси. Попри порятунок життя, у неї було відморожено руки й ноги. Віра в Бога дозволила їй віднайти надію, здобути професію, створити сім'ю.

Альтернативою евтаназії як недосконалому, «надто людському» варіантові позбавлення мук хвороби є сподівання на Божу зцілюючу

силу. Однак основну увагу адвентисти приділяють профілактичній медицині. Їх церковна концепція має назву «реформи здоров'я» й складається зі здорового харчування, фізичних вправ, вживання води, сонячного світла й чистого повітря, помірності у звичках, потребі у відпочинку й довірі Богу. Ця тематична група помітно лідирує в часописі. «Ваше здоров'я» — єдина рубрика, присутня в кожному номері видання. Адвентистські журналісти стоять на позиції, що тільки зміна способу життя є серйозною профілактикою більшості захворювань. Основну кількість публікацій з цієї теми спрямовано на переконання читача у необхідності здорового харчування й помірності у звичках.

Звичайно, система доказів тут будується на верифікованих медичних дослідженнях, проведених нецерковними вченими, а не на догматах віри. До шкідливих наїдків зараховано чай, каву (кофеїн не знімає, а тільки посилює втому і стрес; його споживання передуює розвитку діабету), алкогольні, газовані й «енергетичні» напої, фаст-фуд (викликає цироз печінки й фізіологічну залежність), жирну їжу (погіршує роботу мозку), м'ясо й молоко клонованих тварин, свиняче м'ясо, наповнені пестицидами овочі (провокують безпліддя), біологічно активні харчові добавки, емульгатори, дріжджі й складні десерти. Здоровим меню названо лактовегетаріанство: овочі, фрукти, злаки, горіхи, мед, молоко й яйця. Журнал підкреслює лікувальні особливості окремих продуктів: сої (знижує вміст холестерину в крові), соків (зміцнюють кістки), броколі, білокачанної капусти, часнику й журавлини (запобігають з'яві ракових пухлин), яблук (покращують пам'ять), цибулі («очищує» клітини головного мозку й затримує процес їх старіння). Знаходимо тут і принципи раціонального харчування: ретельно пережовувати, не перекусювати між прийомами їжі, їсти із задоволенням, не запивати під час їжі, обов'язково й смачно снідати, не переїдати, не їсти одночасно фрукти й овочі. Звичайно ж, видання неодноразово поміщає й рецепти дешевих і корисних страв.

Агітуючи за фізичні вправи, автори публікацій віддають перевагу позитивним аргументам. Так, біг покращує пам'ять; рух знижує ризик раку шкіри, помагає роботі серця, нормалізує тиск, кров краще розносить кисень, відбувається запобігання остеопорозу, скидання зайвої ваги й затримка процесів старіння; рухавка рятує від маразму. Натомість мешканців Євросоюзу вбиває малорухомий спосіб життя: поширення гіподинамії й гіпертонії спричиняє 10 %

смертей у цих країнах. На користь вживання води промовляє таке дослідження: що більше води випиває людина, тим менше її ризик інфаркту й інсульту, утворення каміння у нирках і захворювань сечовивідних шляхів.

Тему помірності у звичках найбільше сфокусовано на проблемі залежностей — хімічних, фізіологічних і психологічних. Призначення цих матеріалів — застерегти молоде покоління від набуття небезпечних схильностей, переважно до комп'ютерних ігор і тютюнопаління. Так, відеоігри можуть спровокувати епілепсію, віртуальна агресія притупляє реакцію на реальне життя, комп'ютерні ігри з елементами насильства негативно впливають на дітей, розвиваючи жорстокість. Про важливість цієї теми знову промовляє звернення редакції: «Поки не пізно, зупиніть вплив зла на вашу дитину» (2006. — № 12. — С. 27). Щодо паління дізнаємося, що курці дурнішають швидше від некурців, куріння псує зір, пасивне куріння руйнує дитячі зуби (педагогічний аспект!). До «сучасних наркотиків» журналісти відносять шопінг, залежність від Інтернету й азартних ігор, істерію довкруг мобільного зв'язку й поклоніння знаменитостям, ілюзію «відсутності часу» й переоцінку місця кар'єри в житті. Акцентовано шкоду носіння високих підборів, засмаги (створює небезпеку меланому), татуювань (навіть тимчасових), штучних нігтів (викликають алергію) й губної помади.

Праця знаходить у виданні енергійне схвалення. Вона є перешкодою для спокус, ліками від ледарства, джерелом щастя й самовдосконалення. Труд закриває двері самодогоджанню, виховує старанність, моральну чистоту й стійкість. Це шлях прославляння Бога, здійснення мрії, служіння загальному благу, виявлення талантів, нагода євангелізації, досягнення вдоволення й самоповаги, можливість турбуватися про близьких.

Секрети фінансового успіху полягають в усвідомленні амбівалентної сутності багатства, чесності у справах, неприйнятності хабарництва, ставленні до ділового проекту як до релігійного служіння; користання з невігластва, слабості й невдачі інших журналісти кваліфікують як шахрайство. Справжній зміст виразу «фінансова свобода» полягає у свободі від фінансів, у здатності служити ними чужим потребам. Правильний розподіл коштів полягає в необхідності відрізнити головне від другорядного (скажімо, пам'ятати, що мир у сім'ї важливіший від високих доходів),

перевіряти свої бажання й потреби, планувати, заощаджувати, бути економними, не позбавляючи себе здорових радощів.

Оцінюючи стан сучасного суспільства, часопис наголошує на духовних причинах соціальної нестабільності. Автори видання переконані, що найпоширеніші злочини сучасності — вбивство, зріст окультизму, розпуста, злодійство й шахрайство — є знаками останніх часів земної історії.

Часопис «Твій шлях» пропонує поліпшити соціальний клімат у суспільстві через реформу сімейних стосунків, добродійної життєвої позиції та відповідального ставлення до свого фізичного, душевного й духовного здоров'я. Дописувачі намагаються розкрити духовне коріння соціальних криз. У дайджесті запропоновано шляхи розв'язання соціальних суперностей на основі біблійних принципів. Через специфіку своїх статей, актуальність порушених тем журнал «Твій шлях» може бути рекомендований для поширення у центрах соціальної реабілітації.

## **5.2. Здоровий спосіб життя і профілактична медицина: потенціал розв'язання соціальних проблем**

Як правило, конфесійна преса наświetлює підтримку церквами «груп ризику» — лікарень і реабцентрів для бездомних, наркоманів, ВІЛ-інфікованих — а фізичний стан «благополучних» громадян лишається без уваги. На нашу думку, цей принцип успадковано від традиційної світської медицини. При цьому помічаємо дві крайності: позицію деяких християнських церков — прибічників аскетичного способу життя, які наголошують на другорядності піклування про тілесні потреби, й погляд світських лікарів, які діагностують хворобу, як правило, без урахування психологічних і духовних аспектів особистості. Водночас зафіксовано постійний ріст психосоматичної патології, яка, згідно з прогнозом Гарвардської медичної школи, на 2020 рік має посісти друге місце в списку поширеності захворювань.

Мета цієї частини монографії — розглянути репрезентацію в протестантських медіа України проблем і принципів побудови профілактичної медицини на прикладі журналу «Весть о здоровье» (2004–2007).

Улітку 2004 року Адвентистська медична асоціація України (АМАУ) заснувала київський науково-популярний журнал «Весть о здоровье» — 34-сторінковий таблоїд із кольоровою крейдовою обкладинкою, якісною редактурою, масою доречних ілюстрацій,

оригінальною версткою та дизайном. Наклад десять тисяч примірників. Редколегія складалася з 15 осіб, серед яких чотири доктори медицини, два кандидати медичних наук і консультанти: два терапевти, хірург, інфекціоніст, стоматолог, реабілітолог, дерматовенеролог, психолог і кардіолог, що практично відповідає вимогам ВАК України до фахових видань. Головний редактор — президент АМАУ Д. Нога, лікар-хірург вищої кваліфікаційної категорії. Співробітники редакції й журналісти працювали на громадських засадах. Часопис некомерційний, добродійний, існував за рахунок спонсорської підтримки й пожертв.

Часопис у першу чергу було призначено для світських медичних працівників. З цією метою матеріали перед друком проходили рецензування у провідних фахівців конкретних напрямків медичної науки. Здвоєний дев'ятий-десятий номер було присвячено принципам здорового способу життя (ЗСЖ) для дітей. Випуск у середньому містив 12 статей. Джерела матеріалів: місцеві дописувачі, в тому числі члени редакції — 3–11 статей на номер, закордонні адвентистські автори — 1–2 статті, неадвентистські журналісти — 1–7.

Часопис містив некомерційну рекламу: лікувальних закладів — центрів стоматології та імплантології (Київ, Львів), громадської організації «Центр психосоціальної реабілітації хімічно залежної молоді «Крок за кроком» (Київ), реабілітаційного центру для хімічно залежних у м. Новгород-Сіверському Чернігівської області, реабілітаційних груп «Алатін» і «Ал-Анон» (Москва), співтовариства «Анонімні наркомани» (Москва), реабілітаційного центру «Ступени» (Київ), Українського центру профілактики й боротьби зі СНІДом (Київ), Міжнародного фонду «Відродження» (Київ), СНІД-фонду «Восток-Запад» (Київ), Центру соціальних служб для молоді (Київ), співтовариства «Анонімні емоціонали» (Москва), Російського добродійного фонду «Ні алкоголізму й наркоманії» (Москва) — і навчальних — заснованого адвентистами Українського гуманітарного інституту (Київська обл.), книжкових видань із висвітлюваних тем — «50 шляхів до здорового серця» К. Барнарда (Київ, 2001), «Хворобу легше попередити» Г. Дейля та Е. Ладінгтона (Київ, 2005). У кожному номері на постійному місці була анкета, в якій читачам було запропоновано повідомити свій вік і професію, а також свою думку щодо дизайну, формату й змісту видання, перспектив передплати журналу, назвати медичного спеціаліста, до якого читач хотів би

звернутися, й поставити йому своє питання. Відповіді неодноразово з'являлися на шпальтах органу.

Завдання часопису полягало в популяризації здорового способу життя, який у вченні адвентистів складається з восьми компонентів: раціонального харчування, фізичних вправ, вживання чистої води, сонячного світла, свіжого повітря, відпочинку, самоконтролю й довіри Богу (Весть о здоровье. — № 1. — С. 3. Далі назву журналу пропускаємо). Кожен номер містив матеріали про один із компонентів ЗСЖ, що наближало ці випуски до типу дайджестів на кшталт львівського журналу «І».

У часописі харчування залежно від свого змісту й збалансованості може поставати як фактор здоров'я, так і виникнення хвороб. Автори прагнули показати вплив нездорових продуктів на виникнення серцево-судинних захворювань, діатезу й недуг органів травлення. Натомість збалансоване годування здатне протистояти розвиткові остеопорозу й раку. Важливим є режим харчування: слід приймати помірну кількість поживи в однаковий час з обов'язковим сніданком. Журналісти висловлювалися на користь вегетаріанської дієти (її перевагами названо очищувальну роль клітковини й поживну — вітамінів — у рослинному провіанті й потребу організму в омолоджувальних й антиоксидантних речовинах, що містяться в овочах і фруктах), виступають за обмежене вживання таких амбівалентних за своїми якостями продуктів, як яйця й гербата, а фаст-фуд і кофеїномісткі страви кваліфікують як повністю шкідливі. Постійну увагу журнал приділяв попередженню найпоширеніших хвороб сучасності: високому артеріальному тискові, туберкульозу, алергії, діабету тощо. У п'яти матеріалах було наголошено на перевагах грудного вигодовування немовлят.

Зі сторінок видання дізнаємося, що фізична активність покращує роботу мозку, постає надійною протидією гіподинамії та зайвої ваги, а також запорукою здорової старості. Автори матеріалів рекомендували воду як найкращий універсальний напій та засіб для схуднення, обговорюють плюси й мінуси її хлорування. П'ять статей було присвячено аспектам дитячого плавання: його безпеці, доланню страху дітей перед водою тощо. Необхідність сонячного світла пояснювалося його здатністю лікувати дитячий рахіт; мелатонін, що виробляється під впливом сонця, знімає синдром хронічної втоми, протистоїть утворенню ракових клітин, є засобом від безсоння й потужним антиоксидантом. Однак непомірне перебування на сонці



може спричинити не тільки тепловий удар, а й спровокувати розвиток меланоми.

Свіже повітря також є виключно важливим фактором здорового життя. Журналісти радили підтримувати вдома чисте повітря, регулярно гуляти з немовлям, провадити профілактику застудних захворювань, учитися глибокому диханню й техніці мовлення. Недбалість щодо роботи дихальних шляхів може стати причиною хропіння уві сні, алергії, низького імунітету й ГРЗ. Недостатній відпочинок комплексно руйнує і фізичний, і психологічний стан індивіда; приміром, перевтома часто провокує депресивні стани. Тема самоконтролю в основному оберталася довкола хімічних і психологічних залежностей: алкоголізму, наркоманії, тютюнопаління, шопінгу, ненормованого перегляду ТБ й ігроманії. Потребу довіри Богу було переважно розкрито в педагогічних порадах: впливу духовних досвідів дітей на їх доросле життя, розвитку у дітей альтруїзму, комунікабельності, креативності.

Перелічені принципи здоров'я відомі кожному з дитинства, й українці по змозі намагаються їх дотримуватись. А от посутню увагу раціональному харчуванню приділяють переважно перед фактом захворювань шлунково-кишкового тракту. І навіть тоді їжа сприймається як фактор впливу тільки на фізичне здоров'я. Автори цього видання, присвячуючи значну частину матеріалів питанням харчування, наголошували не тільки на важливості профілактики та лікувальній функції їжі, але й на взаємозв'язку між меню та мисленням: «Надто гостра, збуджуюча їжа пригнічує свідомість і розум, завдяки яким ми розрізняємо добро і зло... від того, як харчується людина, деякою мірою залежить, стане вона п'яницею чи ні» (№ 1. — С. 17). Як видно зі сторінок журналу, не тільки харчування, але й решта принципів ЗСЖ впливає на (моральну) свідомість індивіда: 1) вода — «без достатньої кількості води не може працювати жодна клітина, а тим паче клітина мозку» (№ 1. — С. 7); 2) фізичні вправи — «рухова активність покращує розумові здібності, дає додаткову енергію організму» (№ 3. — С. 9); 3) свіже повітря — «брак кисню в першу чергу впливає на діяльність найвищих центрів головного мозку, паралізує волю, але відбувається не тільки ослаблення сили, знижується також сконцентрованість, уважність, здібність адекватно оцінювати ситуацію, логічно мислити» (№ 7. — С. 6); 4) відпочинок — «сьогодні багато дослідників доходять висновку, що сон справляє набагато сильніший ефект відновлення

працездатності саме на рівні мозку» (№ 4. — С. 6); 5) сонячне світло «покращує настрій, викликає відчуття задоволення» (№ 5. — С. 4); 6) довіра Богу — «наш організм не створено для того, щоб нести тягар шкідливих для нього звичок і негативних емоцій. Та в Бога є протидія для будь-якої руйнівної сили, що стоїть між Ним і нами» (№ 1. — С. 21).

Світоглядні аспекти релігійного виміру журналу «Весть о здоровье» виходять із базової аксіоми про людину як Боже творіння. Гомо сапієнс є не плодом тваринної еволюції, а вінцем Креації, його метою й єдиний має образ і подобу Творця. З точки зору авторів видання, Вседержитель є найвищою владою у Всесвіті й «вирішує за нас» (№ 8–9. — С. 47), що є добром, а що злом. Замисливши людину від вічності, Він має задум щодо її життя, й тільки у виконанні цього призначення індивід може дійсно «знайти себе». Господні закони абсолютно досконалі й не можуть бути доповнені чи покращені людським розумом чи зусиллями. Тільки дотримання їх приносить людству благо й щастя, ефективність і успіх у життєвих справах. Ці закони всеосяжні: Творець тотально зумовив аспекти функціонування планети Земля, людського колективу й єства окремого індивіда.

Призначивши людину господарем її земного дому, Бог доручив їй місію догляду за всіма його елементами. Людський організм — частина світу, за який люди несуть персональну відповідальність перед собою, ближніми й Богом. Це Божа власність, довірена їм. Відтак, догляд за здоров'ям є одним із найголовніших обов'язків людини, привілеєм, задоволенням і місією. Гомо сапієнс як особливе творіння заслуговує на особливе ставлення й турботу. Здоров'я Божих дітей є одним із найсильніших аргументів на користь Божої істини й способом прославлення Творця. Біблія зображає людину як цілісну особистість, що вміщує в собі фізичне тіло, духовність і інтелект. І фізичне, і духовне її єство вимагає догляду. Писання називає людське тіло Божим храмом, у якому пробуває Дух Господа. Ця обставина зумовлює потребу утримувати тіло в чистоті, а розум — під власним контролем.

Другим фактором, який визначає ставлення людини до свого здоров'я, є гріхопадіння. Непослух прабатьків Божому закону зруйнував гармонію на землі й усередині кожної особи. Через розрив стосунків із Богом-життєдавцем гріх спричинив екологічну кризу, хвороби, страждання, втрати, залежність і смерть. Тож «повернення людини в той досконалий стан, у якому вона була від початку

сотворіння світу — найвеличніша мета в житті, варта всіх інших» (№ 1. — С. 3). Боротьба з наслідками цієї катастрофи об'єднує зусилля медичних і релігійних установ. Зцілення й спасіння людини стає взаємодоповнюваними актами, намаганням уникнути страждань і обмежень, спричинених психологічними й фізичними хворобами. Ба більше — захворювання заважають індивіду справдити своє життєве призначення. Отже, досконалість — Божа воля й той ідеал, у який слід вернутись, аби вижити. У такий же спосіб і дотримання суспільством Господніх законів забезпечує його майбутнє.

З цих позицій автори журналу визначали недбалість щодо свого здоров'я як гріх. Хто поневажує відому йому волю Творця, не може сподіватися на духовний ріст. Порушення фізичних законів прирівнюється до злочину проти морального Закону Божого. Здоров'я чи хвороби дописувачі кваліфікують як наслідок свідомого вибору людини. Для тих, хто вирішив змінити свій спосіб життя, труднощі помагає долати Божа сила. Спілкування з Господом відновлює психологічну гармонію, надає гідності, відчуття цінності свого існування. Відтак здоров'я стає одним із найцінніших Його дарів.

Говорячи про практичні рекомендації Святого Письма щодо способу життя, журналісти часопису висновували, що «питоме зцілення мусить бути цілісним, яке враховує і фізичний, і духовний, і психоемоційний стан людини, а також соціальні аспекти її життя» (№ 1. — С. 3). Медичні аргументи на користь раціонального годування закінчувалися підсумком: крупи, фрукти, горіхи й овочі — рослинна їжа — становить харчування, визначене Творцем на благо людині. Споконвіку дана Богом рослинна дієта й дотепер лишається неперевершеною. Через шість тисяч років наука дійшла схожих висновків. Потребу в сніданку обґрунтовано тим, що в пустелі Бог давав ізраїльтянам поживу рано вранці: «Прокидаючись у ранкові години й збираючи манну, перш ніж перші промені сонця розтоплять її, вони в праці здобували собі їжу й розвивали апетит» (№ 2. — С. 10). Інший автор наголошував, що обжерливість веде до порушення двох із десяти заповідей Божих, а саме першої — «Хай не буде тобі інших богів передо Мною!» й четвертої — «Не вбивай!». Цей гріх настільки неприємний Господу, що Він свого часу сказав Мойсею, що коли чийсь син не буде приборкувати свого апетиту й бажань, але в усьому потурати цьому, — нехай його батьки приведуть до старших

міста й най укаменують його. Становище людини, нестримної в їжі, вважалося безнадійним. Вона не могла бути корисною для ближніх, і для себе також була прокляттям.

Як сонце й повітря, воду названо Божим даром, а її дивовижні якості — доказом безмежної мудрості Всевишнього. Негативний вплив газованих напоїв на здоров'я на противагу природній волозі ілюстровано цитатою: «Нащо будете важити срібло за те, що не хліб, і працю вашу за те, що не ситить? О, всі спрагнені, йдіть до води...» (Іс. 55:1, 2). У статті про уринотерапію знаходимо критику намагань прихильників цього методу обґрунтувати своє вчення Біблією й твердження: «Якщо ми будемо раціонально харчуватися й пити достатню кількість води, нам не доведеться пити те, від чого Бог звільнив нас, позаяк це те ж саме, як пити невеликі дози отрути» (№ 7. — С. 21).

Генезу потреби у відпочинку журналісти вели знову ж таки від історії створення світу. У ній повідано про семиденний тижневий цикл як про божественну установу й про сьомий день тижня, суботу, призначений для зупинки всіх справ. І після земного втілення Христос залишився прикладом гармонійного розпорядку. Автори наголошують, що Він прокидався вдосвіта й ішов до усамітненого місця на молитву (Мк. 1:35). Навіть коли Ісус не спав усю ніч, то вдень не вирушав відсипатись. Це мало місце не тому, що Він був «жайвороном», а тому що знав закон, згідно з яким «на п'яту-шосту годину ранку припадає найзначніший фізіологічний підйом і найвища працездатність людини» (№ 6. — С. 29). Отже, вважає дописувач, ці закони Творець заклав у кожен клітинку нашого організму. Він же сказав Своїм учням: «Ідіть осібно самі до безлюдного місця, та трохи спочиньте» (Мк. 6:31).

Потрібність самоконтролю ґрунтується на вже згаданих словах ап. Павла про людське тіло як Божий Храм. Ось контекст його слів: «Хіба ви не знаєте, що ваше тіло, то храм Духа Святого, що живе Він у вас, якого від Бога ви маєте, і ви не свої? Бо дорого куплені ви. Отож прославляйте Бога в тілі своєму» (1 Кор. 6:19, 20). «Проте чи прославляємо ми Бога в тілах наших? Чи до впадоби Його волі наша малорухомість, надмірне калорійне й збуджуюче харчування, наша лінь і пристрасть до куріння?» — вигукує журналіст. Найбільшу увагу цій рисі характеру приділяє автор матеріалу «Християнський підхід до розв'язання проблеми [СНІДу]». Автор виводить настанову бережливого ставлення до власного й суспільного здоров'я з

біблійних заповідей про любов до себе, ближнього й Бога. Так, любов'ю до себе продиктовано пораду наповнюватися не вином, а Духом Божим (Еф. 5:18), і розуміння того, що ясність розуму й чистота думок набагато цінніші від отупіння чуттів і втрати влади над собою, неминучих при вживанні наркотиків. Любов до інших, утілена в «золотому правилі» (Лк. 6:31), зумовлює принцип: якщо «ви не хочете заразитися ВІЛ, маєте поводитися так, щоб уберегти й інших від цього». Нарешті, «якщо ми любимо й шануємо нашого Бога, маємо слухатися Його. А Він каже нам, що Йому до вподоби статеві стосунки тільки в контексті шлюбу. Секс заради грошей, з різними партнерами, одностатевий секс — усе це огидно Господу. Він говорить нам, що пияцтво, рівно ж і інші згубні пристрасті, є питомим злом» (№ 8–9. — С. 46). З точки зору цього автора, суспільству потрібні установи, які б заохочували до здорового способу життя, і одна з них — церква. Вона викладає уроки моральності й надає підтримку тим, хто слідує шляхом біблійного вчення або намагається здолати шкідливі звички. Урядам слід розглядати церкву як союзника, а не ворога, оскільки церква встановлює й зміцнює в суспільстві позитивні моделі поведінки, тим самим полегшуючи роботу керівних структур, допомагає будувати стосунки, здійснює служіння, наставляє людей, схильних до згубної пристрасті до наркотиків, не тільки в питаннях традиційного виховання, а й в аспектах християнської моралі. Вона дає мотивацію до зміни способу життя, створює позитивні рольові моделі для копіювання й помагає будувати тривалі стосунки, які сприяють особистісному росту. Завершується стаття романтичним висновком: «якщо суспільство слідуватиме християнській доктрині про шлюб і статеві взаємини... поділятиме християнську точку зору на вживання наркотичних речовин, то нам вдасться покінчити з епідемією СНІДу» (№ 8–9. — С. 47).

Довірою Богу визначено основні етапи реабілітаційної програми «12 кроків» — здійснити кроки назустріч людям, яким пацієнти завдали шкоди; передавати вістку цієї програми іншим і вживати її принципи у повсякденних справах. Довіра Богу спонукає журналістів «Вести о здоров'є» критикувати, попри їх сподівану ефективність, нетрадиційні методи лікування, пов'язані з окультизмом. Вони рекомендують перевіряти подібні практики такими критеріями: чи пояснюється ця методика фізіологічними законами, закладеними Богом у нашому тілі; як змінюється світогляд хворого у питаннях

віри після операції; у що він більше вірить тепер: у цю методику, в цілителя чи в себе. Принцип фізіологічного «самособоюнаповнення», що лежить в основі уринотерапії, підказує авторам видання висновок: «Указана система лікування, пропонуючи людині стати спасителем самої себе, відводить її від Спасителя-Бога». Також у часописі знаходимо низку біблійних свідчень проти астрології (Повт. 4:19, 17:3, 5, Іс. 47:13–15, Єр. 10:2). Натомість, скажімо, корисність активованого вугілля підтримано ідеєю «простих ліків» від Бога: «... але Бог вибрав немудре світу, щоб засоромити мудрих, і немічне світу Бог вибрав, щоб засоромити сильне» (1 Кор. 1:27).

Оригінальність концепції журналу «Весть о здоровье» полягає в акцентуванні не тільки на лікуванні вже наявних хвороб, а на всеосяжному характері біблійськи орієнтованої загальнодоступної профілактичної медицини, яка складається з раціонального харчування, фізичних вправ, вживання чистої води, сонячного світла, свіжого повітря, відпочинку, самоконтролю й довіри Богу.

### **5.3. Зміна суспільства через трансформацію мас-медіа**

Одною з тенденцій сучасного інформаційного процесу в Україні є набуття популярності ЗМК, які є «голосом» релігійних фундаменталістських організацій. Окрім видань «політичного православ'я» (наприклад, одеської газети «Православный телеграфъ»), долає конфесійні рамки й періодика харизматичного руху: київські газети «Christian Telegraph» і «КАМЕНЬ краеугольный», журнал «IN VICTORY», харківська газета «Новое поколение» тощо.

Мета цієї частини студії — показати, що одним з основних шляхів впливу на суспільство редакція «КАМНЯ...» вважає трансформацію світських ЗМІ України в бік християнських цінностей.

Під терміном фундаменталізм розуміємо (переважно релігійні) прояви антимодернізму — протистояння Просвітництву й плюралізму в суспільстві з позицій універсальної ідеології, коли все інше, в тому числі й права осіб, діяльність і погляди яких суперечать її нормативам, не мають братися до уваги. Таку форму політичного устрою можна уподібнити до теократії давнього Ізраїлю.

Подібні інтенції харизматичного руху в Україні походять від другої хвилі протестантського фундаменталізму, яка виникає через моральну і соціальну кризу шістдесятих і сімдесятих років

[XX сторіччя] після винесення рішень Верховного Суду [США] щодо відміни молитви в школах, а також його рішення на користь абортів [201, с. 280–281]. Ці тенденції змінили вектор есхатологічних сподівань протестантів із преміленаристської на постміленаристську позицію. Якщо раніше більшість консервативних громад Америки вірила, що світ погіршується, й церква має бути анклавом, у якому покаяний грішник може зберегти свою душу, тепер запанували наміри християн активно втручатись у суспільне й політичне життя для стримування загрозливого плюралізму. Одним із найвпливовіших ідеологів протестантського консерватизму є телепроповідник П. Робертсон, засновник телекомпанії CBN і «Християнської коаліції» — найвідомішої на політичному полі громадської організації християн Америки, яка об'єднує 1,7 мільйона американців і здійснює вплив на результати виборів. З 1970-х П. Робертсон веде телепередачу «Клуб 700», де часто робить огляд політичних подій світу, і прославився своїми різкими висловлюваннями, за які йому доводилося перепрошувати. Наприклад, 2005 року він закликав американські спецслужби вбити президента Венесуели У. Чавеса за те, що той перетворює свою країну на «плацдарм для інфільтрації комунізму й мусульманського екстремізму» («КАМЕНЬ...» опублікував цю інформацію, засудивши вчинок Робертсона (КАМЕНЬ краугольный. — 2005. — Вересень. — С. 3. За дальших згадок цього джерела назву газети опускаємо). 1991 року проповідник балотувався у президенти США й випустив книгу «Новий світовий порядок», у якій доводить наявність антиамериканської змови ілюмінатів і масонів і проголошує потребу в законодавчому захисті християнської спадщини у Сполучених Штатах.

Таку ж назву має скандально відома книга (фактично, проповідь або трактат, 2002) пастора латвійської харизматичної церкви «Нове покоління» О. Ледяєва. Він також відомий своїми медійними проектами. Членами його церкви засновано Першу латвійську партію, яка змагає до встановлення в країні *християнського уряду*. О. Ледяєв сповідує чіткі постміленаристські погляди, хоч на словах відкидає у своїй книзі важливість есхатологічних викладок (може, це такий риторичний прийом?). Автор проголошує вищість церковної влади над світською, заперечує потребу відокремлення церкви від держави, називає *вторгнення та експансію* головною стратегією церкви останнього часу й закликає християн поширити свій вплив на

сфери політики й спорту, мистецтва й моди, журналістики й маркетингу, юриспруденції тощо [209, с. 1, 16]. Ледяєвські ідеї «теології панування» посідають поважне місце в ідеології «КАМНЯ краєугольного». Ось як книгу латвійського пастора згадано в інтерв'ю, яке головний редактор газети взяв у київського харизмата О. Бандурченка, директора фінансової структури «King's Capital». За словами інтерв'юйованого, прочитання твору О. Ледяєва відкрило йому «друге дихання в християнстві», дозволило перевищити рівень номінальної релігійності: «у мене все розклалося по полицках. Я зрозумів, що *центр усіх* фінансових потоків повинен бути під контролем праведних людей. *У кого гроші, в того влада й сила. ... гроші нечестивих мають перейти до праведних. І це повинно відбутися не колись, а прямо зараз. <...> Хтось отримує одкровення, хтось його справджує»* (2007. — Січень. — С. 4. Тут і далі курсив мій — М. Б.). Ідею цього *одкровення* редактор газети ніде не спростував, а пізніше заявив у своїй веб-конференції, що до О. Ледяєва та його вчення ставиться «позитивно» і «з розумінням» [317].

Часопис «КАМЕНЬ краєугольний» було створено його незмінним редактором Р. Кухарчуком. Засновником і спонсором видання виступило Об'єднання незалежних християнських харизматичних Церков України (повного Євангелія) (далі ОХЦУ). Газета виходить щомісяця накладом 5000 примірників, номер має вісім шпальт формату А3. Більшість матеріалів російськомовна, але майже в кожному номері є один-два україномовні. Назву газети взято з Іс. 28:16 («Господь Бог сказав так: Оце поклав каменя Я на Сіоні, *каменя випробуваного, наріжного, дорогого, міцно закладеного. Хто вірує в нього, не буде той засоромлений!*»). Ці слова пророка Ісаї апостол Петро тлумачить як месіанське пророцтво, де Ісус Христос постає наріжним каменем молоді церкви (1 Пет. 2:3–8).

Передовицю зайнято анонсами. Публікації, які на ній розміщено повністю, переважно стосуються найважливіших новин — стратегічних заходів ОХЦУ й новин в українському законодавстві щодо дотичних до релігії питань. Верхній лівий кут другої сторінки зайнято списком привітань пасторів-членів Об'єднання з днем народження та громад із його складу — із днем заснування. Далі йдуть новини ОХЦУ, оприлюднено документи Об'єднання, відозви його адміністрації. Решту другої й третю сторінку, як правило, пущено на добірку новин. Внутрішні сторінки зайнято інтерв'ю й



аналітичними матеріалами, а також проповідями Р. Кухарчука [199] чи інших авторів. Останню сторінку заповнюють новини, реклама, бланк для запрошення читачів на богослужіння, який можуть заповнити поширювачі газети, результати опитувань, проведених на сайті prochurch.info, підборка християнських анекдотів і вихідні дані номера. До зворотного зв'язку редакція спонукає читачів через публікацію їхніх листів, рекламу християнських Інтернет-ресурсів, контактної інформації презентованих церковних проектів, неодноразових запрошень ставати дописувачами видання, згаданими опитуваннями, а також у статтях редактора, у яких він з нагоди чергової річниці часопису аналізує стан видання, його ідеологію та завдання, а також намічає перспективи.

Професійний рівень газети можна оцінити як оптимальний. Р. Кухарчук підкреслює регулярність її виходу від часу заснування. Редакція оперативно відгукується на події, що підпадають під формат часопису. Матеріали подають десяток більш-менш постійних дописувачів і чимале коло осіб, які готували одиничні статті за домовленістю з редакцією. Можна відмітити впізнаванню верстку, задовільну редактуру, велику кількість ілюстрацій, високу інформативну ємність номера. Звертає увагу оригінальна атрибуція матеріалів — вони не об'єднуються у блоки, а кожна стаття має позначку-рубрикатор, що визначає-коментує її тему, жанр або головну характеристику (на прикладі січневого номера за 2008 рік): «Мас-медіа», «Знамення», «Висновки», «Усім показав», «Інтернет», «Звіт», «О часи! О вдачі!», «Ексклюзив», «Фундамент», «Життя і служіння», «Про головне», «Аналіз», «Усмішку!» Більшість матеріалів писано для цього часопису. На це вказують коментарі до підписів авторів: ім'я штатного журналіста супроводжено назвою газети, інших — позначкою «Для «...краєугольного» (якщо автор із за кордону, повідомлено місце його замешкання). Географія матеріалів визначається концепцією видання. Регіональні громади ОХЦУ подають матеріали з місць, київські події висвітлюють штатні журналісти, помітне прагнення редакції отримати дані від очевидця події.

Відповідно до декларацій редактора, газету присвячено згуртуванню християн для приготування світу до пришествя Христа шляхом внесення, розвитку й захисту християнських цінностей у всі аспекти суспільного життя: політику, бізнес, соціальну сферу, сім'ї, педагогіку, юриспруденцію, ЗМІ тощо.

Для політичної царини це найперше означає законодавчу діяльність, спрямовану на забезпечення християнству привілейованого статусу в державі. Залежно від контексту на користь такої ідеї наведено аргументи, що: а) Україна є історично християнською країною; б) християнська етика може забезпечити найвищий рівень свободи й моралі індивіда й суспільства; в) християнство породило поняття прав людини, демократії та інших складових цивілізованого життя тощо. Слід привести до влади політичні сили, які б лобювали християнську ідеологію на рівні парламенту і в ідеалі утворили християнський уряд, висунули свого кандидата на пост президента країни. Як наголошують журналісти видання, Україна, будучи «першим плодом Божої роботи» у Східній Європі, є місіонерським посланцем у здохристиянізовану Європу Західну, і в такому випадку стане її духовною та економічною житницею». Будь-який політичний устрій редактор оцінює з позицій релігійної аксіології: «це об'єктивна історична реальність. І в кожній країні вона різна. Та церква як Тіло Христове не повинна від цього залежати. У неї є Велике [місіонерське] доручення від Ісуса Христа, яке слід виконувати за будь-яких політичних і соціальних умов» [317].

Головні загрози цій політичній перспективі дописувачі добачають у впливі ісламу та Євросоюзу. Релігійній диктатурі й світському гуманізму патетично приписувано агресивний характер, прагнення до експансії, використання політичних важелів — питомі характеристики харизматичного руху. Невідомо, чи усвідомлює Р. Кухарчук схожість свідомості ісламського та християнського фундаменталізму, але в око впадає еволюція образу ісламу у виданні. Закиди в нетерпимості й репресіях до інакомислячих, мілітаризованому характері, фанатичному типі мислення адептів ісламу згодом доповнено визнанням *сили*, якою ця релігія наділяє своїх прихильників, *упорядкованості* їх життя, *своєрідної моральності* ревних мусульман, чия ірраціональна свідомість є сприятливим ґрунтом для надприродних проявів біблійного Бога (видінь, чудес тощо), а самі магометани — одною з найперспективніших цільових груп для зусиль християнських місій.

Натомість мирські установки Євросоюзу зазнають повної негачії на шпальтах видання. За словами дописувачів, *дурний, задрипаний, егоїстичний, гріховний* світський гуманізм Європи є, говорячи словами Ф. Ніцше, «тим, що треба здолати». Витіснення біблійного

змісту з християнських свят «ради задоволення релігійних чуттів юдеїв і мусульман» демонструє, що толерантність там уживано для обмеження прав християнської більшості, свобода обертається фінансуванням пропаганди гомосексуалізму, евтаназії й абортів із державного бюджету, лібералізм стає прерогативою церковного життя, коли під тиском штрафів і тюремного ув'язнення священники не мають права в проповіді у храмі пояснювати біблійну позицію щодо, скажімо, сексуального життя людини. Звідси постає висновок, що «Європейський Союз, мабуть, є найбезбожнішим державним утворенням у сучасній історії, в основі якого лежать інтереси гріховної плоті людини» (2004. — Жовтень. — С. 6). Редактор часопису багатократно переконує читачів, що немає потреби приєднуватися до ЄС: високого економічного рівня Україна може досягти й без вступу до цього політичного утворення, а моральній свідомості українського населення цей крок завдасть фатального удару.

Дихотомія плоті й духу найбільше відчутна, коли йдеться про християнське тлумачення економічних законів. Дописувачі критикують матеріалістичні ухили в протестантській проповіді («ніколи церковна кафедра не чула так багато проголошень про гроші, багатство, процвітання, як нині. Складається враження, що Євангеліє Ісуса Христа і є словом про гроші» (2007. — Квітень. — С. 6), правлячи про потребу зміни життєвих пріоритетів наверненого християнина. Оскільки, за їх переконанням, у разі повернення Христа загинуть усі земні справи, то для віруючих людей найкращий спосіб розпоряджатися фінансами — це зміцнювати за їх допомогою позиції Божого Царства в сучасному суспільстві. І в цьому випадку Бог благословить членів церкви економічним достатком, а через них — усю країну. Р. Кухарчук наголошує на потребі опертя на сили українських християн у фінансуванні церковних проєктів. Уже в першому номері на передовицю було винесено новину про євангелізаційний захід у Пакистані, «організацію та фінансування якого повністю взяли на себе українські віруючі». Вище ми цитували інтерв'ю Р. Кухарчука з харизматом-мільйонером. Головним лейтмотивом запитань журналіста були перспективи співробітництва християн з великим бізнесом з метою підтримки церковної діяльності. Проте, звичайно, найбажанішим джерелом бюджетування євангельської місії є державна скарбниця. Крім уведення до парламенту церковного лобі, шляхом отримання цих коштів є робота

церкви зі соціально неблагополучним шаром населення (що є її поважним методом її зв'язків із громадськістю).

Розмах добродійної діяльності харизматичного руху в Україні справляє враження. Соціальна активність посідає настільки важливе місце у позиціонуванні окремої громади, що «візитка» регіональних церков ОХЦУ зазвичай займає окрему сторінку й має таку структуру: перший матеріал оповідає біографію пастора й історію цієї громади; другий і третій, як правило, поміщають докладну оповідь про її внесок у покращення соціальної обстановки в своєму населеному пункті (роботу реабцентрів, курсів, груп взаємодопомоги, сімейних дитбудинків, фостерних сімей) із повідомленням контактної інформації організаторів цих проектів, що робить газету різновидом каталогу релігійних «послуг» протестантського «ринку», а також свідчення про надприродне втручання Бога в життя одного з її членів чи про повернення останнього зі скрутних обставин до повноцінного життя; четвертий матеріал пропонує богословські замальовки представленого пастора.

Журналісти «КАМНЯ...» вважають, що найбільшим внеском церкви у поліпшення соціальної обстановки в країні може бути пропагування біблійної моделі гетеросексуальної сім'ї. Цей пафос християнського ідеалу родини є найважливішою заслугою видання. Найбільше звертає увагу обстоювання дописувачами патріархального характеру християнського шлюбу. Чоловік є повноправним господарем у своїй сім'ї, як Бог є господарем над Землею, а пастор — над церквою. Здатність чоловіка насадити біблійні принципи життя у своїй родині є головною сходинкою до його реформування на християнський ґрунт свого оточення й суспільства. Спільне поклоніння Богу, участь батьків у житті своїх дітей, чітке розуміння всіма членами сім'ї свого призначення здатне, згідно з матеріалами часопису, бути заслоном проти поширення більшості соціальних девіацій: шкідливих звичок і залежностей, соціального сирітства, абортів, безпритульності, злочинності тощо. Насадження християнських цінностей включає й боротьбу проти їх антиподів. Значне місце в часописі посідає представлення роботи заснованої Р. Кухарчуком у 2003 році організації «Громадський рух людей з майбутнім «Любов проти гомосексуалізму», яка «протистоїть гей-агресії» шляхом щорічних демонстрацій на Хрещатику, моніторингу українського законодавства щодо захисту інституту сім'ї як союзу чоловіка й жінки, а також письмовими вимогами кожній партії

офіційно засудити гомосексуалізм та із загрозами у протилежному випадку оприлюднити прізвища *латентних прихильників сексуальних збочень*, щоб «електорат міг відповідно відреагувати на них під час виборів». Про успіх цієї діяльності можуть свідчити ярлики «ворог гомосексуалізму № 1», «апостол гомофобії», якими наділяє Р. Кухарчука гей-спільнота, а також тема «Руслан Кухарчук — хто він?», якій присвячено окремий розділ на лесбійському форумі lkyiv.com. Редакція намагається перешкоджати поширенню громад саєнтологів, свідків Єгови, релігійної організації «Сім'я».

Окрім згаданого сімейного виховання дітей у християнському дусі й захисту їх інтересів на законодавчому рівні, педагогічна програма «КАМНЯ...» включає в себе реформування середньої освіти шляхом викладання предмета «Християнська етика» воцерковленими педагогами, сприяння публічному визнанню віри дітьми-християнами, можливість проведення в загальноосвітніх школах навчально-виховних програм з релігійним компонентом, включення поруч з теорією еволюції креаціоністської моделі до загальних підручників біології, а також права релігійних організацій на створення загальноосвітніх шкіл.

Зрозуміло, що для реалізації таких масштабних завдань потрібна консолідація лояльних сил. Журналісти часопису пропагують послідовний християнський екуменізм на спільній ідейній базі — Нікейського символу віри, сповідання Трійці й церковних свят, а також практичної взаємодії. В аргументації цієї ідеї найслабшим моментом є підміна *доктринальних особливостей* різних конфесій, які (особливості) є об'єктивною причиною розколів, закликами по-християнськи ставитися до *представників* інших релігійних організацій (у своїх антигеївських виступах дописувачі підкреслюють цю різницю, відтак, усвідомлючи її). Екуменічна «контактність» окремої конфесії визначає її позицію в новинарній стрічці видання. Основне місце в новинах приділено харизматичним церквам (особливо членам ОХЦУ), яких спозиціоновано як найпередовіший християнський рух, затим євангельському християнству. Католицизм піддано співчутливій реабілітації, православ'я Московського патріархату практично зігноровано. Іслам переважно постає з негативного боку, юдаїзм подано як перспективний ґрунт міжрелігійного діалогу (як правило, у версії месіанського єврейства).

Юридична діяльність має у виданні кілька напрямів: надання читачам безкоштовних консультацій (переважно пов'язаних з

орендою богослужбних приміщень), запрошення до співпраці юристів-християн, зокрема з патронуванням політиків, що належать до євангельських церков, а також інтенсивний моніторинг релігійної свободи в Україні й світі, підтримка протестантських громад, які зазнають правових і економічних утисків, що утворює в часописі помітний правозахисний компонент.

А найважливішим каналом трансформації суспільства за фундаменталістським зразком постають ЗМК. Р. Кухарчук твердить, що необхідно перетворити християнську церкву на головного ньюзмейкера світу. Для цього слід упроваджувати у світські медіа воцерковлених спеціалістів, залучати до співпраці їх світських колег, створювати якомога більше інформаційних приводів для висвітлення у ЗМІ, вести інформаційні війни з небажаною проблематикою чи стилістикою в медіа. На реалізацію цих завдань спрямовано ще одну царину громадської діяльності Р. Кухарчука — роботу створеної ним 2004 року Асоціації журналістів, видавців і мовників-християн «Новомедіа». «КАМЕНЬ...» публікує *новини* перебігу стосунків церкви й мирських ЗМІ, офіційні *відозви* «Новомедіа» до вітчизняних медіа-власників, ЗМК яких оприлюднили матеріали, що, на думку управи Асоціації, завдають дифамації (протестантським) церквам, містять пропаганду аморалізму та руйнують ідеал гетеросексуального шлюбу, *заклики* до журналістської спільноти протестувати проти порушень свободи совісті й стати на захист традиційної моралі. Редактор розвиває ці ідеї у своїх численних проповідях, бере інтерв'ю у співробітників християнських ЗМІ України, а також християн, що намагаються впроваджувати свій інформаційний продукт в ефір чи на сторінки нецерковних медіа.

Найактивнішим і найцікавішим автором газети є її редактор. Його журналістський стиль уповні віддзеркалює харизматичний тип релігійності. Уже говорилося про наступальний характер протестантського фундаменталізму, його чітку ієрархічність, яка перш за все оприявнюється у патріархальному пафосі. З цих позицій редактор «оголошує війну» політкоректності, лібералізму, моральному релятивізму гуманістичного світогляду. Ідейно-естетичним утіленням цих явищ пан Кухарчук називає феномен *гламуру*, сутністю якого вважає егоїзм, унісекс, споживацтво, розкіш, матеріалізм, зовнішню модність, вихолощення внутрішнього світу людини. Натомість ідеал християнського консерватизму, на думку Кухарчука, характеризує деяка брутальність, несалонність,

неприборкана, «нецивілізована» маскуліність (у цьому контексті див. бестселер американського фундаменталізму — перекладену 16 мовами книгу Дж. Елдреджа «Дике серце» (2004) [101], що спровокувала з'яву по всьому світі таборів на військовий штиб, які «помагають віруючим чоловікам боротися зі своєю зніженістю» [499]). Харизматична релігійність поєднує прагматизм із розвиненою емоційністю. Її сенсуалістська модель висуває *відчуття* як питомий канал пізнання надприродного світу, де *переживання* Божої присутності стає апофеозом релігійного життя.

Таке мислення сформувало поставу переможця, яку знаходимо в діях і текстах Р. Кухарчука. Він постає амбітним, активним і обдарованим молодиком із лідерськими якостями, який шукає самореалізації на широкому полі.

Декларативність харизматичних акцій й самої віри спричиняє охоче саморозкриття автора. Він не вагається говорити від власного імені, що надає його текстам характеру свідчення. В основному Р. Кухарчук використовує жанри інтерв'ю, проповіді та памфлету. Його співбесіди характеризуються різноманіттям тематики, Р. Кухарчуку переважно вдається «витягувати» з інтерв'ююваних потрібні аспекти теми. Зневажаючи самокопання й нерішучість, у своїх проповідях постійно закликає посилити активність на ниві служіння Богу, мотивуючи читача обмеженими часовими ресурсами, прогресуючою моральною деградацією світу, невідкличністю Божих велінь тощо. Від самого початку автор постає особою, якій відома істина в останній інстанції, відтак завданням аудиторії є не розважання над нею чи дискутування, а найактивніше впровадження на практиці. Пропагандистське «підштовхування» читача проявляється в атакуючому, ініціативному тоні, бравурі, викличному оптимізмі. Аргументацію підкріплюють риторичні питання, уявний діалог із читачем, широка стилістична палітра, парафраз, стійкі й крилаті вирази, трансформовані цитати («не царська (читай: християнська) справа»), яскраві метафори («катакомби політкоректності», «євроінтеграційна агонія»).

Поборюючи негативні явища, опозиційні погляди, можливі сумніви читачів, Р. Кухарчук у своїх памфлетах не шкодує сарказму («Вступити [в ЄС] можна завжди. Аби потім одмитися»), різкості виразів (згадаймо П. Робертсона) («духовна *імпотенція* західних церков»), неприхованої зневаги («після десятилітніх спроб України *підлабузнитись* до чиновників Євросоюзу») й гніву. Прагнення

максимальної доступності журналістського виступу спонукає до вжитку «низької» розмовної лексики («розтермосити християн Західної Європи», «а плювати на розвинену економіку, коли закриваються християнські церкви»), молодіжного сленгу («беспредел», «євангелісорієнтовані тусівки», пор. цитати з інших матеріалів: «хто готовий одірватись по повній програмі», «*нопса галімая*», «*пашу* [у значенні тяжкої праці] день і ніч»). Знижений стиль позначає або неминучі загальники («*старигань* Гутенберг винайшов... друкарський верстат»), або жорсткі філіппіки на адресу антихристиянських настроїв, частенько за межею пристойності («за кілька місяців перебування при владі кабінет прем'єр-міністра Сапатеро *на смердів* так, що запах поширився по всій Європі» (2004. — Жовтень. — С. 6). Найбільше автор критикує витіснення християнської спадщини європейською політкоректністю, яка, за його виразом, і в Україні «лізе з усіх дірок», а також політизований гомосексуалізм як сакраментальне дітище останньої: «слід цим активістам [гей-руху] пояснити, що *подавати голос* їм суспільство не дозволяло. І не треба *дресирувати* нас покликаннями на євросоюзівську практику. У нашій країні головним носієм влади є народ, а не пара «голубих» чи «приголублених» чиновників ЄС, які скоро можуть почати давати «корисні рекомендації» українським законодавцям» (2006. — Липень. — С. 2).

Газету «КАМЕНЬ краеугольный» призначено для розповсюдження серед дійсних членів протестантських церков. Вона для цієї аудиторії покликана виконувати функції, аналогічні до завдань щоденних світських газет для своїх читачів. Це подача новин християнського світу, аналітичні коментарі до них і проповідь, адаптована до газетного формату. Євангелізаційного аспекту в ній практично немає.

Періодичний орган Об'єднання харизматичних Церков України газета «КАМЕНЬ краеугольный» пропонує програму фундаменталістської трансформації (українського) суспільства через внесення християнських цінностей у всі частини громадського життя: політику й бізнес, соціальну сферу та сім'ю, педагогіку та юриспруденцію. Така версія політизованого християнства шукає ідеологічних важелів для приготування світу до другого пришествя Христа. Згідно з уявленнями його послідовників, перед цією подією церква має встановити контроль над нечестивим світом. У візії журналістів «КАМНЯ...» найважливішу роль у цій трансформації



повинні зіграти ЗМК як *сучасний ареонаг*. Дописувачі намагаються згуртувати журналістів-християн і їх світських колег для спільної боротьби за розширення місця християнської тематики у нецерковних ЗМІ, до того ж поданої в певному ключі — як недискутована істина — з метою впливу на громадську думку в бік прийняття християнської аксіології як панівної в суспільстві й керівництва нею в повсякденній діяльності.

#### **5.4. Моделювання протестантської журналістики України**

«Ваша організація взялася за справу дуже важливу для української журналістики — пропагувати християнські цінності та впровадження їх в професійну діяльність. Ми повинні визнати, що українській журналістиці саме цього не вистачає, цих принципів. Через це місія, яку має Асоціація «Новомедіа», є дуже важливою. Маю надію, що в своє п'ятиріччя ви маєте вже якісь успіхи. І мені хотілося б, щоб їх було набагато більше. Бо моральні медіа, моральні обличчя в українській журналістиці — це те, що має бути у нас. Адже не можна побудувати державу вільну і демократичну без морально-етичних засад. Це просто неможливо» [11, с. 2], — сказав В. Різун у своєму привітанні до п'ятиріччя заснованої протестантами журналістської «профспілки». У цій промові директор Інституту журналістики озвучив проблему, яка давно витає у повітрі: неможливість побудувати фахову журналістику в обхід ціннісних орієнтацій, ігноруючи моральний колапс суспільства.

«Четверта влада» незалежних ЗМІ є неодмінною складовою демократичного ладу, про необхідність побудови якого багато говорять в Україні. Але, запозичуючи західну модель політичного устрою, не так легко імпортувати практику застосування етичних принципів, що ними хизується якісна світова журналістика.

В історії цих медіа помітну роль зіграв релігійний фактор: «Першою і найзагальнішою лінією поділу між різними країнами — «хто куди потрапив» — є релігійна: найуспішнішими й найзmodernізованішими є країни з протестантською та конфуціанською етикою» [80, с. 30]. Аксіоматичною стала думка щодо протестантської Реформації як релігійної передумови виникнення журналістики. І. Михайлин твердить, що винахід друку не змінив духовну атмосферу в тодішній Європі; «йшлося до того, що книгодрукування стане ще одним знаряддям насадження католицької віри... через 35 років після винайдення друкарства... уже

існували всі ознаки церковної цензури» [256, с. 37]. Коментуючи цей момент, М. Оласкі зазначає, що «інновація створює [нову] можливість; світогляди визначають, чи буде, і як швидко, використано винаходи» [565, с. 50]. Каталізатором змін стала Реформація, що санкціонувала раціональність, пошук істини, вищість потреб індивіда від інтересів держави, права на протест і критику владних кіл, свободу совісті, слова й друку, здатність особи пізнати правду й мати переконання, відмінні від позиції владаря чи більшості населення; вона «усунула монополію церкви на істину та єдино правильне розуміння й витлумачення Святого письма, відкрила людині шлях до істини, утвердила її вільне право на інформацію, на пізнання світу всіма можливими засобами» [256, с. 41].

Шляхи запозичення цих моделей вельми непрості, бо Україна не має аналогічного досвіду незалежної журналістики. Відтак, цей суспільний інститут тільки належить сформувати. З історичного досвіду виявляємо, що в англосаксів цей процес також не йшов легко. Це історія боротьби та болісного формування традиції. М. Біньон, журналіст міжнародного відділу лондонської «The Times», під час свого виступу 10 березня 2011 року перед студентами відділення журналістики Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна у відповідь на запитання щодо перспектив ціннісної еволюції українських медіа сказав, що «двадцять років демократичного життя — досить молодий вік. Слід запастися терпінням і закладати основи тривалих змін». Наприклад, британський парламент веде історію з XIII сторіччя. Традиції вимагають часу і дбайливого плекання.

Пізній протестантизм (баптизм, п'ятдесятництво, адвенти́зм), що уособлює протестантство на українських теренах, формується тут за умов, коли в англосаксонському світі цінності професійної журналістики було стверджено кров'ю працівників пера і законодавчо закріплено. Це не девальвує місії українського протестантства для вітчизняної журналістики.

Однак хотілося б застерегти від прагнення, говорячи про український протестантизм, видавати бажане за дійсне. Буде помилково переоцінити його сьогоденний статус і очікувати від протестантів потужних соціальних зрушень. Як зазначає В. Любащенко, «недоцільними є пошуки, що ними перейняті деякі публіцисти, ліків від наших економічних хвороб у протестантизмі. Він в Україні не накопичив істотного потенціалу впливу на

економічні процеси і, думаю, ще довго його не матиме. Нереально очікувати від конфесії й політичної активності. Можна передбачити лише посилення деяких ініціатив у царині державно-церковних і міжцерковних стосунків, якщо в Україні йтиме до посилення жорсткості нової редакції Закону «Про свободу совісті і релігійні організації». Але навіть політично спроектовані ініціативи протестантизму не означатимуть його виходу за коло чітко окреслених світоглядних пріоритетів. Найперспективніші галузі самореалізації конфесії — *моральне виховання*, освіта і філантропія. Однак максимальне залучення цього потенціалу можливе лише за відмови багатьох громадських, передусім релігійних, інститутів від стереотипу зверхності, який в умовах відкритого суспільства та неминучої при цьому поліконфесіоналізації не тільки гальмує позитивне вирішення ними соціальних проблем, а й сам розвиток багатьох конфесій» [229, с. 99, курсив мій — М. Б.].

З часу створення статті В. Любащенко (2001 рік) ситуація не зазнала принципових змін. Так, протестантські конфесії стабільно збільшують чисельність своїх послідовників. Розбудовується інфраструктура церков: виникає дедалі більше релігійних ЗМІ, культових приміщень, центрів соціальної допомоги, освітніх закладів. Серед вірних цих течій поволі зростає кількість осіб із вищою освітою, інтелігенції, бізнесменів. Окремі протестанти проникають у такі «мирські» сфери, як академічне середовище, журналістика, громадська діяльність, політика. Проте й надалі протестанти розвиватимуть культуру *впливової меншості* [433]. Їх вплив на суспільні процеси виявлятиметься через емісарів-індивідів, чия поведінка «у підтексті» підперта церковною організацією, та утворювані ними громадські об'єднання.

Таке явище не є чимось новим. «Мені видається, — зазначає М. Богачевська-Хом'як, — що одна з головних причин живучості України та її народу лежить в органічній праці різних громадських організацій, які творили стрижень руху, що ми його звикли називати націоналізмом» [30, с. 226]. Досить часто це були братства з культурницькою місією під релігійними гаслами: «М. Драгоманов, а за ним і І. Франко, вважали, наприклад, штундистський рух в українському селянстві *прямим продовженням «української Реформації»* — братського руху XVI–XVII ст.: *«наше мужицтво тепер приходить на те, на чому стояло в козацькі часи XVI–XVII ст.»* [113, с. 312]. Важливе місце в діяльності громадських рухів

посідає розвій біблійної традиції в українській культурі: згадаймо богословський пафос публіцистів барокової України, роботу над випуском Острозької Біблії, євангельське братство кирило-мефодіївців з їх намаганням повторити шлях європейських народів, які свого часу читали опис виходу євреїв із Єгипту як пророчу парадигму власної історії. Греко-католицькі священики, що були головним джерелом галицької інтелігенції, заявили про свій вихід у культурницьку царину альманахом «Русалка Дністровая». Дотепер видання УГКЦ не втрачають ні свого релігійного обличчя, ні громадянського звучання. Переклад Біблії П. Кулішем став поважним вираженням виходу української культури на світової простір, ідеї культурницького українства, «України в слові». Українське біблійне товариство (УБТ) засновано з ініціативи протестантів, вони ж мають першість у розповсюдженні його продукції. 2011-го року УБТ завершило новий переклад Біблії сучасною українською мовою. Відтак, громадські об'єднання, культурне посланництво, біблійна традиція зринають, актуалізуються паралельно спалахам національного відродження у сферах культури, державності, суспільного життя, є важливими виявами громадянської позиції українців.

Особливо виразною національна орієнтація була серед українців-лютеран [228] і баптистів [97] Галичини, такою вона є і зараз [230]. Чіткий курс на українізацію має керівництво Всеукраїнського союзу церков християн віри євангельської [467, с. 309], хоч «постановка національного питання для радикального протестантизму, який в жодній країні світу ніколи не виступав у ролі національної Церкви, виглядає штучною» [229, с. 97]. І харизматичні церкви, попри обвинувачення в «безбатченківстві», глобалістичній свідомості «перекотиполь», досить часто виражають відповідальність за стан українського суспільства, пов'язують із ним свою життєву місію.

Помаранчева революція легалізувала й зміцнила українську ідентичність російськомовних протестантів сходу (більше) й (значно менше) півдня України. Попри великий відсоток іммігрантів серед радянських поколінь протестантів, новонавернені не поспішають іти по слідах старших одновірців. Нерідко релігійні настанови (відданість громаді, сімейні цінності, необхідність мати щоденне богослужіння у фіксований час) змушують протестантів відмовлятися від імміграції та закордонного заробітчанства.

Трансцендентна, метафізична спрямованість на «спасіння душі» й «небесну батьківщину» чітко превалює у свідомості вірних цих конфесій. Патріотизм українських протестантів переважно має не державницький чи культурний, а соціальний вияв: це турбота про упосліджених членів суспільства, опікування соціальною справедливістю. Пізні протестанти вважають своїм обов'язком іти до всіх мешканців українських теренів, турбуватися про їх головні потреби та звертатися до них з євангельською вісткою. Універсалізовані способи вираження патріотизму дозволили їм уникнути різкого розчарування в українському проекті під кінець 2000-х років.

Вторинними умовами для цього плану є релігійна свобода, вимога якої може невмісно радикалізувати церкви [225], соціальні реформи, зокрема спрямовані проти «потурання гріху» (соціальних вад на кшталт проституції, наркоманії, торгівлі людьми, алкогольної індустрії — список вельми широкий). Однак і в плані культурних символів протестанти поступово звикають до своєї держави, відчують відповідальність за її добробут, цінують її надбання, де перше місце для них посідає ледь не найвищий серед пострадянських країн рівень забезпечення релігійної свободи. Відтак, доходить і до мови. Несміливість її насадження походить від небажання поглиблювати культурний конфлікт, де пріоритет належить етичним вартостям.

У російськомовних регіонах увага до української мови й державницьких цінностей характерніша для інтелігенції, яка мислить політичними категоріями або шукає опертя в православ'ї, а протестантів вважає за запродавців космополітичної омани, агентів масонської змови, американських шпигунів тощо. А найбільший відгук протестантська проповідь отримує в нижчих суспільних шарах [563, с. 102–105], де під час особистої кризи людина зосереджена на власних потребах, ідеалізує колишню стабільність, проте готова до нетипових дій, зміни своєї ідентичності й способу життя.

Найцінніший внесок у розвій української журналістики протестанти можуть зробити на ґрунті особистого морального вибору журналіста. Вихідці з консервативних релігійних кіл зі стійкими, сформованими цінностями, опірні до владного та економічного тиску, можуть ствердити українську журналістику з її коротким досвідом функціонування за демократичних умов [пор.: 241].

К. Воннер наголошує, що моральна свідомість українських протестантів становить осереддя вияву їх віри та знаменує радикальне розставання із соціалістичним минулим, «де думали перше, говорили друге, а робили третє, — стану речей, який Вердері називає «соціальною шизофренією», породженою соціалізмом... Неофіти-протестанти... «живуть» своєю вірою згідно з Біблією, сполучаючи слово, мисль і дію» [604, с. 277]. Приєднання до громади пізнього протестантизму вимагає тотальної зміни способу життя. Це викликає культурний конфлікт, що заторкає і найближче оточення, й соціальний статус особи. Однак прозеліта закликають не тільки чинити опір спробам уніфікувати його поведінку, а й заохочувати інших наслідувати його приклад. На думку К. Воннер, «сім десятиліть пропаганди, яка акцентувала колективізм і досягнення спільного блага, на ділі породили гіперіндивідуалістів, переважно зосереджених на пошуку власної вигоди. Іронія полягає в тому, що євангеліки не тільки підтримують ті самі колективістські ідеали, але також, як ми побачили, значною мірою відповідають їм. ... привабливість євангельських спільнот навряд чи зникне; навпаки, вона буде посилюватися і поступово впливатиме на загальну практику, ідентичність і розуміння спільноти й моралі» [604, с. 285].

Особиста — релігійна — мораль є рушійною силою життєвої місії та професійної діяльності протестантів («самоцінність праці [тут] — у втіленні Христових завітів та уподібненні Христу. При цьому трудова етика набуває особливого євангельського загострення («ви є сіль», «ви є вибраними серед покликаних»), а суспільна упослідженість послідовників Христа постає її головним економічним рушієм» [229, с. 95]). У контексті нашої теми історичний досвід радянського протестантизму найбільше цінний як відносно масова форма політичного дисидентства релігійного походження. Релігійний консерватизм сформував особу, здатну опиратися машині державного тоталітаризму, готову на особисті жертви (іноді цілком буквальні) заради надприродних ідеалів. Радянське минуле протестантських церков — майже суцільний досвід незгоди, боротьби, перебування в опозиції, вираження громадянської непокори ідеологічній системі, що її (непокору) висловлювала злютована випробуваннями спільнота. Такий етос актуалізується й за сучасних умов: «Багато вірних вибудовує моральну апологію своїх учинків усупереч культурним нормам і з тим, незалежно від наслідків, використовує Божу прихильність і Його керунок вірним на

життєвому шляху згідно з Його планом як направляючі рейки, що допомагають їм справлятися з виниклими труднощами» [604, с. 279]. Українські журналісти можуть навчитись у протестантів досвіду протистояння економічному та політичному тискам — формам владного контролю, що найбільше деформують етичне обличчя вітчизняних ЗМІ, — досвіду переживання морального обов'язку як професійної та громадянської позиції.

У який спосіб це може статися?

1. Українським протестантам слід залишатися вірним своїм переконанням. Формувати не субкультуру, а культуру, зокрема, культуру журналістську на своєму ідейному, світоглядному матеріалі. Здолати хибну корпоративність. Набути навичок самокритики, самоаналізу всередині релігійної спільноти. Розвивати незалежні протестантські медіа.

2. Протестанти здобувають журналістську освіту й досвід і а) йдуть у світські ЗМІ та орієнтують їх на ціннісні стандарти християнства, б) надають окремим релігійним виданням універсального, суспільного змісту, висвітлюючи будь-які питання з урахуванням релігійних вартостей. Як зазначав у своїй лекції вищезитований М. Біньон, змінити моральний клімат національних медіа можна через набуття журналістами етичної ваги. Персональний авторитет публіциста визначатиме впливовість його публікацій.

3. Українське суспільство може перейняти цей досвід, захотіти вийти з того модернізаційного роздоріжжя, на якому перебуває. Це питання найперше індивідуального вибору. Принципи демократії не встановлювалися «згори», а виборювалися шляхом протистояння уряду з боку громадських утворень.

На перший погляд, консервативні цінності й професійна журналістика здаються несумісними явищами. Однак преса може спиратися не тільки на т.зв. відстороненість, безоцінність, перебувати не тільки в рамках позаморальності чи аморфних «загальнолюдських» цінностей. Відомі й інші прецеденти: американська «Christian Science Monitor» [12; 315, с. 227–228], ватиканська «L'Osservatore Romano» [315, с. 231–232], французька «Le Croix» входять до числа найкращих газет світу.

Консервативний сектор загальної журналістики може спиратися на Біблію як авторитетний верифікований цивілізаційний текст, спільний для всіх гілок християнства, а також для юдаїзму та ісламу [307]. Концепцію позаконфесійної релігійної журналістики

викладаємо за працею М. Оласкі «Говорімо правду. Як оживити християнську журналістику» (1996).

Головна перевага і мета християнської журналістики — правдивість. Передбачається, що християнські журналісти говорять істину, якій самі довіряють, у якій упевнені, в існування та пізнаванність якої вірять. У біблійній журналістиці об'єктивність — представлення біблійного погляду на проблему, віддзеркалення біблійного світогляду. Ступінь об'єктивності матеріалу залежить від міри висвітлення цієї теми в Біблії. Що менше Біблія говорить про щось, тим обережнішою і зваженішою має бути позиція журналіста, й навпаки: «Біблійна об'єктивність означає показ небезпеки гомосексуальності; врівноважувати такі історії, надаючи адекватну увагу гей-активістам, є безбожною журналістикою. Подібно, у статті, що показує печальні наслідки зради в гетеросексуальному подружжі, немає необхідності цитувати джерела, що захищають подібну практику» [565, с. 23].

Звичайно, це суперечить світському розумінню об'єктивності, яке М. Оласкі називає «врівноважуванням суб'єктивностей» та вважає світський підхід не менш нормативним і обмеженим. Переконавання та установки будь-якого журналіста стосовно маси явищ неминуче є константними, аксіоматичними: «Репортери ніколи не відчують потреби збалансувати твердження щодо необхідності боротьби з раковими захворюваннями судженнями щодо «переваг» хвороби на рак» [565, с. 25].

Рецепція біблійного тексту залежить від позиції конкретного автора. Герменевтичні рамки визначають простір дискусій, у якому є місце для авторського погляду. Однак мета біблійних журналістів — підкреслювати не особисту точку зору, а біблійний світогляд. Такий підхід не може народитися в світському просторі з його аксіологічним плюралізмом, де «не існує єдиних критеріїв цінності взагалі, відсутні єдині для всіх ідеали. Людина вибирає саме ті цінності, які найбільше відповідають її уявленням про ідеал» [189, с. 15]. Однак трохи нижче дослідниця обмовлюється: «Вищі цінності, як правило, є позачасовими, позаісторичними, вони визначають загальний характер людської діяльності» [189, с. 17], але не коментує суперності цих тверджень, не пояснює різницю між цими видами цінностей та межу між їх сприйняттям і реальністю.

Біблійна журналістика протистояння ідеалу й дійсності, бажаного й наявного, намірів і дій пояснює конфліктом між Божою



святістю й людською гріховністю. Біблійні закони не є цілком іманентними людині. Вони не є людським витвором. Людина не є мірою всіх речей, не є носієм остаточної істини. Індивід потребує настанови, проте зверненої до особистості, керування, виправлення дій, покарання вад: і свободи, й контролю.

Право людини читати Біблію та особисто тлумачити її неодмінно передбачає критичну оптику. Як уважали протестантські публіцисти, статус «Писання перебуває понад усе, включаючи королів, тому піддані лишаються відданими їм, оцінюючи королів згідно з біблійними стандартами» [565, с. 57], а виправлення суспільних ганджів принесе користь усім, і самодержцю в тому числі. Особисті вчинки й якості характеру посадовця, а не статус, наданий йому Провидінням, гідні похвали. Розуміння того, що найвищий закон походить від Бога, дозволив переосмислити багато політичних традицій, уключаючи необхідність монархічного домінування й контролю.

Царство Боже не дорівнює інтересам держави. Бог панує всюди, й людина може служити Йому безпосередньо в будь-якій сфері життя: уряді, журналістиці, освіті, бізнесі, звичайно, не пропагуючи анархії та екстремізму. Відтак, журналісти «мали власну сферу компетенції та могли апелювати до біблійних принципів, коли чиновники намагалися обмежити їх повноваження» [565, с. 53].

Абсолютний авторитет Біблії вимагає від журналістів критикувати церкви й суспільство за однаковими критеріями; підтримувати сторону, що бореться за біблійні принципи; говорити правду про свої помилки, ганити провини «своїх» і хвалити переваги противників незалежно від статусу, суспільної ваги й інтересів політичного моменту. Така спрямованість критики відрізняє журналістику від піару, а опертя на точні факти — від пропаганди.

Опосередкований біблійний погляд на будь-що не повинен перетворюватися на моралізацію. Оласкі закликає відображати явища, не вдаючись до проповідування, створювати образи, а не перелічувати факти, розважати, борючись за свідомість читача.

Журналістам не слід упадати й у безпідставний оптимізм: «Усі новини є Божими новинами» [565, с. 31]. Погані вісті виявляють людську зіпсованість, спонукаючи шукати альтернативи — Божої святості.

З цих позицій сенсацією в біблійному сенсі є яскраві явища, що їх можна вписати в контекст біблійного світогляду й цінностей:

«видатні події, природні явища, дивовижі, страхіття, сатанинські прояви, Божі суди над відомими грішниками... відповіді на молитву» [565, с. 105]. Такий погляд спирається на критичну традицію біблійних пророків, які проговорювали моральні та соціальні вади сучасників — євреїв і язичників. Отож, церква й суспільство перебувають під спільним Божим законом, згідно з яким будуть судимі. Завдання біблійної журналістики — визначити, викрити зло і порок, закликати до їх викорінення («тільки виявлення та покарання гріха гарантують мир і безпеку суспільства» [565, с. 260]), продемонструвати духовне коріння соціальних лих.

Правдивість вимагає побудови адекватної картини світу. Серед іншого, виразність текстів біблійної журналістики визначається:

- пошуком конкретних деталей. Вони роблять історію реалістичною, створюють видиму картину;

- персоніфікацією. Характеризувати манери й тип мислення продуктивніше, ніж описувати зовнішність. Персоналії дозволяють читачеві ототожнити себе з ними та спроектувати себе в описуваній ситуації;

- показом характерів у дії, рухові: доланні перешкод, конфліктах між індивідами, особою та фізичними перешкодами, природними нахилами та ідеалістичними прагненнями;

- журналістським «фундаменталізмом» — розкриттям «вічних тем»: любові, пригоди, трагедії, таємниці тощо;

- разючими фактами й стриманими коментарями. Це розслідувальна журналістика, що не надає переваги «істерії над історією» [565, с. 229]. Саме недостатність фактичного матеріалу породжує голослівність і багатослів'я журналістських творів. У свою чергу, факти підводять до з'ясування їх причин. Однак наведення фактів вимагає драматизації, задіяння всі органів чуття. Важливо не так проговорити висновки, як підвести до них, їх обґрунтувати: правдивість біблійних цінностей мусить витікати з практики, підтверджуватися нею.

Оласкі твердить, що запорукою незалежної біблійної преси є професіоналізм журналістський та бізнесовий, доходи від реклами й продажу накладу, розуміння церквами важливості християнської журналістики.

Загальновідомо, що набуття Україною довгоочікуваної державності не означає автоматичного постання в ній цивілізованого суспільства. Навіть навпаки: вітчизняні журналісти досить часто є

жертвами маніпуляції з боку політичних і економічних еліт. Моральна дезорієнтація українського соціуму повною мірою характерна і для журналістського цеху. Це підважує авторитет незалежних ЗМІ як запоруки демократичного ладу. Маємо парадокс плюралізму: за відсутності спільного етичного базису світська журналістика не має підстав для переконливої критики неприйнятних явищ. Дефіцит безумовних авторитетів гальмує виконання пресою незамінної функції «сторожового пса». Тож не дивно, що одною з альтернатив постає релігійна етика, особливо досвід релігійних меншин. Культура постійного перебування в опозиції до панівних уявлень і практик може прислужитись у формуванні особистої етики журналістів.

Особливо міцно з журналістикою пов'язана історія протестантизму. Проповідь краще надається до трансляції, ніж літургія. Журналістика є виявом конфесійної культури протестантів. Тяжіння до фактів, нелюбов до «вимислу» зробила журналістику в протестантських країнах важливішою та впливовішою від белетристики. Верифікованість медійних повідомлень ближча до духу протестантизму як раціоналістичного християнства, відповідають суті протестантського мислення та пізнання. Ця специфіка дозволяє виділяти протестантів як соціальний прошарок, здатний продукувати журналістські кадри, стійкі до зовнішнього тиску.

Такий процес повинен іти двома паралельними напрямками: а) розвиток незалежних релігійних ЗМІ, які б долали тяжіння протестантських консерваторів до культурного ізоляціонізму, руйнували схильність до кругової поруки, нехять до (само)критики та діалогу, обмеження субкультурною тематикою, соліпсичне мислення; б) прихід журналістів з протестантських кіл до світських медіа, вияв ними своїх переконань, подача прикладу, створення прецедентів моральної стійкості.

\*\*\*

У п'ятому розділі ми аналізували тематику протестантських ЗМІ — риси соціальної програми протестантських церков, оприлюднених через їх пресу. Низька соціальна захищеність населення, світова економічна криза, політична нестабільність країни спонукають дедалі більшу частину українських ЗМІ звертати увагу на громадський сектор, місцеві громадські ініціативи, які б допомагали

індивіду турбуватися про себе та своє оточення. У цьому контексті протестантські церкви важливі як соціальний феномен. Це добровільні утворення громадян, стабільніші від партій, у них легше вступити через їх егалітарний характер. У них немає політичної перспективи, інтелектуального багажу, культуротворчого потенціалу, однак є широкий спектр соціальної роботи за непорівнянно менших можливостей, ніж у державних структур.

Контент-аналіз дайджесту «Твій шлях» показав, що шляхами покращення суспільства його автори вважають сімейні цінності, доброчинство та охорону здоров'я. Такий підхід проблематизує соціальну тематику, виявляючи духовне коріння соціальних негараздів.

Журналісти часопису пропонують будувати здорове суспільство «знизу», з виховання індивіда, характер якого формує сім'я та безпосереднє оточення. Знову лунають слова про сім'ю як осередок суспільства. Спосіб життя батьків має вирішальне значення у формуванні людини та громадянина. Складниками педагогічної системи журналу є якість власного прикладу вихователя, довірливе спілкування з дитиною для передачі їй свого досвіду, ставлення до неї як до Божого посланця. Життєздатний шлюб, на думку журналістів «Твого шляху», базується на традиційних статевих моделях, виростає з єдності цінностей та переконань подружжя, де щира релігійність відіграє одну з центральних ролей. Акцент на священному характері людського життя пояснює категоричну критику дописувачами абортів, соціального сирітства, евтаназії, різного роду залежностей.

Визнання гідності будь-якої людини як Божого творіння спонукає авторів дайджесту тлумачити любов — основу міжлюдських стосунків, за християнським ученням — як учинок, дію, спрямовану на покращення становища *ближнього*. Доброчинство як життєвий принцип може бути і профілактичним, і наслідковим: реальною турботою про сиріт, бездомних, ув'язнених, хворих.

У журналі звернення до Бога є універсальною відповіддю на проблеми індивіда та суспільства. Журналісти видання аналізують ситуації міжбуття, надзвичайних переживань, загрози життю, коли будь-яка сучасна людина відчуває потребу в захисті, екзистенційну потребу в Бозі, потребує надприродного порятунку.

Також індивідуальне фізичне й духовне благополуччя вимагає раціонального харчування, фізичного руху, турботливого оточення,

навичок постійної праці, стриманого ставлення до багатства. Щоб подолати психологічні проблеми, треба розвивати стриманість, вдячність, адекватну самооцінку, сприймати буденність як нагоду виконати своє життєве призначення.

Ширше зв'язок фізичного й духовного єства людини розкриває журнал «Весть о здоров'є». Його редакція пропонує покращити соціальне життя через упровадження «реформи здоров'я» та пов'язаної з нею концепції профілактичної медицини. Цей часопис заснувала Адвентистська медична асоціація України. Видавці рекламують пропозиції некомерційного сектору громадських організацій, що надають послуги з реабілітації хімічно залежних осіб.

Журнал закликає до цілісного сприйняття людської істоти, турботи про її фізичний, душевний та духовний стан. Протестантська антропологія проголошує відповідальність людини за своє здоров'я, тілесне в тому числі. Оригінальним внеском журналу є постійний акцент на тому, що мислення й моральна свідомість людини залежить від режиму її харчування, меню та способу життя.

«Реформа здоров'я», пропагована часописом, включає збалансоване харчування, фізичні заняття, споживання води, помірні сонячні ванни, перебування на свіжому повітрі, регулярний відпочинок, розвиток самовладання й віру в Бога. Автори видання підкреслюють доступність цих засобів практично для будь-кого, відсутність соціальних, правових і фінансових перешкод для ведення такого способу життя, доводять, що Божі закони універсальні й відносяться до будь-кого, а порушуючи їх, людина завжди програє. Такий підхід відрізняється від сучасного стану вітчизняної медицини, коли велика частина лікарів має справу лише з наявними хворобами й тільки в один спосіб — прописуючи прийом усе нових фармацевтичних препаратів.

Згідно з «Вестью о здоров'є», спасіння душі й тіла є дотичними завданнями. Церква й медицина переслідують схожі цілі. Біблійна заповідь «не вбивай» стосується й власного здоров'я людини. Моральне виховання, на здійснення якого претендує церква, повинно розвивати у людини здатність контролювати і свої спонукання, і свій апетит.

Окремі протестантські церкви змагають до політичних реформ, закликають до наступу проти загрозливих тенденцій плюралізму та войовничої світськості. Газета «КАМЕНЬ краеугольный» репрезентує в Україні ідеологію протестантського фундаменталізму. Ця концепція

проголошує існування змови проти християнської цивілізації, заперечує відокремлення церкви від держави, закликає редукувати світський простір.

Ця газета актуалізує доктрину «духовної війни». Згідно з цим ученням, Земля є ареною протистояння Христа і Диявола. Ці надприродні істоти змагаються за владу не тільки над душами, а й суспільними інститутами, урядами, щоб контролювати й здійснювати свої плани. Кожна людина може бути тільки на боці однієї зі сторін. Нейтрального сектору не існує. Церква є представником Божих сил і спонукає всіх переходити на сторону Христа. У цій перспективі конфлікти в політичній та культурній, навіть економічній, сферах позбавлено світського характеру — будь-які явища й процеси мають релігійне тлумачення.

Церкви, що підтримують такий світогляд, намагаються обмежити простір гріха. Це війна з обмеженим успіхом. Її припинить Христос під час Свого пришествя. Однак до того часу свідомі християни повинні бути зайняті активним обстоюванням Божих інтересів в усіх сферах соціуму, створювати сприятливі для християнського способу життя умови.

Речники «духовної війни» закликають до підготовки нового хрестового походу проти спільних ворогів християнського загалу. На думку редактора «КАМНЯ краєугольного», такими ворогами є мілітаризований іслам і світське керівництво Євросоюзу; демонізованим породженням останнього названо гомосексуальну спільноту. Проти цих тенденцій харизматичні церкви хочуть об'єднати зусилля з католиками й православними. Водночас, згідно з публікаціями «КАМНЯ...», мусульмани є перспективнішою групою для переходу в християнство, ніж секуляристи.

Для досягнення цих цілей журналісти часопису шукають шляхів акумуляції економічних потужностей, заохочують розвиток меценатства серед християнських кіл, прагнучи (в ідеалі) мати доступ до державних коштів. Для трансформації суспільства згідно з християнським зразком церкви, що обстоюють фундаменталістську ідеологію, розвивають широку соціальну діяльність. Її спрямовано на виконання заповіді Христа щодо любові до ближніх і набуття церквами суспільної ваги. Щоб перевести свою моралістичну ідеологію в політичну площину, редактор видання вимагає від політичних сил України публічно засудити гомосексуальну практику як загрозливу для основ українського суспільства. Газета здійснює

правозахисну діяльність для захисту свободи віросповідання протестантських церков, закликає до введення релігійного компоненту до загальної освіти.

А головним інструментом «християнізації» суспільства редактор часопису вважає ЗМІ. Для просочення світських медіа біблійною ідеологією слід, на його думку, сформувати штат професійних медійників-християн, які б подавали приклад християнської поведінки на робочому місці та включали біблійний світогляд в аналіз будь-якої проблематики.

На наше переконання, найбільша послуга, яку протестантські церкви можуть надати вітчизняній журналістиці, полягає в можливості запозичення українськими медійниками їх досвіду індивідуального та групового опору владному та економічному диктату. Журналістика розвинених держав Заходу, що дотепер є зразком для медійних систем більшості країн світу, зазнала визначального впливу протестантської Реформації, стала її рупором. Формувати в Україні інститут незалежної журналістики неможливо без відповіді на те, на яких цінностях, ідеалах, ідейному ґрунті базуватиметься її незалежність. Вище некритичної відданості щедрому й могутньому суверену може бути хіба що свобода слова, похідна від свободи совісті.

Для цього наслідування є підстави. Український протестантизм не чужий українській національній ідеї. Його спільні риси з українським національним рухом такі: це добровільні об'єднання громадян без державної підтримки, вихід євреїв з Єгипту для обох символізував рух до свободи, обидва ставлять перед собою просвітницькі завдання.

Основою впливовості журналіста за сучасних умов може бути єдність його професійного та морального авторитету. Журналістський пул таких медійників зможе базуватися на символічному капіталі — кредиті громадської довіри.

Цілісність устремлінь релігійних консерваторів може бути варіантом відповіді на шуканий І. Франком ідеал «цілого чоловіка», підставою для «низової» трансформації українського суспільства. Протестанти мають досвід тривалої моральної, світоглядної, ціннісної, політичної опозиції, культивування типу особистості, яка примикає до гуртка однодумців і практикує відмінний від загальноприйнятого етичний кодекс.

На нашу думку, концепція журналістики, що базується на біблійній етиці, має відштовхуватися від віри в існування пізнаваної Істини. Об'єктивність — це близькість до Істини, максимально доступна суб'єкту, що пізнає. Якщо це християнська, біблійна журналістика, її об'єктивність вимірюється біблійним текстом. Правда для комуніканта є тим, у що вірить він сам. Постмодернізм, заперечуючи існування такої Істини, знецінює поняття об'єктивності. Відстороненість, секулярне розуміння об'єктивності є не правдою (істиною), а виготовленою версією, повідомленням, якого вимагає сподіваний гонорар або поточний політичний момент. Творцем цієї «правди» є професіонал, відповідно, її реципієнт перетворюється з його діалогового партнера на частинку «піплу», «біомаси», «черні» — гвинтик конструйованої журналістом соціальної машини.

Біблійний ідеал не є продуктом тільки людського мислення. Він завжди кидає виклик людині, спонукає її до морального вдосконалення. Священний текст санкціонує критику неприйнятних явищ, і незаконних дій влади в тому числі, та спонукає судити будь-які явища за однаковими критеріями.



## ПІСЛЯСЛОВО

Мета цієї роботи полягає в розгляді стосунків представників консервативних релігійних течій зі світом медіа. Медіа та релігія стають усе активнішими учасниками публічного життя. У добу постмодерну позитивістські теорії неминучої секуляризації поступаються визнанню цивілізаційної ролі релігій як альтернативи політичним і панеконічним концепціям. Уприсупнення електронних комунікацій та тенденція Веб 2.0 урівнюють шанси визнаних конфесій з релігійними течіями, що не мають державної протекції та підтримки більшості, на успішне комунікування своєї ідеології.

Причиною цього є медіатизація — процес всесвітнього масштабу із суперечливими проявами. Це зростання ролі ЗМІ в громадському житті:

- через технічний поступ досконаліші комунікаційні пристрої та канали стають усе доступнішими для більшої кількості людей за мінімальною ціною;

- дедалі зростаюча частка населення пізнає світ головно «очима» ЗМІ. Медіа впливають на світогляд мільйонів осіб;

- ЗМІ уособлюють публічний простір, стають ареопагом суспільства, місцем і механізмом ухвалення значущих рішень;

- масова комунікація є цементуючим фактором державних утворень, джерелом ідентичності. Іммігрант, що підтримує зв'язок зі своїм етносом через комунікаційні канали, може насправді існувати в культурному й ментальному просторі своєї нації;

- відбувається глобалізація комунікації: телеглядачі більше знають про медійний «порядок денний», аніж про фізичних сусідів;

- попри економічний, адміністративний та фізичний тиск, не вщухає змагання ЗМІ за статус четвертої влади — намагання контролювати державну верхівку;

- розширюється спектр комунікаційних спеціальностей у галузі зв'язків з громадськістю, що збільшує коло учасників масовоінформаційної діяльності.

Проявами медіатизації є масифікація комунікації, віртуалізація суспільних взаємин, пристосування різних сфер життя до логіки медіа. Ці явища спонукають науковців укотре говорити про тотальну опосередкованість людського пізнання, розуміння, спілкування. Посередництво, опосередковування несе із собою і збільшення

можливостей, і зменшення близькості, адекватності, компетентності, реальних повноважень. Аналогічні процеси стосуються й релігії.

Напруженість релігійного життя в Україні, розгалуженість релігійних медіа та чітка роль релігійної тематики у світських ЗМІ диктують потребу у вивченні стосунків медіа та релігії. Окрім загальноновизнаної ролі релігійних смислів у медійному висвітленні питань культури та формуванні ідентичності, зокрема, українців, спостерігаємо дедалі ширше використання релігійної ідеології та риторики в політичній боротьбі. З часткою умовності можна припускати, що головними подіями ХХІ століття є релігійні новини. Через політичну сферу медіатизована релігія впливає і на економічне життя.

Медіатизація релігії вказує на трансформацію релігійної сфери відповідно до законів мас-медіа. Головним наслідком цього процесу є повернення релігій у публічний простір постсекулярних держав через медіа. Тут також спостерігаємо і приватизацію релігії (позбавлення інституціональної релігії певних переваг і привілеїв), і шанс для релігійних меншин використати закони медіаринку для просування своєї ідеології.

Медіа одної з таких меншин — українських протестантів — є підтримкою широкій громадськості в часи нестабільності, дезорієнтованості, за потреби в новій інформації. Важливу роль вони відіграли в (пост)перебудовний період, коли Новий завіт від місії «Гідеонові брати» потрапив сливе до кожної української оселі. Наразі розширення аудиторії цих медіа відбувається за рахунок осіб, які переживають персональні потрясіння: тяжку хворобу, хімічну залежність, смерть близької людини, бідність, безробіття, самотність, конфлікти із сім'єю, шукають друзів і товариське коло, можливостей самореалізації, словом, зустрічають труднощі, які не розв'язуються звичними засобами. За цих умов людина стає готовою до змін, розглядає можливість «нестандартної» (для себе) поведінки. Особливого значення релігійні медіа набувають під час руйнування упереджень на етапі ознайомлення з релігійним рухом і пізніше, у разі зміцнення релігійних переконань неофіта. Протестантські медіа постають релігійним «ринком», де реципієнт підбирає інформаційний товар відповідно до своїх потреб. Особливо цим відрізняється інтелігенція: нерідко активно споживає медійний продукт (читає книжки й періодику, відвідує Інтернет-сторінки) без приєднання до місцевої громади.

Історіографія протестантської комунікації України доволі бідна. Радянські публікації розглядають релігійні меншини з ужитковою метою — допомогти суспільству позбутися цих «пережитків буржуазного ладу». Роботи зарубіжних авторів того періоду нерідко страждають на дефіцит даних про радянську дійсність. У постперебудовний час осмислення протестантами минулого, особливо радянського, йде надміру обережно: багато тодішніх дійових осіб живі, в пошані або й при церковній владі.

Підрадянські протестанти не мали журналістики; не було й її критичної рефлексії. Церковні видання не розглядалися дослідниками як окреме явище, постаючи аналогом конфесійної культури та історичним джерелом.

Дотепер суспільне ставлення українців до протестантів не надто змінилося: заідеологізований погляд недоброзичливців (секулярних медіа та публіцистів церков-конкурентів) не становить принципової відмінності від радянського часу. Там переважав класовий, соціологічний підхід, пафос шкідливості релігії як явища, тепер превалює негативна ідентичність «ми» проти «них» і непримиренна критика «чужої» релігійності. Ліберальна інтелігенція теж рідко проявляє співчуття до підозрілої меншини.

Іншу позицію займає наукове середовище: багато релігієзнавців, особливо співробітники Відділення релігієзнавства Інституту філософії НАНУ, після падіння СРСР зайняли ліберальну, толерантну позицію щодо релігійної сфери. У їх роботах знаходимо перелік періодичних видань українських протестантів, моніторинг конфесійних публікацій та образу церкви в світських ЗМІ, історію видань попередніх років, аналіз впливу медіатизації суспільства на церковне життя.

Протестантські аналітики розглядають ЗМІ своїх конфесій як інструмент місії та духовного живлення вірних, світські ЗМІ переважно як інформаційну небезпеку для християн. Наукової традиції в церковних колах майже немає; така проблематика обговорюється в суміжних публікаціях: методичних матеріалах, навчальних посібниках, стенограмах лекцій та семінарів, студентських роботах. Протестанти у світських ВНЗ вивчають роль ЗМІ в церковній діяльності, історію протестантської журналістики (головно попереднього часу), мотивацію клерикальних медійників, типологію та конфесійну стилістику видань.

Протестанти пострадянського простору добачають проблеми церковних ЗМІ в непрофесіоналізмі журналістів і неефективності ринкових моделей у церковному середовищі, розглядають періодизацію та риси протестантських ЗМІ, образ протестантів у світських ЗМІ, богословські основи протестантської журналістики, функції церковних видань, переваги нових медіа та перспективи незалежної протестантської преси.

Західні протестанти мають розвинену дослідницьку традицію, яку характеризує поважний інтелектуальний рівень, величезна емпірична база, міжнародний масштаб діяльності, свобода совісті й слова. Ці роботи зорієнтовано на *вивчення* церкви в медіасвіті, медіа як культури, релігії як комунікації, *використання* комунікаційних засобів і каналів для просування церкви в суспільстві й *критику* негативних наслідків комунікаційної революції.

Їх українські одновірці поволі прилучаються до цих джерел: мислення вітчизняних протестантів формується в першу чергу не сцієнтичним, а богословським дискурсом. ЗМІ найперше потрібні церкві для місії, вдруге — для згуртування конфесії та індоктринації послідовників.

Пізньюпротестантське богослов'я формує образ *церкви вірних* із фіксованим членством, умисним приєднанням до громади у зрілому віці, обов'язковим перехрещенням неофіта. Увірування як свідомий вибір базується на імперативах свободи совісті та широкої місіонерської роботи.

Характер і методи використання медіа в цій діяльності постійно обговорюються. Бурхливі події останнього двадцятиліття загострили конфлікт поколінь церковної людності. Конфесійні ветерани й молодь проходять «випробування постмодернізмом»: відсутністю видимого ворога й попиту на образ страдника, плюралізмом, ринковими стосунками, консюмеристським мисленням. «Консерватори» обстоюють біблійний образ церкви як *міста (фортеці)*, де ЗМІ працюють на захист і збереження церковної ортодоксії. «Прогресисти» наголошують на біблійному образі церкви як *солі*, закликаючи до місіонерського вторгнення та експансії (О. Ледаєв) у світ для його перетворення за біблійним зразком. Ця дискусія пов'язана з антиноміями ранньопротестантського богослов'я стосовно свободи волі: чи слід християнинові найперше турбуватися про власний або чужий порятунок, сприяє чи шкодить місія особистій

вірі, якщо може зашкодити, то чи можливо вірнику втратити спасіння.

Некнижність пострадянського протестантства зумовлює невеликий корпус регулятивних текстів церковної журналістики. Це Біблія, зовнішні документи — соціальні концепції конфесій, та внутрішні — посадові інструкції церковних медійників.

Біблія має унікальне місце у протестантському вченні та практиці. Українські протестанти розглядають її як цілком самодостатній текст. Статус церкви як «герменевтичної спільноти» (О. Попов) українськими протестантами не усвідомлюється; вони вважають, що їх мислення та практику конструює *тільки Біблія* як вона є. Необхідність богословської традиції та освіти може піддаватися сумніву; не є винятками популістська екзегеза, надмірний буквалізм, «пророча» інтерпретація, підкріплена виключно харизмою проповідника. Нерідкою є ситуація, коли індивід підбирає церкву згідно з пережитим надприродним досвідом. Зворотним боком цього явища є кочування частки протестантів по різних конфесіях.

Біблія вважає спілкування людини з Богом головним напрямом комунікації. Гріхопадіння зробило це спілкування апріорі недосконалим, ушкодженим. Це також деформувало комунікацію індивіда із собою та іншими людьми. Міні- та мідікомунікація важливіші від масової. Церква будується за моделлю сім'ї: я, мої, чужі (інші). В ідеалі для вірника кількість чужих повинна постійно зменшуватися: богосинівство веде до бачення людства як цілості. Зразкова церковна комунікація базується на міжперсональному спілкуванні: особистій молитві, особистому виборі духовного шляху, конфесії, переконань, особистій відповідальності перед Богом і громадою за свої вчинки, особистому читанні Біблії, слуханні усної проповіді священника, усному обговоренні й тлумаченні сакрального тексту, фізичній участі в церковних обрядах.

Технічні засоби — спроби встановити масову комунікацію — у Біблії розглядаються як вторинні й тимчасові (хоч знаходимо масу способів фіксації та передачі даних), зумовлені недосконалістю, обмеженістю людського пізнання, розуміння, пам'яті. Створення комунікаційних засобів тлумачиться як милиця, «протез» (М. Маклюен) гріховної людини. Смертність останньої пояснює потребу зберігати й передавати соціальний досвід.

Соціальні концепції пострадянських протестантів обстоюють право церков на комунікацію поза церковними стінами — заснування

конфесійних ЗМІ, зв'язки з мирськими медіа для донесення об'єктивної інформації про діяльність церкви, шляхи розв'язання конфліктів у медійному полі, можливість християнам працювати у світській журналістиці; містять оцінку світських ЗМК: критику контенту, який суперечить біблійним настановам, схвалення їх роботи з розширення кругозору, збільшення можливостей аудиторії, протистояння соціальним вадам.

Організаційний вимір протестантських ЗМК України включає журналістські відділи у складі церковних структур, медіа-колективи релігійних ЗМІ, освітні осередки протестантської журналістики, територіальний та організаційний типи об'єднань протестантських медійників.

Внутрішня документація регулює роботу спеціальних відділів при місцевих громадах і ширших організаційних утвореннях конфесій. Завдання відділів — зовнішній піар, особисті контакти з позаконфесійними медійниками, оптимізація внутрішньоцерковної комунікації: надання консультацій, допомога в ухваленні рішень, кризовий менеджмент.

Незважаючи на вищесказане, бурхливий технологічний розвиток не сприймається консервативною людністю, де більшість українських протестантів приблизно відповідає православному чернецтву, однозначно. Чимало представників і позацерковних кіл звинувачує самі комунікаційні засоби в руйнуванні традиційного ладу, аморалізації суспільства. Зрозуміло, що в консервативних колах такі голоси будуть набагато чутнішими. Протестантські медіа готують людину до особистого контакту з представником церковної спільноти: увірування майже завжди реалізується в особистій присутності вірян, успіх місіонерської роботи визначають кількістю відвідувачів богослужінь, а не розповсюджених примірників газети; ЗМІ утворюють додаткову аудиторію, захищають репутацію та інформаційний простір церкви, змагають до зміни суспільства через насадження біблійного світогляду. Протестанти одностайно критикують медіапродукцію гріховного — аморального та окультного — змісту.

Про людське око «консерватори» запевняють у нейтральності комунікаційних технологій, у реальності, побоюючись ослаблення віри через їх неконтрольоване використання. Вони розуміють, що не зможуть скласти конкуренцію світським засобам *масової* комунікації. Натомість церква прагне трансформувати безпосереднє оточення

індивіда. Це можна зробити через «християнізацію» світських моделей, як пропонують «прогресисти», чи через розробку самобутньої субкультури (версія «консерваторів»). Протестанти критикують нові комунікаційні засоби через ослаблення соціальних зв'язків (із сім'єю та церковною громадою), впевнену конкуренцію друкарській технології, неможливість цензурувати електронні медіа, плюралізацію свідомості, провокування споживацького ставлення до життя.

Попри недовгий час їх вільного розвитку, протестантські медіа України можна розглядати як комунікаційну систему. Це в першу чергу засвідчують їх спільні функції: ці ЗМІ обслуговують інформаційні потреби релігійних організацій, об'єднаних досвідом гнаної меншості та сучасним статусом альтернативної релігійності. Протестантські ЗМК гомогенізують аудиторію, актуалізуючи серед досить строкатої групи своїх споживачів інформаційний продукт з упізнавальною стилістикою, консервативною етикою та соціальною позицією, великою часткою однакових релігійних догматів.

Відмінні завдання, що їх мають перед собою церковні журналісти, зумовлюють вихід різних типів видань. Основний поділ: внутрішня (життя вірних) і зовнішня (місія) орієнтація. У 1920-ті, у період бурхливого росту протестантської спільноти, церкви засновували внутрішню пресу, яка в другу чергу виконувала представницькі функції. Існування внутрішніх часописів за радянських часів зумовлювалося не тільки заборонаю релігійної пропаганди. Місіонерська гарячка початку 1990-х породила альтернативне уявлення: пріоритетність місії в журналістській роботі.

Різновидами церковних видань є:

- *офіційна періодика* церкви постає доказом легалізації релігійної течії, оприлюднює її віровчення й документи. Її передрукують часописи, видавані адміністрацією менших територіальних утворень. Це візитка, трибуна та управлінський засіб;

- *видання церковних відділів і окремих осіб*. У них церковне вчення витлумачується для окремої групи за спільністю занять (скажімо, доброчинство), інтересами (наприклад, знайомства християн) або іншими критеріями. Це можуть бути напів- і неофіційні видання. На цьому рівні ймовірна з'ява незалежної релігійної преси.

Місіонерські ЗМІ подають матеріал такого ж характеру, витлумачуючи його для іншої аудиторії.

Система протестантських ЗМІ України еволюціонує від синкретизму функцій до розмаїття пресової пропозиції. Видань виникає більше, набір функцій розширюється повільніше. Кількість функцій окремого комунікаційного засобу зменшується: ведучи інформаційний листок невеликої громади, не потрібно надто зважати на цензорів, філологів і професійних журналістів. Локальні завдання без тиску зовнішніх факторів роблять ці медіа цілеспрямованими. *Своє видання* надає місцевій громаді відчуття історичної ваги її діяльності, формує корпоративні традиції.

Відбувається подрібнення, демократизація авторства: очільники конфесії — середня ланка — церковні відділи — окремі громади — окремі особи. Цей процес супроводжується плюралізацією віровчення. Для першого етапу характерна інтеграція церкви: її офіційна позиція — це думка невеликої групи керівників. У подальшому виникає більше простору для дискусій, постають неформальні лідери інформаційного простору, які можуть увиходити в суперечність одне з одним. Нарешті, (закриті) форуми і групи в соціальних мережах можуть підривати церковне віровчення, ставити під сумнів легітимність керівництва — у такий спосіб комунікаційні канали стають ґрунтом для виникнення опозиції. Побоюючись незвичної прозорості й критики, офіціоз освоює Мережу з відставанням.

ЗМІ можуть бути фактором конфесійної ідентичності (наприклад, церковна поліграфія уникає схожості з упізнавальною стилістикою журналів свідків Єгови), належності до внутрішньоцерковних страт: офіційну періодику призначено «всім» (у реальності — управлінцям місцевих громад), Інтернет — молоді, кабельне телебачення — середньому вікові. Ще одним утворенням є видання-«поліпи», що спеціалізуються на критиці інших медіа (аналоги — самвидав баптистської Ініціативної групи, видання адвентистів реформаційного руху).

Як зазначалося, до 1990-х років головним адресатом протестантських ЗМІ була церковна громада. Свобода совісті сприяла намаганням створити видання «для всіх». А це можливо хіба що за умов монополії. Якщо ж зауважити, що дефіцит релігійної інформації було вдоволено на початку 2000-х, неминуче постає потреба прилаштовувати інформаційний продукт до потреб цільової групи.

Сегментацію аудиторії протестантських ЗМК України можна окреслити телеологічно. Споживачів цього інформаційного продукту



ранжують за: віком — для виховання в християнському дусі; сімейним статусом — для пропаганди сімейних цінностей; фізичним станом — як додаткову специфічну аудиторію; професією — для свідчення інтелігенції; різновидом служіння — для згуртування церковних профі; культурним рівнем — для зацікавлення міського читача; статтю — для охоплення жінок як головного агента церковної спільноти; мовою — для регіоналізації видань; соціальним статусом — для роботи із середнім класом; національністю — для свідчення євреям; хобі, захопленням — для культивування здорового дозвілля.

Спробами розширити аудиторію є інтерактивні Інтернет-ресурси, ширша орієнтація контенту на потреби споживачів, «світська» стилістика й проблематика: питання культури, науки, стосунків, кар'єри, освіти. Нові можливості для цього створює тенденція Веб 2.0: інтеграція в соціальні мережі через ведення блогів, крос-постинг, роботу волонтерами в популярних виданнях.

У світському суспільстві релігійна тематика належить до розряду спеціалізованих. Відповідно, видання, що концентруються на ній, не можуть конкурувати з розважальними й суспільно-політичними. Велика частка протестантських медійників не планує «воювати» за мас-медійний простір. Їх наміри обмежуються груповою комунікацією: інтересами місцевої громади та її безпосереднього оточення. Такі ЗМІ можна віднести до типу міні-медіа (термін Д. Сміта). Класифікувати протестантські міні-медіа можна як види усного спілкування, мануальні міні-медіа, друковані, електронні, різновиди реклами. Перевагами видань цього типу є охоплення обмеженої (і керованої) кількості осіб, підтримка групової та міжперсональної комунікації: постійний та широкий зворотний зв'язок і, як результат, ліпше знання своїх споживачів, менші затрати й професійні вимоги до вироблення інформаційного продукту. Вони використовують місцеві кошти й персонал, відповідаючи рівневі середнього протестантського медійника — дилетанта, волонтера, ентузіаста.

Але ця схема, попри свою практичність, має серйозні обмеження. Згадані медіа складно зробити самоокупними та прибутковими; у них малий ресурс розвитку: за спроби розширити діяльність дається взнаки конкуренція з боку світських ЗМІ та медіаінших церков. Вичерпаність непрофесійної моделі клерикальної журналістики з початку 2000-х років почали відчувати повсюдно.

Освітні осередки протестантської комунікації різняться типом своїх організаторів. *Протестантські журналісти-іноземці чи емігранти* виховували кадри для радіослужіння та позаконфесійних видавництв. Журналістські факультети конфесійних ВНЗ готують спеціалістів для друкованих ЗМІ та Інтернету — це власні комунікатори, піарники, апологети *церков*. Освітні ініціативи заснованих протестантами *громадських організацій* націлювали випускників на інформаційну роботу широкого профілю. Оформившись як самостійна сила, *протестантські журналісти* заснували свою Асоціацію та дедалі більше беруть до уваги світські стандарти журналістської роботи.

Жанрові групи протестантських медіа України поділяються на *спільні зі світськими* — замітка, стаття, інтерв'ю, репортаж, відповіді на запитання, вірш, стенограма (семінару, наради, засідання, з'їзду), репліка, афоризм, цитата, есей, памфлет, фейлетон, нарис, лист і суто *релігійні жанри* — свідчення («досвід»), проповідь, коментар до біблійного фрагменту, роздуми (щось на кшталт замальовки чи невеликого есея), молитва, притча, переспів, богословський трактат, повчання. Зазвичай релігійні жанри відтворюють усне спілкування.

У протестантській журналістиці немає конфлікту релігії та науки. Наукові журнали богословських семінарій України демонструють кореляцію наукового та публіцистичного дискурсів. Ці видання спрямовано на просування теологічної думки протестантських церков пострадянського простору у світовому протестантському, світському, православному наукових анклавах, контекстуалізацію євангельського руху в пострадянське суспільство й культуру, пошуки національного богослов'я. Аналіз авторського складу цих часописів, тематики, методів ведення дискусій виявляє, що теологічна освіта, замислена як осереддя конфесійної свідомості, навіть релігійного фундаменталізму, на ділі орієнтує студента на широту світогляду, толерантність і діалогічну позицію.

Одним із проявів медіатизації є конвергенція медіа. Вийшовши з літератури, протестантська журналістика України виявляє й зворотний процес — повертається в книгу для увічнення інформаційного продукту, надання йому поважного та тривалішого характеру. На користь цього промовляє вихід журналістських текстів у книжковому форматі, спрямованих на представницькі завдання, архівування поточних публікацій, приваблення нових споживачів інформаційного продукту.

Протестантська журналістика незалежної України пройшла кілька етапів: 1) «психологічний самвидав»: стихійність, непрофесійність роботи поруч із радянськими видавничими традиціями, передрук заборонених текстів. Церковні медійники прагнули заявити про своє існування, реалізувати свободу слова; 2) комерціалізація та укрупнення: заснування медіаконцернів, 3) кінець ейфорії та спонтанності, переосмислення підходів і пошук нової парадигми. Відновлюється змагання за читацьку аудиторію, читання знову стає елітним заняттям, а друкована технологія — ознакою потрібної церквам респектабельності.

Представлення протестантської публіцистики в книжковому форматі розглянуто на прикладі шістьох видань. Це проповіді та біографічні, моралістичні й історичні нариси. Інформаційним приводом до представницької публікації (книга-візитка, рекламний буклет) зазвичай є урочисті дати. У більшості цих видань присутні заклики досягати журналістського професіоналізму.

Продаванність — поважний фактор професійного обличчя ЗМІ. Ринковий потенціал протестантських ЗМК розглянуто на прикладі найкращого й найбільш популярного видання українських протестантів — міжконфесійного журналу «Християнство» (Київ, 2001–2003). Унікальний часопис, чиї підшивки дотепер розпродаються й чиї матеріали до сих пір цитують, закотився через небажання аудиторії платити за медійний товар. До цього її привчали доступність інформаційного продукту в радянський час, відсутність ринкових підходів у церковній роботі, а також гуманітарна допомога від західних одновірців, до якої українські протестанти звикли за 1990-ті роки. Єдність церков зіграла проти блискучого проекту: один примірник читало все оточення вірника, який його придбав. Спонсором і вторинною аудиторією релігійних ЗМІ є не окремий українець-протестант, а громада (деномінація, церква). Церкви не бачили ужиткової користі в цьому «часописі без ніші». Його було складно використати і для зміцнення вірних, і для місії. На початку 2000-х років аудиторія не була готова до заявленого в ньому конфесійного плюралізму. Тому вихід журналу припинився з вичерпанням спонсорських коштів.

Притулком подібних видань став Інтернет — дешевий простір без відстаней та кордонів, у тому числі конфесійних. Міжцерковні організації забезпечують сталу дотаційність своїх ЗМІ.

Прикладом прибуткового видання, створеного окремою церквою, є херсонська газета «Для ТЕБЯ». Це місіонерський часопис, спрямований на руйнування упереджень щодо протестантів. Його засновники не орієнтуються на прибуток, а всі ресурси вкладають у роботу з авторським складом: вербують дописувачів із читачів, створюють для них посібники, розвивають мережу «народних репортерів», вичитують тексти в присутності всієї редакції.

Часопис «Для ТЕБЯ» дозволяє розглянути проповідництво як провідну функцію протестантських медіа України. У ньому помітна першість ідеологічних завдань: пошук спільного ідейного, морального, світоглядного фундаменту з суспільством для подачі релігійних конотацій «світської» проблематики. Усування перепон сприйняття, підготовка до особистої комунікації, нагадування про релігійні матерії відбувається шляхом:

- орієнтації на потреби читача, актуальну тематику, використання доступної мови;
- привернення й утримання уваги заголовковим комплексом, візуалізацією, грою слів, парадоксами, каламбурами, асоціаціями;
- розвиненого зворотного зв'язку: опитувань, лотерей, відповідей на листи, проведення курсів із журналістики, літературних і журналістських конкурсів;
- подачі широкого спектра тем, оглядів світської преси;
- продуманих інформаційних приводів;
- подвижницького ставлення редакції до своєї роботи.

Іншим напрямком протестантської комунікації є зв'язки з громадськістю. Для цього журналісти подають не загальнохристиянську інформацію, як у газеті «Для ТЕБЯ», а створюють позитивний образ конфесії-засновника через розповідь про її корисну діяльність, залучають читачів до партнерства: запрошують молитися за церковні задуми, відвідати богослужіння, анонсують проекти, що можуть становити інтерес для аудиторії.

Новокаховська газета «Християнський погляд» є типовим прикладом такого видання. Її методами побудови привабливого іміджу церкви є:

- постійне висвітлення добродійної діяльності останньої;
- демонстрація відкритості: показ широти спілкування церковної верхівки, огляд суспільних процесів, суголосних цінностям деномінації, наголос на тому, що церква здійснює молитовне стояння *за всіх*;

- апеляція до більшості (проповідь екуменічного примирення з іншими конфесіями) та лідерів громадської думки, просування пастора як корпоративного героя (основні дописувачі — перші особи церкви), потоптання слабших опонентів (окультизму та нехристиянських течій), замовчування розбіжностей із чільними церквами, спрощене та схематичне озвучування внутрішніх проблем, моніторинг ЗМІ про церкву-засновника;

- асоціювання цієї церкви зі святом на рівні її назви, едиторієлу (вітального слова пастора), інформаційного приводу до виходу часопису й запрошення на відповідне богослужіння, бравурної стилістики видання.

Однак є суспільні сили та явища, з якими протестанти не хочуть миритися. Сприймаючи світ як аналог сакрального тексту, церковні активісти вважають вимоги останнього універсальними законами буття. Друкарська технологія створила можливість індивідуального читання й тлумачення Святого Письма. Поширення грамотності та віра в безпосереднє одкровення породила «релігію в слові», де кожний віруючий є теологом і священнодіячем. Відповідно, в рамках такого світовідчуття місцева громада сприймає себе Божим агентом соціальних змін, відчуває відповідальність за «невіруюче» оточення.

Однак за стінами культового приміщення місіонерські зусилля нерідко наражаються на опір ворожих комунікаційних потуг. Це зумовлює ще одну важливу функцію протестантських ЗМІ України — критику гріховного контенту і — в певних ситуаціях — технічних засобів. Можна виділити три рівні контролю протестантами інформаційних потоків: найбільший у сім'ї (через (само)обмеження), менший у громаді (церковна групова комунікація створює альтернативу технічно опосередкованому спілкуванню), найменший у громадській та політичній сферах через роботу громадських організацій, законотворчу діяльність, протестні акції.

Впливовість релігійних медіа становить осереддя інтересу практикуючих комунікантів і медіадослідників. У світських медіа вага релігійної інформації мала. До того ж масова комунікація підкріплює наявні переконання. Досліджуючи місіонерський потенціал релігійних ЗМІ, слід виміряти глибину впливу на їх основну аудиторію — членів релігійних громад. Оцінити ефективність протестантських ЗМК можна за допомогою різних методів. Перевагою соціологічного опитування є велика вибірка, що

дає представницькі результати. Ми провели соціопитування аудиторії та співробітників протестантських ЗМІ. Зібрано 513 анкет.

Співробітники цих медіа приблизно тотожні аудиторії. Це досить однорідне соціальне утворення. У церковних медійників переважають мотивації ідеологічного характеру. Це ідеалісти, ентузіасти. Для них релігійна журналістика — альтруїстична діяльність на громадських засадах, а не пошук заробітку. Ситуація в церковних медіа є стабільною: не очікується ні спаду, ні вибуху активності. Церква постає аналогом сім'ї, комуни, де переважають особисті стосунки. Вони забезпечують притік нових кадрів у цю галузь. Більшість протестантських ЗМІ обслуговує церковну комунікацію, не відіграючи самостійної ролі.

Інтерес аудиторії до цих медіа не ажіотажний, однак високий та стабільний. Протестантський інформаційний продукт вона оцінює як досить доступний. Наша фокус-група виявляє найвищу довіру до видань своєї церкви, трохи нижчу виданням інших протестантських церков, нижчу міжконфесійним ЗМІ, ще нижчу міжрелігійним медіа, найнижчу — світським ЗМІ. Опитані перевіряють журналістські повідомлення Біблією та (іншими) Інтернет-джерелами. «Своє», «правильне», ортодоксальне у ЗМІ здається важливішим від професійних якостей матеріалу. Найперше аудиторію цікавлять публікації з богослов'я та здорового способу життя, востаннє — економічного характеру. Найбільше вона готова слідувати повідомленням із соціальної тематики. Протестантські ЗМІ функціонують як альтернатива не виданням інших конфесій, а світським ЗМІ. Клерикальні медіа беруть гору не в технічному аспекті, а з огляду на відповідність біблійним настановам.

Протестантські журналісти не обмежуються моралізацією, а подають зразки оригінальних концепцій щодо гармонізації суспільного буття, викладених у церковних ЗМІ.

Дописувачі кам'янець-подільського часопису «Твій шлях» наголошують на духовних причинах соціальної нестабільності. Для їх публікацій характерний есхатологічний пафос. Покращити становище соціальної сфери в Україні вони пропонують через реформу сімейних стосунків, добродійство та відповідальність за власне здоров'я індивіда як образу і подоби Божої.

Етична система, що її висуває часопис, має таке ж надприродне підґрунтя. Автори «Твого шляху» розуміють соціальні вади як наслідки розпаду традиційної сім'ї, а запоруку успішного виховання

дітей добачають в особистому прикладі батьків. Закладені в сім'ї принципи стають основою соціальних стосунків індивіда. Групи ризику — жертви порушення ідеалу сім'ї, тож найперші ліки від психологічних проблем — протистояння егоїзму, практикування закону самовіддачі.

Звернення в молитві до Бога як *батька* людства є необхідним кроком у доланні соціальних негараздів. Біблійні принципи мають ужиток у будь-якій сфері життя. Дописувачі наводять раціональні аргументи, результати медичної експертизи щодо фактів зцілення по вірі, долання різного роду залежностей.

Глибше протестантський погляд на здоров'я та профілактичну медицину аналізує науково-популярне видання «Весть о здоровье» (Київ). Редколегію складають лікарі вищої кваліфікації. Автори журналу виходять зі зв'язку фізичного та духовного здоров'я. Їх система гармонійного способу життя включає сім факторів: збалансоване харчування, фізичну активність, уживання чистої води, сонячного світла, свіжого повітря, відпочинку, самоконтролю та довіри Богу.

Читача закликають не залежати від рівня медичного обслуговування, яке не здатне врівноважити активне зношення організму самою людиною. Цю систему так само зумовлено світоглядними факторами цінності людської істоти, її життя та здоров'я, а також відповідальністю перед Богом за надані ресурси. Дописувачі бачать в індивіді більше ніж соціальну істоту. У сьогоденних українських умовах ця програма здається утопічною, однак, як показує практика, є цілком досяжною в колі однодумців.

Є в протестантських медіа ідеї й ширших перетворень. Київська газета «КАМЕНЬ краеугольный» висуває проект трансформації суспільства через трансформацію ЗМІ. Редактор видання — президент Асоціації журналістів-християн, яка займається просуванням церковних медіа, виведенням їх на професійний рівень, налагодженням співпраці зі світськими журналістами.

Використання медійного ресурсу потрібно для пропаганди біблійних цінностей, віри в Бога Біблії, гетеросексуальної сім'ї, необхідності викладати біблійну етику та креаціонізм у навчальних закладах, сприяти протистоянню християнських активістів соціальних вадам — алкогольній і тютюновій індустрії, наркотрафіку, проституції, поширенню порнографії, окультизму. Для успіху таких завдань слід заручитися підтримкою симпатиків на всіх щаблях

влади, а ідеальним варіантом є установа *християнського уряду*. Широка громадська коаліція ґрунтуватиметься не на конфесійному, а ціннісному факторі, хоч, звичайно, бажаним є свідоме увірування якомога більшої кількості осіб. Християнські церкви повинні стати провідними ньюзмейкерами.

Слабим місцем у розвитку демократичних медіа в Україні є корумпованість журналістів, похідна від моральної розгубленості суспільства. Внеском протестантської журналістики в роботу українських ЗМІ може бути їх досвід персональної та групової етики, що спирається на релігійні переконання та є підґрунтям професійної та громадської діяльності. Протестантським журналістам слід орієнтувати церковні медіа на висвітлення загальносуспільної проблематики, а також ангажуватися в роботу світських видань. Ідеологічною базою такого переходу може бути якісна релігійна журналістика, віддана не моралізаторству та корпоративним інтересам, а фактичній точності, пошуку конкретних деталей, розкриттю «вічних тем».

На сьогодні медіатизація на релігійні меншини діє дwoяко. З одного боку, консервативні конфесії інтенсифікують свою комунікацію, навіть (несвідомо) використовуючи ефект чорного піару, підтримують клерикальними медіа роботу місцевих громад як своєї принципової основи. Конфесійні медіа стають важливим фактором церковної ідентичності й вираженням релігійної субкультури. З іншого боку, поглиблюване технічне опосередковування релігійних відправ, особливо у випадку телебачення, ослаблює конфесійну належність частини послідовників цих течій. Якщо в майбутньому українські протестанти медіатизують своє релігійне життя, зосередять його в інформаційних продуктах, це поглибить кризу їх ідентичності.



## ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Авдиенко Д. Влияние в процессе политической коммуникации / Д. Авдиенко // Санкт-Петербургский политологический журнал. – 2001. – Вып. 3.
2. Адвентистское Агентство Новостей. Соединяя и отражая жизнь Всемирной церкви / Отдел информации Генеральной Конференции. Адвентистское Агентство Новостей : Б.д. – 27 с.
3. Акимова А. Хеппи-энд «через Инет»? А почему бы и нет! / А. Акимова // Благодать. – 2010. – № 1. – С. 41–42.
4. Александров П. Масс-медиа и современная философия: от постмодернизма к постреальности / П. Александров // Тимофей. – 2003. – № 3–4.
5. Антонюк Н. Українське культурне життя в «Генеральній Губернії» (1939–1944 рр.): за матеріалами періодичної преси / Н. Антонюк. – Львів, 1997. – 232 с.
6. Антошевський Т., Коваленко Л. Моніторинг свободи релігії в Україні: 2006–2007 / Т. Антошевський, Л. Коваленко. – Львів : Релігійно-інформаційна служба України, Центр правових та політичних досліджень «Сім», 2008. – 168 с.
7. Апокрифи Клари Гудзик. – К. : ЗАТ «Українська прес-група», 2005. – 448 с.
8. Аппензеллер Р. Основы литературного евангелизма / Р. Аппензеллер. – Заокский : Источник жизни, 1998. – 128 с.
9. Артемчук О. І. Екуменічна публіцистика: зародження, розвиток та історична перспектива / О. Артемчук // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 8. – С. 14–21.
10. Артенберн С. и др. Борьба каждого мужчины / С. Артерберн, М. Йорки, Ф. Стокер. – СПб. : МСМ, 2008. – 256 с.
11. Ассоциацию «Новомедиа» поздравляют с пятилетием // Бюлетень Новомедіа. – 2009. – № 2 (9). – С. 2–3.
12. Афанасьев В. Американская газета «Крисчен сайенс монитор» и телевизионный канал «Монитор ченнел», их развитие и проблемы / В. Афанасьев // Вестник Московского университета. Серия 10, журналистика. – 1995. – № 6. – С. 45–59.
13. Ачкасов М. Что Лука подразумевал под понятием «крещение Духом Святым»? / М. Ачкасов // Христианская мысль. – 2003. – Вып. 2. – С. 15–35.

14. Бакулев Г. Массовая коммуникация: западные теории и концепции / Г. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
15. Балаклицкий М. Алексей Ефетов: «Единство христиан – естественный результат исполнения ими Великого Поручения» / М. Балаклицкий // [Электронный ресурс] : Интернет-газета «Путь». – Режим доступа : <http://www.asd.in.ua/archives/869> [29.09.08].
16. Балаклицкий М. Есе як художньо-публіцистичний жанр / М. Балаклицкий. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007. – 74 с.
17. Балаклицкий М. Релігійна міфологія «помаранчевої революції» у дзеркалі ЗМІ / М. Балаклицкий [Електронний документ] // Кафедра журналістики ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Режим доступу : [http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof\\_sites/balaklitsky/mythology.pdf](http://www-philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/balaklitsky/mythology.pdf)
18. Балда Т. Публіцистика – авангард духу / Т. Балда // Вісник Львівського університету. Серія журналістики. – 2004. – Вип. 25. – С. 149–154.
19. Баптистский журнал: вчера и сегодня (обзор «Братского вестника») : Вып. 1. – К. : О-во «Знание» УССР, 1989. – 56 с.
20. Баптистский журнал: вчера и сегодня (обзор «Братского вестника»). – К. : О-во «Знание» УССР, 1989. – 28 с.
21. Баранчук С. Духовність в Україні і засоби масової інформації / С. Баранчук // Уряду України. Президенту, законодавчій владі. Україна на порозі третього тисячоліття: духовність як основа консолідації суспільства. Аналітичні розробки, пропозиції наукових та практичних працівників / кер. авт. колективу : А. Комарова, В. Табачківський. – К., 1999. – Т. 15. – С. 589–597.
22. Бардина З. Кто такие молокане? / З. Бардина // Протестант. – 2008. – № 6.
23. Баршай С. В. Відзначення 1000-ліття Хрещення Русі в Україні : події і коментарі (за матеріалами релігійної преси) / С. Баршай // Сучасна інформаційна політика / за ред. А. Москаленка. – К. : Центр вільної преси, 1999. – С. 119–125.
24. Бачинин В. Введение в христианскую эстетику / В. Бачинин. – СПб. : Библия для всех, 2005. – 376 с.
25. Бачинин В. Евангельские ценности в гражданском обществе. Ассоциация «Союз христиан» и ее опыт построения альтернативной модели гражданских отношений / В. Бачинин. – СПб. : Алетейя, 2006. – 176 с.

26. Бачинин В. Християнське телебачення в пенитенциарній системі / В. Бачинин // Соціологічні дослідження. – 2007. – № 3. – С. 104–106.
27. Бєлінська Е. Вплив нових інформаційних технологій на соціалізацію підлітка / Е. Бєлінська // Чоловік і християнське світоглядання. – Сімферополь, 2000. – Вип. 5. – С. 216–220.
28. Бєрєза М. Велика християнська депресія, або Чому зупинилося пробудження / М. Бєрєза // IN VICTORY. – 2005. – № 8. – С. 18–24.
29. «Блага вість» подає позов проти «1+1» [Електронний ресурс] // Телекритика. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/news/2010-01-28/50724> [24.01.10].
30. Богачєвська-Хом'як М. Ідеологія та громадське підґрунтя українських організацій: спроба дефініції націоналізму / М. Богачєвська-Хом'як // Україна модерна. – 1999. – Ч. 2–3. – С. 225–229.
31. Богомєлова Н. Соціальна психологія масової комунікації / Н. Богомєлова. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 191 с.
32. Бєйко А. Періодичні видання православної церкви в Україні кінця ХІХ – початку ХХ ст. / А. Бєйко. – К., 2004. – 78 с.
33. Бєйко А. Преса православної Церкви в Україні 1900–1917 рр. Культура. Суспільство. Мораль / А. Бєйко. – Д. : Дніпропетровський університет, 2002. – 308 с.
34. Бєйко А. Релігія в мас-медіа України / А. Бєйко. – К., 2009. – 158 с.
35. Бєйко А. Характер висвітлення етнорелігійної проблематики у мас-медіа України / А. Бєйко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2007. – Т. 28. – С. 17–23.
36. Бєрєдінська Л. Видавнича діяльність євангельських християн в умовах Другої Речі Посполитої / Л. Бєрєдінська // Історія очима молодих дослідників. – Вип. 3. – Рівне : РДГУ, 2008. – С. 212–217.
37. Бєрщєвич В. Українське церковне відродження на Волині (20-40-х рр. ХХ ст.) / В. Бєрщєвич. – Луцьк : Ред.-вид. відділ «Вежа», ВДУ ім. Лєси Українки, 2000. – 254 с.
38. Бутиріна М. Вплив етнорелігійних стереотипів на процеси міжнаціонального порозуміння (за матеріалами українських та російських ЗМК) / М. Бутиріна // Наукові записки Інституту журналістики. – 2007. – Т. 28. – С. 63–68.

39. Бутиріна М. Психосемантичний підхід до вивчення стереотипів масової свідомості / М. Бутиріна // Соціальні комунікації сучасного світу : науково-теорет. збірник. — Запоріжжя, 2009. — С. 230–234.
40. Бутиріна М. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі / М. Бутиріна. — Дніпропетровськ : Видавництво «Слово», 2009. — 368 с.
41. В Чили произошло землетрясение. Христиане молятся [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. — Режим доступа : <http://news.invictory.org/issue27803.html> [2.03.10].
42. Вавилов М. Рабы «интернетонала» / М. Вавилов // Адвентистский вестник. — 1997. — № 3. — С. 46–49.
43. Василик Л. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності / Л. Василик. — Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. — 416 с.
44. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму / М. Вебер. — К.: Основи, 1994. — 261 с.
45. Вебер С. Как все начиналось / С. Вебер // Партнерство. — 2008. — Июль. — С. 2.
46. Веб-конференция с редактором «Христианства» и Evangelism.ru [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. — Режим доступа : <http://news.invictory.org/issue13791.htm>.
47. Вейз Дж. Времена постмодерна. Христианский взгляд на современную мысль и культуру / Дж. Вейз. — Фонд «Лютеранское наследие», World Wide Printing, 2002. — 239 с.
48. Великий А. З літопису християнської України / А. Великий. — Рим : Вид. оо. Василіян, 1968. — 278 с.
49. Вельбовец Н. Вайдас Вишняускас отстоял права своей церкви в масс-медиа / Н. Вельбовец // IN VICTORY. — 2006. — № 11. — С. 4–9.
50. Вельбовец С. Вы держите в руках последнюю газету Christian Telegraph / С. Вельбовец // Christian Telegraph. — 2010. — № 12. — С. 1.
51. Вельбовец С. Профессор Леонард Свит: как сделать пробуждение с помощью высоких технологий / С. Вельбовец. — IN VICTORY. — 2008. — № 10. — С. 4–6.
52. Вервер Дж. Література та євангелізм. Роль літератури у справі євангелізації / Дж. Вервер. — Львів : Свічадо, 2006. — 76 с.
53. Взаимоотношения со СМИ. Руководство для работников отдела информации и директоров отдела общественных связей Церкви Адвентистов Седьмого Дня. Составители: Дж. Бэнкс, Р. Дабровский, М. Келлнер, Р. Смит, М. Шнэк. — Old Columbia Pike, Silver Spring,

Maryland : Офис по связям со СМИ, Отдел информации Церкви Адвентистов Седьмого Дня, Генеральная Конференция. – 42 с.

54. Віллем Ж.-П. Європа і релігії. Ставки ХХІ-го століття / Ж.-П Віллем / Пер. з фр. – К. : Дух і літера, 2006. – 331 с.

55. Влад Кусакин ответил на все вопросы веб-конференции [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. – Режим доступа : <http://news.invictory.org/issue11069.html> [3.03.07].

56. Владимиров В. Герменевтика журналистики / В. Владимиров. – Луганськ, Вид-во Східноукр. держ. ун-ту, 2000. – 136 с.

57. Владимиров В. Журналистика, особа, суспільство: проблема розуміння / В. Владимиров. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2003. – 282 с.

58. Владимиров В. Хаос – розуміння – масова комунікація / В. Владимиров. – К. : КиМУ, 2006. – 362 с.

59. Владыченко Л. Религиозная панорама Украины сегодня. Часть II. Протестантизм, неохристианство / Л. Владыченко [Электронный ресурс] // Релігія в Україні. – Режим доступа : <http://www.religion.in.ua/main/analitica/8815-religioznaya-set-ukrainy-k-2011-godu-chast-ii-protestantizm-neoxristianstvo.html> [22.03.11].

60. Воинова Е. Медиатизированная политическая коммуникация: способ медийного искажения политики или способ организации дискурса? / Е. Воинова // Меди@льманах. – 2006. – № 6.

61. Волкова Т. Оценка и коррекция влияния виртуальной реальности на изменения личности / Т. Волкова // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2005. – Вып. 10. – С. 219–222.

62. Волобуєва А. М. Православна преса Києва другої половини ХІХ – початку ХХ ст. / А. Волобуєва // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2002. – Вип. 10. – С. 31–40.

63. Ворожцов В. Духовное образование в современном обществе / В. Ворожцов // Богословские размышления. – 2007. – № 8. – С. 160–180.

64. Габор В. «Церковная газета» (1856–1858 pp.) – перше періодичне видання русинів-українців Закарпаття: оригінальні кореспонденції як ілюстрація національного пробудження краю / В. Габор // Українська періодика: історія і сучасність : доп. та повідомл. восьмої Всеукр. наук.-теорет. конф., 24–26 жовтня 2003 р., Львів / НАН України. ЛНБ ім. В. Стефаника. НДЦ періодики / за ред. М. М. Романюка. – Львів, 2003. – С. 41–45.

65. Габор В. Українські часописи Ужгорода (1867-1944) : історико-бібліографічне дослідження / В. Габор. – Львів, 2003. – 564 с.
66. Габор Н. Журналізм і постреальність / Н. Габор // Медіакритика. – 2005. – № 1.
67. Габор Н. Імідж України та геополітичні концепції її становлення в новому світопорядку (за матеріалами англomовної американської преси 90-х років) : Дис... канд. філол. Наук : 10.01.08 / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики / Н. Габор. – К., 1996. – 149 с.
68. Галюк Б. Інтернетозалежність / Б. Галюк // Рибка. – 2007. – № 6.
69. Гараджа В. Религиоведение / В. Гараджа. – М. : Аспект Пресс, 1995. – 351 с.
70. Гараджа П. Слово без маски / П. Гараджа. – Одесса : Христианское просвещение, 2008. – 312 с.
71. Гарасимів Х. Екуменічна публіцистика в контексті конфесійної преси України / Х. Гарасимів // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору: Збірник наукових праць / Національний університет «Києво-Могилянська академія», Галицький інститут імені В'ячеслава Чорновола. – Т. 2. – Тернопіль – Львів : ЛА «Піраміда», 2008. – С. 160–164.
72. Глаголюк В. Релігійні та християнсько-моральні проблеми виховання на сторінках релігійно-церковної преси Покуття 20–30-х рр. ХХ ст. / В. Глаголюк // Збірник Науково-дослідного центру періодики. – 2003. – № 11. – С. 331–342.
73. Глик Д. Что говорят новообращенные христиане Украины. В помощь пасторам, лидерам и церквям / Д. Глик. – Запорожье : Пилигрим, 2008. – 112 с.
74. Глуховский А. Информация, реформация, трансформация: УЕСБ и формирование евангельского движения среди славянских народов / А. Глуховский // Христианская мысль. – 2003. – № 3. – С. 5–16.
75. Глуховский А. Информация, реформация, трансформация: УЕСБ и формирование евангельского движения среди славянских народов / А. Глуховский // Христианская мысль. – 2004. – № 4. – С. 5–23.
76. Головин С. Мобильная антропология / С. Головин // Головин С. Хвала Богу за кризис. – Одесса : Духовное возрождение, 2009. – С. 177–181.

77. Гололоб Г. Устоять в истине. Апология арминианства / Г. Гололоб. – Одесса : Христианское просвещение; Ассоциация «Духовное возрождение», 2009. – 890 с.
78. Горяинов А. По образу своему и подобию своему, или Би-Би-Си продолжает играть в науку / А. Горяинов // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2003. – Вып. 8. – С. 210–213.
79. Григоренко А. Эсхатология, миллениаризм, адвентизм : история и современность / А. Григоренко. – СПб. : Европейский дом, 2004. – 341 с.
80. Грицак Я. Життя, смерть та інші неприємності / Я. Грицак. – К. : Грані-Т, 2008. – 232 с.
81. Гройс Б. Религия в эпоху дигитальной репродукции. Статья издана в каталоге выставки «Medium Religion» в Музее нового искусства Центра искусства и новых технологий ZKM в Карлсруэ (Германия) / Б. Гройс [Электронный ресурс] // Артмедиа груп Openspace.ru. – Режим доступа : <http://www.openspace.ru/art/projects/132/details/6243/> [2.12.08].
82. Гузенко С. Висвітлення проблем історії церкви України-Русі (православ'я давньоруського періоду) на сторінках журналу «Труды Киевской Духовной Академии» / С. Гузенко : автореф. дис... канд. іст. наук : 09.00.11. – К., 2002. – 20 с.
83. Гурьєва С. Типологія сучасної преси Східної України / С. Гурьєва : дис... канд. філол. наук: 10.01.08. – Дніпропетровськ, 2006. – 191 с.
84. Гурьєва С. Типологічні особливості релігійної преси Східної України / С. Гурьєва // Вісник СумДУ. Серія Філологія. – № 1. – 2001. – Т. 1. – С. 21–25.
85. Данилова А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. Данилова. – М. : Добросвет, Издательство КДУ, 2009. – 234 с.
86. Действия в условиях кризисных ситуаций. Материал для семинара / Комитет по прогнозированию и управлению кризисными ситуациями, Главный офис Всемирной Церкви адвентистов седьмого дня. – 50 с.
87. Демченко С. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель) / С. Демченко : автореф. канд. політ. наук. 23.00.02. – Дніпропетровськ, 2004. – 18 с.

88. Дениско Л. Релігійні православні періодичні видання ХІХ – початку ХХ ст. у фондах Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського / Л. Дениско. – К. : НБУВ, 2001. – 200 с.
89. Денисюк В. Журналістика Волині: факти й імена. Нариси історії засобів масової інформації Волині ХХ–ХХІ ст. / В. Денисюк. – Луцьк : Надстир'я, 2005. – 352 с.
90. Джуренко Р. Паблік рилейшнз Католической церкви в исторической перспективе / Р. Джуренко [Электронный документ] // Международный пресс-клуб. – Режим доступа : [www.pressclub.host.ru/PR\\_Lib/churchPR.doc](http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/churchPR.doc)
91. Диагноз – виртуал // Флешка. – 2009. – № 4.
92. Діткун А. Місіологія і преса / А. Діткун. – Куритиба, 1974.
93. Для ТЕБЯ. Дайджест. – Херсон, 2001. – 50 с.
94. Дмитрий Масон: «Бог – автор PРа» [Электронный ресурс] : Официальный сайт Дмитрия Масона. – Режим доступа : [http://dmitriymason.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=93&Itemid=39](http://dmitriymason.com/index.php?option=com_content&task=view&id=93&Itemid=39).
95. Добродум О. Віртуалізація релігії в США / О. Добродум // Релігійна свобода. – 2008. – № 13. – С. 41–46.
96. Добродум О. Протестантизм в інтернеті (у друці).
97. Домашовець Г. Нарис історії Української євангельсько-баптистської церкви / Г. Домашовець. – Ірвінгтон – Торонто, 1967. – 596 с.
98. Дроздовська О. Українські часописи повітових міст Галичини (1865-1939) : історико-бібліографічне дослідження / О. Дроздовська. – Львів : ЛНБ ім. В. Стефаника, 2001. – 364 с.
99. Дятлик Т. Чего ожидают пасторы бывшего Советского Союза от богословского образования в начале ХХІ века? / Т. Дятлик // Богословские размышления. – 2009. – № 10. – С. 72–96.
100. Ежегодная конференция «Евангелие в интернет» [Электронный ресурс] // «Хорошие Новости» – христианская веб-студия. – Режим доступа : <http://biblelamp.ru/gospel/?id=conference>
101. Елдредж Дж. Дике серце. Таємниця чоловічої душі / Дж. Елдредж. – Львів : Свічадо, 2009. – 232 с.
102. Єленський В. «Секти»: нові реалії та старі міфи / В. Єленський // Критика. – 2003. – № 7–8.
103. Єленський В. Проблеми релігійного навернення, теорія «промивки мозку» і релігійна свобода / В. Єленський // Релігійна свобода. Щорічник. – 2007. – № 11. – С. 76–81.



104. Єленський В. Глобальний харизматизм в Україні: перші двадцять років / В. Єленський // Релігія в Україні. Випуск перший. – К. : Майстерня книги, 2009. – С.154–161.

105. Жакун Л. Розвиток євангельсько-баптистських періодичних видань кінця ХІХ ст. – кінця 80-х рр. ХХ ст. Київський християнський університет. Дипломна робота / Л. Жакун. – К., 2009. – 47 с.

106. Жаловага А. Антропологічні аспекти сучасного протестантського проповідування / А. Жаловага // Українське релігієзнавство. – 2002. – № 22. – С. 31–45.

107. Желновакова М. Церковь и СМИ: практические аспекты работы / М. Желновакова // IN VICTORY. – 2010. – № 12. – С. 18–22.

108. Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия / С. Жижек // Искусство кино. – 1998. – № 1. – С. 119–128.

109. Жукалюк Н. Через крутые перевалы / Н. Жукалюк. – Заокский : Источник жизни, 2002. – 416 с.

110. Жукалюк М. Кризь бурі, шторми, лихоліття / М. Жукалюк. – К. : Джерело життя, 2009. – 544 с.

111. Жукалюк Н., Любашенко В. История Церкви христиан-адвентистов седьмого дня в Украине / Н. Жукалюк, В. Любашенко. – К.: Джерело життя, 2003. – 320 с.

112. Журналистика для тебя [Электронный ресурс] // Газета «Для ТЕБЯ». – Режим доступа : <http://www.foru.ru/teach.php>

113. Забужко О. Notre Dame d'Ukraine: Українка в конфлікті міфологій / О. Забужко. – К. : Факт, 2007. – 640 с.

114. Закревська О. Етичні аспекти в сучасній церковній пресі : проблеми планування сім'ї / О. Закревська // Українська періодика: історія та сучасність : Доп. і повідомл. дев'ятої Всеукр. наук.-теор. конф. / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаніка, НДЦ періодики; За ред. М. Романюка. – Львів, 2005. – С. 446–448.

115. Залізний П. Світло Євангельської ниви / П. Залізний. – Вінниця : ДП «Державна картографічна фабрика», 2009. – 192 с.

116. Заявление «Российского лютеранского центра по мониторингу СМИ и общественного мнения» [Электронный документ] // Портал «Кредо.Ру». – Режим доступа : <http://portal-credo.ru/site/?act=news&id=22547&type=view> [03.06.04].

117. Звернення ВРЦіРО щодо морально-етичного змісту рекламної продукції в Україні [Електронний ресурс] // Всеукраїнська Рада Церков і релігійних організацій. – Режим доступу :

<http://vrciro.org.ua/index.php?>

[option=com\\_content&task=view&id=18&Itemid=31](http://vrciro.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=31) [24.06.05].

118. Звернення Української асоціації релігійної свободи до засобів масової інформації України [Електронний ресурс] // Українська асоціація релігійної свободи. – Режим доступу : <http://uars.org.ua/documents.php?id=314> [27.12.07].

119. Зелінська Н. Поетика приголомшеного слова: (Українська наукова література ХІХ – початку ХХ ст.) / Н. Зелінська. – Львів : Світ, 2003. – 351 с.

120. Землянова Л. Современная американская коммуникативистика : теоретические концепции, проблемы, прогнозы / Л. Землянова. – М. : Изд-во МГУ, 1995. – 271 с.

121. Зернецька О. Глобальний розвиток ЗМК і міжнародні відносини / О. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351 с.

122. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Ч. 1 : Информация и коммуникация / В. Иванов. – К. : ЦВП, 2009. – 190 с.

123. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Ч. 2 : Массовая коммуникация / В. Иванов. – К. : ЦВП, 2009. – 109 с.

124. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Ч. 3 : Теории и модели массовой коммуникации / В. Иванов. – К. : ЦВП, 2009. – 330 с.

125. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Ч. 4 : Информационное общество / В. Иванов. – К. : ЦВП, 2010. – 325 с.

126. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Ч. 5 : Глобализация / В. Иванов. – К. : ЦВП, 2010. – 119 с.

127. Интервью Глеба Спивакова о фестивале «Белые ночи» [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. – Режим доступа : <http://news.invictory.org/issue24323.html> [21.07.09].

128. История евангельско-баптистского движения в Украине. Материалы и документы. Сост. Головащенко С.И. – Одесса : Богомыслие, 1998. – 277 с.

129. Іваник М. Тематичний напрям часопису «Віра й культура» (1953–1967 рр.) / М. Іваник // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – 2000. – Вип. 8. – С. 212–236.

130. Ігнатуша А. Протестантська періодика України як суспільно-політичне явище 20-х рр. ХХ ст. / А. Ігнатуша : автореф... канд. іст. наук. – 07.00.01. – Запоріжжя, 2009. – 20 с.

131. Історія релігій в Україні : у 10-и т. Редколегія : А. Колодний (голова) та ін. Пізній протестантизм в Україні. Т. 6. (п'ятдесятники,

адвентисти, свідки Єгови) / За ред. П. Яроцького. – Київ-Дрогобич : Коло, 2007. – 632 с.

132. Історія релігій в Україні : у 10-и т. Редколегія : А. Колодний (голова) та ін. Протестантизм в Україні. Т. 5. / За ред. П. Яроцького. – К. : Світ знань, 2002. – 424 с.

133. Історія ТСР [Електронний документ] // Трансвітове радіо в Україні. – Режим доступу : <http://www.twr-ua.org/?page=view&p=1&sb=2>

134. Іщенко М., П'єцух О. Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів / М. Іщенко, О. П'єцух // Політичний менеджмент. – 2009. – № 2. – С. 154–162.

135. Йонт У. Теорія обучения для педагогов-християн / У. Йонт // Человек и христианское мировоззрение. – 2000. – Вып. 5. – С. 220–229.

136. Камышников С., Крауш В. Связи с общественностью Русской Православной Церкви / С. Камышников, В. Крауш [Электронный документ] // Международный пресс-клуб. – Режим доступа : [www.pressclub.host.ru/PR\\_Lib/churchPR.doc](http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/churchPR.doc)

137. Канлифф П. Издательство. Управление финансами / П. Канлифф. – К. : Изд-во Христианского библейского братства св. апостола Павла, 2006. – 180 с.

138. Канчалаба О. Національні питання та концепція їх висвітлення на сторінках часопису «Христос наша сила» (1933–1939 рр.) / О. Канчалаба // Українська періодика: історія та сучасність : Доп. і повідомл. восьмої Всеукр. наук.-теор. конф. Львів, 24–26 жовтня 2003 р. / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника, НДЦ періодики; За ред. М. Романюка. – Львів, 2003. – С. 401–405.

139. Канчалаба О. Релігійно-церковна періодика ХІХ – першої половини ХХ ст. у фондах ЛНБ ім. В. Стефаника НАН України / О. Канчалаба // Українська періодика: історія та сучасність : Доп. та повідомл. шостої Всеукр. Наук.-теор. конф., Львів, 2000 р. / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника. Відділення «НДЦ періодики»; За ред. М. Романюка. – Львів, 2000. – С. 189–193.

140. Каретникова М. Книгоноши / М. Каретникова // Мирт. – 2000. – № 2.

141. Карпенко В. Інформаційна політика та безпека / В. Карпенко. – К. : Нора-друк, 2006. – 320 с.

142. Кархут І. Духовність і телеекран / І. Кархут // Телевізійна і радіожурналістика. – 2000. – Вип. 3. – С. 57–74.

143. Качкар Л. Александр Семченко: «Протестантов в России должно быть больше» / Л. Качкар // IN VICTORY. – 2009. – № 3. – С. 4–7.
144. Кашинская Л. Печать Русской Православной Церкви / Л. Кашинская. – М., 1996. – 80 с.
145. Кашинская Л. Религиозная печать / Л. Кашинская // Средства массовой информации России. – М.: Аспект Пресс, 2001. – С. 127–139.
146. Квіт С. Масові комунікації / С. Квіт. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 208 с.
147. Квіт С. Основи герменевтики / С. Квіт. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2003. – 191 с.
148. Керасиди Ю. Сергей Вельбовец: интервью с президентом IN VICTORY Media Group / Ю. Керасиди // IN VICTORY. – 2006. – № 12. – С. 4–9.
149. Киевский христианский университет выпустил первый поток журналистов [Электронный документ] // Новости христианского мира. – Режим доступа : <http://www.prochurch.info/index.php/news/more/15157> [09.06.09].
150. Київська міська рада Церков і релігійних організацій започатковує співпрацю з муніципальними ЗМІ [Електронний ресурс] // Інститут релігійної свободи. – Режим доступу : [http://www.irs.in.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=469%3A1&catid=34%3Aua&Itemid=61&lang=uk](http://www.irs.in.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=469%3A1&catid=34%3Aua&Itemid=61&lang=uk) [24.11.09].
151. Київський християнський університет випустив перших християнських журналістів [Електронний документ] // Релігійно-інформаційна служба України. – Режим доступу : <http://old.risu.org.ua/ukr/news/article%3b29357> [04.06.09].
152. Кирюшко М. Исламська освіта та преса – свідчення релігійної свободи для мусульман в Україні / М. Кирюшко // Релігійна свобода: мас-медіа, школа і церква як суспільні фактори утвердження. Науковий щорічник / За заг. ред. А. Колодного. – К., 2001. – С. 79–82.
153. Клауд Г., Таунсенд Дж. Барьеры / Г. Клауд, Дж. Таунсенд. – СПб. : Мирт, 2003. – 383 с.
154. Клачков Я. Протестантська преса для українців у Польщі (1918–1939) / Я. Клачков // Збірник праць науково-дослідного центру періодики. – 2004. – Вип. 12. – С. 62–82.

155. Коваль М. Модель ідеального реципієнта в публіцистиці українського раннього бароко / М. Коваль // Наукові записки Інституту журналістики. – 2004. – Т. 15. – С. 60–67.

156. Коваль М. Світоглядні засади української публіцистики доби Середньовіччя та раннього бароко / М. Коваль // Українська журналістика : умови формування та перспективного розвитку. Зб. наук. праць. – Черкаси, 2007. – С. 405–406.

157. Когутич О. Морально-психологічні засади функціонування радіо «Воскресіння» / О. Когутич // Телевізійна і радіожурналістика. – 2003. – Вип. 5. – С. 99–104.

158. Кожевникова Г. Язык вражды через год после Беслана / Г. Кожевникова. // Мониторинг дискриминации и национал-экстремизма в России. Сборник докладов. – М. : Фонд «За гражданское общество», 2006. – С. 22–54.

159. Кожевникова Г. Язык вражды: после Кондопоги / Г. Кожевникова. // Язык вражды против общества. – М. : Центр «СОВА», 2007. – С. 10–71.

160. Козирєва Т. «Журналістика вимагає світоглядних основ» / Т. Козирєва [Електронний документ] // День. – Режим доступу : <http://www.day.kiev.ua/297344/#>

161. Колісник Ю. Толерантність – шлях до взаєморозуміння й загальнолюдського поступу (проблема толерантності й віри у пресі національних меншин України) / Ю. Колісник // Вісник Львівського університету. Серія журналістики. – 2001. – Вип. 21. – С. 342–348.

162. Колодний А. Конфесійна карта України: конфесійні та регіональні зрізи / А. Колодний // Україна релігійна. Колективна монографія. Книга перша: стан релігійного життя України. – К., 2008. – С. 23–48.

163. Колодний А. Основи релігієзнавства / А. Колодний. – Дрогобич : Коло, 2006. – 168 с.

164. Колодний А. Україна в її релігійних виявах / А. Колодний. – Львів : СПОЛОМ, 2005. – 336 с.

165. Колодний А. Академічне релігієзнавство / А. Колодний. – К. : Світ знань, 2000. – 862 с.

166. Колодний А., Филипович Л. Проблемний огляд журналу «Православний вісник» / А. Колодний, Л. Филипович. – К., 1989. – 32 с.

167. Комариця М. «Християнський націоналізм» і галицька релігійна періодика 20-30-х рр. / М. Комариця // Українська

періодика: історія і сучасність : доп. та повідомл. шостої Всеукр. наук.-теорет. конф., Львів, 11–13 травня 2000 р. / НАН України, Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. – Львів, 2000. – С. 284–289.

168. Комариця М. Засади католицької критики в Галичині 20–30-х рр. / М. Комариця // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / НАН України, Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника ; [редкол. : М. М. Романюк (відп. ред.) та ін.]. – Львів, 2001. – Вип. 9. – С. 338–357.

169. Комариця М. Українська «католицька критика» : феномен 20-30-х років ХХ ст. / М. Комариця. – Львів : ЛНБ ім. В. Стефаника, 2007. – 326 с.

170. Комінко Ю. Образ Церкви у ЗМІ та масовій свідомості / Ю. Комінко // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – Серія Філологія. – Вип. 51. – Х., 2007. – С. 131–134.

171. Комінко Ю. Релігійна тематика на сторінках українських загальнонаціональних видань / Ю. Комінко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 22. – С. 69–74.

172. Комлев В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? / В. Комлев // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2007. – Вып. 12. – С. 119–123.

173. Короткий огляд роботи Асоціації «Новомедіа» в 2008 році [Електронний ресурс] // Асоціація журналістів, видавців і мовників «Новомедіа». – Режим доступу : <http://novomedia.org/node/887> [27.01.09].

174. Костикова Н. Типологические характеристики православной печати / Н. Костикова. – М., 1996.

175. Кость С. З історії преси і видавничої діяльності Української греко-католицької Церкви / С. Кость, Б. Крив'як // Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини ХХ ст. : в 2 ч. – Львів : Видавн. центр Львівського ун-ту імені Івана Франка, 2002. – Ч. 1. – С. 43–420.

176. Кость С. Західноукраїнська преса першої половини ХХ ст у всеукраїнському контексті (засади діяльності, періодизація, структура, особливості функціонування) / С. Кость. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2006. – 514 с.

177. Крив'як Б. Роль «Нової зорі» в релігійному та національно-патріотичному вихованні галицького суспільства / Б. Крив'як // Вісник Львівського університету. Серія журналістики. – 2002. – Вип. 22. – С. 261–277.

178. Кривобок О. Світло. Збірник радіобесід і радіопостановок. Книга перша / О. Кривобок. – Кременчук : Християнська Зоря, 2008. – 276 с.

179. Криди Д. Интернет и христианское мировоззрение / Д. Криди // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2001. – Вып. 6. – С. 141–145.

180. Кротов В. Домашний автор: как поддержать ребенка в литературном творчестве / В. Кротов. – М. : Ассоциация «Духовное возрождение», 2005. – 264 с.

181. Кротов В. Литературная студия: открытие возможностей / В. Кротов. – М. : Ассоциация «Духовное возрождение», 2006. – 304 с.

182. Кротов В. Написать свою книгу: то, чего за тебя никто не сделает / В. Кротов. – М. : Ассоциация «Духовное возрождение», 2006. – 256 с.

183. Кротов В. Пиши по-своему: для самых начинающих писателей / В. Кротов. – М. : Ассоциация «Духовное возрождение», 2005. – 80 с.

184. Кротов В. Учусь сочинять. Как стать писателем хотя бы для самого себя / В. Кротов. – М. : Ассоциация «Духовное возрождение», 2005. – 128 с.

185. Круглый стол «Евангелие в СМИ. За кого голосуют баптисты?» [Электронный ресурс] // Религия и СМИ. – Режим доступа : [http://www.religare.ru/2\\_7663.html](http://www.religare.ru/2_7663.html) [18.12.03].

186. Крупський І. Українська релігійно-церковна журналістика і проблеми національного державотворення / І. Крупський // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – 1999. – Вип. 6. – С. 395–399.

187. Крючков Ю. Создание подпольной печати СЦ ЕХБ в Советском Союзе начала 60-х годов / Ю. Крючков. – Сакраменто, 2001. – 162 с.

188. Кузнецова А. Игра не на жизнь, а на смерть / А. Кузнецова // Голос истины. – 2008. – № 11. – С. 21–24.

189. Кузнецова Т. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації / Т. Кузнецова. – Суми : Університетська книга, 2010. – 304 с.

190. Кузьмин В. Анализ содержания «Братского листка» за 1975 год и сопроводительное письмо / В. Кузьмин; Бычков А. Ответ ВСЕХБ Псковской церкви ЕХБ и В. Кузьмину по поводу «Анализа содержания «Братского листка» за 1975 г.» / А. Бычков // История евангельского движения в Евразии 4.0. [Электронный ресурс] :

Документы и материалы. – 80 min / 700 Mb. – Одесса : ЕААА, 2005. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM): 12 см. – Систем. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 1995, 98, 2000, XP. – Назва з контейнера.

191. Кузьмин М. Специфіка вербальної комунікації у протестантських конфесіях / М. Кузьмин // Матеріали Всеукраїнської студентської наукової конференції «II Харківські студентські філософські читання» (присвячені 200-річчю Харківському національному університету ім. В. Н. Каразіна). – Харків, 2005. – С. 176–178.

192. Кузьмин М. Специфіка протестантської та православної комунікативних систем у контексті об'єднання Європи / М. Кузьмин // Україна та об'єднана Європа: християнське коріння та перспективи. Матеріали VIII всеукраїнської науково-практичної студентської конференції. – Львів : Інститут релігії та суспільства УКУ, 2006. – С. 63–67.

193. Кулигіна О. Програма нашого піар-курсу / О. Кулигіна [Електронний документ] // Писанина. Блог Олени Кулигіної. – Режим доступу : <http://olena-risu.livejournal.com/240244.html> [19.10.09].

194. Кулигіна О. Сектантів по осені рахують / О. Кулигіна [Електронний документ] // Телекритика. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/view/2008-11-18/42060> [18.11.08].

195. Кураев А. Откуда у церкви деньги: В помощь приходским священникам и налоговым инспекторам / А. Кураев. – Краснодар : Троицкое Слово, 1999. – 15 с.

196. Кусова С. Россия между «Норд-остом» и Бесланом. По материалам федеральной прессы / С. Кусова. – М., 2005. – 448 с.

197. Кухарчук Р. Свобода слова по-христиански / Р. Кухарчук // КАМЕНЬ краеугольный. – 2003. – № 1. – С. 6.

198. Кухарчук Р. Вместо детского порно / Р. Кухарчук // Зеркало недели. – 2010. – 30 января – 4 февраля.

199. Кухарчук Р. Десятка. Быть субъектом, а не объектом / Р. Кухарчук. – К. : Христианское библейское братство св. ап. Павла, 2009. – 192 с.

200. Кухарчук Р. Релігійна тематика у вікні світських ЗМІ / Р. Кухарчук // Інформаційний бюлетень Асоціації «Новомедіа». Спеціальний випуск. – 2009. – № 1. – С. 1.

201. Кырлежев А. Религиозный фундаментализм / А. Кырлежев // Новая философская энциклопедия : в 4 т./ Ин-т философии РАН ;



Нац. обществ.-науч. фонд ; Предс. научно-ред. совета В. С. Степин. – М. : Мысль, 2001. – Т. 4. – С. 280–281.

202. Кэмпбелл С., Саудерн Р. Под прицелом СМИ / С. Кэмпбелл, Р. Саудерн. – СПб. : Образование миру, 2005. – 158 с.

203. Лазарева А. Свобода, ноосфера, интернет / А. Лазарева // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2008. – Вып. 13. – С. 40–42.

204. Латухин И. Логика средств коммуникации: возвращаясь к идеям Маршалла Маклюэна / И. Латухин // Актуальность молитвы и Священного Писания для современного человека. Первая международная научно-богословская конференция «Духовность в христианской традиции», 25–26 октября 2005 г. : Сб. докладов. – Н. Новгород, 2006. – С. 41–52.

205. Лахно О. Підпільна видавнича діяльність як прояв опозиційності Спільноти церков євангельських християн-баптистів / О. Лахно // Наука. Релігія. Суспільство. – 2007. – № 2. – С. 45–51.

206. Левушкан П. Евангелизм в блогосфері / П. Левушкан // Школа без стен. Новое поколение лидеров для церкви и общества. – Одесса : Ассоциация «Духовное возрождение», 2009. – С. 67–70.

207. Левушкан П. Лучшая защита от журналиста... профилактика / П. Левушкан [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.baznica.info/fond\\_rus/2009/07/28/uploads/files/media/VKC/uploads/files/index.php?name=Pages&op=page&pid=5625](http://www.baznica.info/fond_rus/2009/07/28/uploads/files/media/VKC/uploads/files/index.php?name=Pages&op=page&pid=5625)

208. Левчук М. Висвітлення морально-етичної проблематики на шпальтах преси Православної Церкви Волині (1867-2006 рр.) / М. Левчук : дис... канд. наук : 27.00.04. – К., 2008. – 252 с.

209. Ледяев А. Новый мировой порядок / А. Ледяев [Электронный ресурс] // Новое поколение. – Режим доступа : [http://www.ng.lv/rus/propovedi/in\\_site/in\\_site/tools/transfer.php?file=files/text/nmp\\_giperss\\_OK\\_pdf.pdf](http://www.ng.lv/rus/propovedi/in_site/in_site/tools/transfer.php?file=files/text/nmp_giperss_OK_pdf.pdf).

210. Лернатович В. «Правий» радикалізм і національна ідея (на матеріалах української і російської праворадикальної преси 1989-1996 років) / В. Лернатович : дис... канд. політ. наук: 23.00.03. – Львів, 1997. – 182 с.

211. Лесничий М. Божий PR / М. Лесничий [Електронний ресурс] // Блоги@mail.ru. – Режим доступа : <http://wap.blogs.mail.ru/mail/mikheyles/DACC477E31055A2.html> [27.07.09].

212. Леся Українка. Українські баптисти і їх часопис «Беседа» за 1894 рік / Леся Українка. – Львів, 1895.

213. Лехман Т. Лікарська періодика Галичини 1920–30-х рр. ХХ ст.: народознавчий аспект публікації / Т. Лехман // Вісник Львівського університету. – Серія журналістики. – 2001. – Вип. 21. – С. 446–447.

214. Лешко У. Відроджений журнал «Дзвіночок»: неперервність християнської традиції / У. Лешко // Українська журналістика : умови формування та перспективи розвитку. Зб. – Черкаси, 2007. – С. 425–428.

215. Лешко У. Християнські орієнтири у сучасній дитячій журнальній періодиці / У. Лешко // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Серія «Филология». – Том 19. – 2006. – № 5. – С. 169–172.

216. Лещук И. Экология духа / И. Лещук. – Одесса : Христианское просвещение, 1998. – 290 с.

217. Лигачева Н. Медиа Украины: на перепутье / Н. Лигачева // Отечественные записки. – 2007. – № 2 (34).

218. Лизанчук В. Основи радіожурналістики / В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с. + компакт-диск.

219. Лильо Т. Комунікація. Ідентичність. Глобалізація / Т. Лильо. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. – 134 с.

220. Лильо Т. Світоглядна журналістика / Т. Лильо. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. – 150 с.

221. Лильо Т. Ідеологеми сучасної журналістики: теорія і практика (чи можливе світотворення поза світоглядним контекстом?) / Т. Лильо // Вісник Львівського університету. Серія журналістики. – 2006. – Вип. 28. – С. 111–117.

222. Лозинський М. Науково-видавнича та просвітницька діяльність Василянського Чину у Галичині (кінець ХІХ – перша половина ХХ ст.) / М. Лозинський : автореф... канд. іст. наук: 07.00.01. – Львів, 2004. – 20 с.

223. Лось Й. Журналістика перед новим викликом / Й. Лось // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. – 2004. – Вип. 25. – С. 18–43.

224. Лось Й. Публіцистика й тенденції розвитку світу. Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації : У 2 ч. / Й. Лось. – Ч. 1. – Львів : ПАІС, 2008. – 376 с.

225. Лункин Р. Протестанты и политические конфликты в Евразии: спасение души и управляемая демократия / Р. Лункин // Религия и

конфликт / под ред. А. Малашенко и С. Филатова; Моск. Центр Карнеги. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2007. – С. 175–222.

226. Лученко К. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России / К. Лученко : автореф... канд. филол. наук. – 10.01.10. – М., 2009. – 22 с.

227. Любащенко В. Адвентисти в Україні: структура служіння / В. Любащенко // Людина і світ. – 2003. – № 2. – С. 47–51.

228. Любащенко В. История протестантизму в Україні / В. Любащенко. – Львів : Видавнича спілка «Просвіта», 1995. – 350 с.

229. Любащенко В. Протестантизм в Україні: творення стереотипів триває / В. Любащенко // Ї. – № 22. – 2001. – С. 90–103.

230. Любащенко В. Лютеранская церковь в Украине: поиск национальной идентичности / В. Любащенко // Богословские размышления. – 2003. – № 1. – С. 163–182.

231. Ляхоцький В. Тільки книжка принесе волю українському народові...: книга, бібліотека, архів у житті та діяльності Івана Огієнка (митрополита Іларіона) / В. Ляхоцький. – К. : Видавництво імені Олени Теліги, 2000. – 664 с.

232. Майшева М. PR для церкви / М. Майшева // IN VICTORY. – 2006. – № 2. – С. 34–36.

233. Макинтош Ч. Письма евангелисту / Ч. Макинтош. – Одесса : Христианское просвещение, 1993. – 78 с.

234. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Мак-Квейл. – Львів : Літопис, 2010. – 538 с.

235. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Мак-Люэн. – К. : Ника-Центр, 2003. – 432 с.

236. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М. : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.

237. Максим Максимов об организации телевизионного служения (интервью) [Электронный ресурс] // Информационное агентство CNL News. – Режим доступа : <http://www.cnlnews.tv/2009/12/01/maximov/> [01.12.09].

238. Максим Максимов: «Христианское телевидение – инструмент в Божьих руках» // Перспектива. – 2005. – № 3. – С. 38–40.

239. Малафеев Л. Нравственные императивы информационного общества / Л. Малафеев // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2007. – Вып. 12. – С. 117–119.

240. Малуха М. Куди піти вчитися на блогера? / М. Малуха [Електронний документ] // Gott mit uns. Блог Миколи Малухи. – Режим доступу : <http://jesfor.livejournal.com/536087.html> [08.02.10].

241. Малуха М. Церква як джерело української меритократії / М. Малуха [Електронний документ] // Українська правда. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/articles/2009/06/18/4033427/> [8.06.09].

242. Мампер Ш. Християнские журналы Восточной Европы / Ш. Мампер // Вестник служений и церквей «Восток-Запад». – Том 12, Вып. 1. – 2004.

243. Мартинюк М. Українські періодичні видання Західної України, країн Центральної та Західної Європи (1914–1939 рр.) : матеріали до бібліографії / М. Мартинюк. – Львів : НАН України. Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. Н.-д. центр періодики, 1998. – 298 с.

244. Мартынюк Э. Особенности религиозной жизни во второй половине XX века / Э. Мартынюк. – Одесса : ИПКУ, 1997. – 169 с.

245. Матцкен Р. Образование для обретения цели в жизни / Р. Матцкен // Человек и христианское мировоззрение. – 2000. – Вып. 5. – С. 180–186.

246. Мацюк Н. Алло! Жизнь под угрозой?! / Н. Мацюк // Флешка. – 2009. – № 2.

247. Машницька І. Вплив телебачення на дітей / І. Машницька // Вісник правди. – 2007. – № 5. – С. 20.

248. Медведев М. Крещение Духом Святым: изучение библейских текстов / М. Медведев // Богомыслие. – 1998. – № 7. – С. 56–73.

249. Медиация – искусство разрешать конфликты. Знакомство с теорией, методом и профессиональными технологиями / Составители: Г. Мета, Г. Похмелкина / Пер. с нем. Г. Похмелкиной. – М. : Издательство Verte, 2004. – 320 с.

250. Международная маркетинговая группа. Маркетинговое исследование «Исследования потенциальной и существующей аудитории Радио Эммануил». – К., 2008. – 81 с.

251. Мельничук А. От редакционной коллегии / А. Мельничук // Богословские размышления. – 2003. – № 1. – С. 4–8.

252. Меркел Дж. Поиск веры в Интернете. Присутствие вашей организации во Всемирной Паутине / Дж. Меркел. – Консультативное совещание отдела информации Евроазиатского дивизиона. Москва, 25–26 апреля 2006 года. – 4 с.

253. Меттінглі Т. Влучити в ціль / Т. Меттінглі // Інформаційний бюлетень Асоціації «Новомедіа». Спеціальний випуск. – 2009. – № 1. – С. 4–15.

254. Мильто Е. Павел Левушкан: Церковь это не ГУЛАГ, но об этом мы иногда забываем / Е. Мильто [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.baznica.info/index.php?name=Pages&op=page&pid=6142>

255. Мир. – 2009. – Лето. – 20 с.

256. Михайлин І. Історія української журналістики. Період становлення: від журналістики в Україні до української журналістики / І. Михайлин. – Х. : Прапор, 2005. – 320 с.

257. Михайлин І. Нарис історії журналістики Харківської губернії. 1812–1917 / І. Михайлин. – Х. : Колорит, 2007. – 366 с.

258. Михайлин І. Журналістика як всесвіт: вибрані медіадослідження / І. Михайлин. – Х. : Прапор, 2008. – 512 с.

259. Михайлин І. Журналістська освіта і наука / І. Михайлин. – Суми : Університетська книга, 2009. – 336 с.

260. Миць М. Українська періодична преса Волині (1921–1939 рр.) як історичне джерело / М. Миць : автореф... к. іст. н. 07.00.09. – К., 1995. – 19 с.

261. Мілясеви́ч І. Періодичні видання Волинської губернії ХІХ – початку ХХ ст. : історико-бібліограф. дослідж. / І. Мілясеви́ч. – Львів : Вид-во Львів. наук. б-ки ім. В. Стефаника, 2004. – 376 с.

262. Мірошниченко С. Релігія в українському телефірі / С. Мірошниченко // Людина і світ. – 1996. – № 9. – С. 32–33.

263. Мокієнко М. Євангелізаційно-місіонерська діяльність пізніх протестантів в Україні (1988–2004 рр.) / М. Мокієнко // Наукові праці історичного факультету Запорізького державного університету. – Запоріжжя : ЗНУ, 2006. – Вип. ХХ. – С. 294–300.

264. Мокієнко М. Пізній протестантизм в Україні: інституційний та суспільно-політичний аспекти (1991-2004 рр.) / М. Мокієнко : дис... канд. іст. наук: 07.00.01. – Запоріжжя, 2007. – 224 с.

265. Мокренчук Е. Програма факультета християнської журналістики / Е. Мокренчук [Электронный документ] // Баптисти України: історія і сучасність. – Режим доступа : [http://almanah.baptizm400.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=311:2010-11-05-20-41-00&catid=88:2010-10-30-06-01-45&Itemid=154](http://almanah.baptizm400.org/index.php?option=com_content&view=article&id=311:2010-11-05-20-41-00&catid=88:2010-10-30-06-01-45&Itemid=154)

266. Мокренчук Е. Христианская журналистика в информационном пространстве Украины / Е. Мокренчук [Электронный ресурс] // Релігійно-інформаційна служба України. – Режим доступа : <http://www.risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/33426/> [19.12.09].

267. Монолатій І. Українсько-німецькі міжконфесійні взаємини на Покутті у висвітленні часопису «Віра і наука» / І. Монолатій // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – 2001. – Вип. 9. – С. 141–153.

268. Мохненко Г. Практические рекомендации по организации информационных комитетов в поместных церквях, миссиях и деноминациях / Г. Мохненко [Электронный ресурс] // Релігійно-інформаційна служба України. – Режим доступа : <http://www.risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/33402/>

269. Назаркіна О. Протестантські конфесії України в 90-ті роки ХХ ст.: баптистські та п'ятидесятницькі течії / О. Назаркіна : дис... канд. іст. наук : 07.00.01 / Донецький національний ун-т. – Донецьк, 2003. – 221 с.

270. Неволин М. Третий этап христианского книгоиздания / М. Неволин // Мирт. – 2005. – № 4.

271. Неволин М. Церковь и общество. Заметки на полях / М. Неволин. – Одесса : Духовное возрождение, 2009. – 240 с.

272. Никитченко О. Особливості формування образу новітніх релігій у контексті сучасного розуміння свободи совісті в Україні / О. Никитченко : автореф... канд. філос. наук. 09.00.11. – К., 2009. – 18 с.

273. Никитюк З. Евангелие от «Одноклассников». Что христиане делают в социальных сетях / З. Никитюк // IN VICTORY. – 2010. – № 7. – С. 10–14.

274. Никольская Т. Русский протестантизм и государственная власть в 1905–1991 годах / Т. Никольская. – СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2009. – 356 с.

275. Нікітченко О. Образ новітніх релігій у засобах масової інформації / О. Нікітченко // Релігійна свобода: мас-медіа, школа і церква як суспільні фактори утвердження. Науковий щорічник / За заг. ред. А. Колодного. – К., 2001. – С. 82–87.

276. Обровец А. Личность в современном информационном обществе / А. Обровец // Диалог. Вестник Русско-американского христианского института. Научно-методический журнал. – 2007. – Вып. 3. – С. 43–51.

277. Огляд діяльності Асоціації «Новомедіа» за 2009 рік [Електронний ресурс] // Асоціація журналістів, видавців і мовників «Новомедіа». – Режим доступу : <http://novomedia.org/node/1204> [03.02.10].

278. Опарин А. Победившие время... / А. Опарин. – Х. : Факт, 2009. – 335 с.

279. Осадчий В. Психолінгвістика как инструмент познания Библии / В. Осадчий // Человек и христианское мировоззрение. – 2003. – Вып. 8. – С. 163–165.

280. Основы социального учения Церкви АСД в Украине // Жукалюк Н., Любащенко В. История Церкви христиан Адвентистов седьмого дня в Украине. – К. : Джерело життя, 2003. – С. 115–313.

281. Основы социальной концепции Российского объединенного Союза христиан веры евангельской. – М. : Эхад Инк, 2002. – 28 с.

282. Ответы патриарха протестантам [Электронный документ] // Лютеранство в России. – Режим доступа : <http://luther.ru/society/dialog/147-patriarx-otvety.html> [18.02.09].

283. Отдел информации [Электронный ресурс] // Церковь адвентистов седьмого дня в России и СНГ. – Режим доступа : <http://adventist.ru/content/view/111/34/>

284. Павлов Ю. «Виртуализация» сознания как проявление современного постмодернистского понимания / Ю. Павлов // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2004. – Вып. 9. – С. 19–21.

285. Павлюк І. Українська легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя: 1917–1939, 1941–1944 рр. / І. Павлюк. – Львів : Каменяр, 2001. – 286 с.

286. Павлюк П. О бедных баптистах замолвите слово... / П. Павлюк [Электронный ресурс] // Новости христианского мира. – Режим доступа : <http://prochurch.info/index.php/news/more/16270> [04.02.10].

287. Павлюк П. Практическая журналистика: Учебник для студентов факультета журналистики. Христианский гуманитарно-экономический открытый университет / П. Павлюк. – Одесса : ХГЭУ, 2001. – 142 с.

288. Пазыч М. Не хлебом единым... История издательства «Христианин» / М. Пазыч. – Meinerzhagen : Миссия «Вестник Мира», 2001. – 244 с.

289. Пальчинська М. Віртуалізація у релігійному житті сучасної України (соціально-філософський аспект) / М. Пальчинська : дис... канд. наук : 09.00.03. – К., 2009. – 193 с.

290. Панков Г. Вопрос об отношении философии и религии на страницах журнала «Вера и Разум» / Г. Панков // Вера и Разум. – 2000. – № 1. – С. 87–89.

291. Пархітько О. Одеська періодична преса періоду визвольних змагань : автореф. дис... канд. філол. наук. 10.01.08 / О. Пархітько. – К., 2005. – 21 с.

292. Пастор Сандей стал лицом Киева // Хрещатик. – 2009. – 19 мая.

293. Паулин Дж. Библийская истина в современном мире / Дж. Паулин. – Заокский : Источник жизни, 2001. – 256 с.

294. Пейтер М. Сущность христианского радиовещания. Дипломная работа на соискание ученого звания бакалавр богословия / М. Пейтер. – Одесса : Одесская богословская семинария евангельских христиан-баптистов, 1995. – 57 с.

295. Передирій В. Часопис «Нова зоря» (1926–1939 рр.): до проблеми визначення типу видання / В. Передирій // Збірник Науково-дослідного центру періодики. – 2005. – № 13. – С. 44–54.

296. Петров В. Активное обучение в евангельских учебных заведениях / В. Петров // Богословские размышления. – 2003. – № 2. – С. 101–124.

297. Петрушкевич М. Конфесійні особливості протестантської комунікативної системи / М. Петрушкевич // Наукові записки. Серія «Культурологія» (Проблеми культурної ідентичності: глобальний та локальний виміри. Матеріали міжнародної наукової конференції 23–24 квітня 2010 року, Острог). – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2010. – Вип. 5. – С. 467–471.

298. Печатное служение в церкви. Курс лекций. Прочитан в Высшей духовной школе в январе 1996 г. и феврале 1997 г. Яном Хаммондом, Австралия. – К., 1997. – 77 с.

299. Писарук Г. Библийские притчи на уроках русского языка в системе государственного образования / Г. Писарук // Человек и христианское мировоззрение. – 2000. – Вып. 5. – С. 170–173.

300. Плавание на средних волнах 202 метра // Мир. – 1997. – № 5. – С. 10.

301. Подберезский И. Бог. Вера. Общество. Личность. Мнение российского баптиста / И. Подберезский. – СПб. : Библия для всех, 2004. – 430 с.



302. Подберезский И. Особенности российской религиозной журналистики / И. Подберезский // Мирт. – 2004. – № 1.
303. Подберезский И. Протестанты и другие: Религиозная публицистика / И. Подберезский. – СПб. : Мирт, 2000. – 392 с.
304. Подоляк В. Свобода совести и религиозное образование / В. Подоляк // Человек и христианское мировоззрение. – 2001. – Вып. 6. – С. 167–169.
305. Полянська В. Впорядкування політичної комунікації та процес реалізації символічної політики / В. Полянська // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні / За ред. Максименка С.Д., Циби В.Т., Шайгородського Ю.Ж. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2003. – С. 88–98.
306. Полянський І. Публіцистика Вічності: світоглядна та розслідувальна публіцистика України: концептуальний погляд на їх функціональну спроможність / І. Полянський // Вісник Львівського університету. Серія журналістики. – 2004. – Вип. 25. – С. 130–136.
307. Пономаренко Л. Свобода слова: біблійно-медійний аспект / Л. Пономаренко // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 2. – С. 123–127.
308. Поплавська Н. Полемісти. Риторика. Переконування (Українська полемічно-публіцистична проза кінця XVI – поч. XVII ст.) / Н. Поплавська. – Тернопіль : ТНПУ, 2007. – 379 с.
309. Попов А. Традиции издательства ВСЕХБ в журнале «Братский вестник» / А. Попов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://rosbaptist.ru/index.php?Itemid=221&id=132&option=com\\_content&task=view](http://rosbaptist.ru/index.php?Itemid=221&id=132&option=com_content&task=view) [19.10.07].
310. Попов В. Первый евангельский журнал в России / В. Попов // Путь богопознания. – 1998. – Вып. 3. – С. 23–29.
311. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
312. Попов А. Институциональные параметры информационного общества (технологический, научный, социальный, антропологический) / А. Попов : автореф... канд. филос. наук. 09.00.11. – Чебоксары, 2007. – 14 с.
313. Потятиник Б. Інтернет-журналістика. / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
314. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с.

315. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст / Б. Потятиник, М. Лозинський. – Львів : Місіонер, 1996. – 296 с.
316. Православие и дух капитализма по Кураеву // Эксперт. – 2005. – 29 августа.
317. Президент «Новомедиа» ответил на все вопросы веб-конференции на Христианском мегапортале IN VICTORY [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. – Режим доступа : [news.invictory.org/issue15869.html](http://news.invictory.org/issue15869.html) [15.01.08].
318. Президент IN VICTORY Media рассказал о христианских СМИ [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. – Режим доступа : <http://news.invictory.org/issue27342.html> [29.01.10].
319. Прикладное религиоведение для журналистов. – М. : Права человека, 2009. – 254 с.
320. Пронина Е. Психология журналистского творчества / Е. Пронина. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 320 с.
321. Прохоров Е. Введение в теорию журналистики / Е. Прохоров. – М. : РИП-Холдинг, 2002. – 322 с.
322. Прохоров К. «Монашествующие» и ради Христа юродивые в отечественном баптизме / К. Прохоров // Богословские размышления. – 2010. – № 11. – С. 7–26.
323. Прохоров К. О некоторых особенностях понимания крещения в русском баптизме / К. Прохоров // Богословские размышления. – 2007. – № 8. – С. 71–88.
324. Пути славянского богословия арменианской традиции. Материалы конференции / С. Санников, И. Романюк, Г. Гололоб. – Львов, 2009. – 204 с.
325. Путова А. Католицькі періодичні видання Києва у контексті київської польськомовної періодики на початку ХХ ст. / А. Путова // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – 2004. – Вип. 12. – С. 57–62.
326. Путова А. Католицькі періодичні видання Києва початку ХХ ст. та їх засновник отець Казимир Ставинський / А. Путова // Українська періодика: історія та сучасність : Доп. і повідомл. восьмої Всеукр. наук.-теор. конф. Львів, 24–26 жовтня 2003 р. / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника, НДЦ періодики; За ред. М. Романюка. – Львів, 2003. – С. 837–842.
327. Работа со СМИ [Электронный ресурс] // Интернет-газета «Путь». – Режим доступа : <http://www.asd.in.ua/archives/530> [24.10.07].

328. Рабочий курс Отдела информации [Электронный ресурс] // Интернет-газета «Путь». – Режим доступа : [http://www.asd.in.ua/uploads/rabo4ij\\_kurs.doc](http://www.asd.in.ua/uploads/rabo4ij_kurs.doc)

329. Райчинец В. Сборник радиопроповедей программы «Благая весть в каждый дом» / В. Райчинец. – К., 2008. – 152 с.

330. Релігійна свобода: мас-медіа, школа і Церква як суспільні фактори утвердження. За ред. А. Колодного. – К., 2001. – 177 с.

331. Релігія і влада в Україні: проблеми взаємовідносин. Інформаційно-аналітичні матеріали до Круглого столу на тему: «Державно-конфесійні відносини в Україні, їх особливості і тенденції розвитку». 8 лютого 2011 р. – К., 2011. – 82 с.

332. Різун В. та ін. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. Різун, А. Мамалига, М. Феллер. – К. : РВЦ «Київ. ун-т», 1998. – 335 с.

333. Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві / В. Різун, Т. Скотникова. – К. : Преса України, 2008. – 144 с.

334. Різун В. Маси / В. Різун. – К. : Вид.-полігр. центр «Київський університет», 2003. – 118 с.

335. Різун В. та ін. Лінгвістика впливу / В.В. Різун, Н.Ф. Непийвода, В.М. Корнєєв; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2005. – 148 с.

336. Різун В. Теорія масової комунікації / В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.

337. Різун В., Трачук Т. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства / В. Різун, Т. Трачук; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2005. – 228 с.

338. Різун Т. Греко-католицькі мас-медіа: сучасний стан і перспективи / Тарас Різун // Українська періодика: історія і сучасність. Доп. і повідомл. дев'ятої Всеукр. наук.-теор. конф., Львів, 24–26 жовтня 2003 р. – Львів, 2003.

339. Рокмакер Х. Современное искусство и смерть культуры / Х. Рокмакер. – СПб. : Мирт, 2004. – 218 с.

340. Романенко Н. Мережа періодичних видань православних церков незалежної України в 90-і роки ХХ ст. / Н. Романенко // Наука. Релігія. Суспільство. – 2004. – № 1. – С. 214–219.

341. Романюк М., Галушко М. Українські часописи Львова 1848–1939 : історико-бібліографічне дослідження : У 3 т. – Т. 1. 1848–1900 рр. / М. Романюк, М. Галушко. – Львів : Світ, 2001. – 744 с.

342. Романюк М., Галушко М. Українські часописи Львова 1848–1939 : історико-бібліографічне дослідження : У 3 т. – Т. 2. 1901–1919 рр. / М. Романюк, М. Галушко. – Львів : Світ, 2002. – 690 с.

343. Романюк М., Галушко М. Українські часописи Львова 1848–1939 : історико-бібліографічне дослідження : У 3 т. – Т. 3. 1920–1939 рр. Кн. 2. 1929–1939 / М. Романюк, М. Галушко. – Львів : Світ, 2003. – 926 с.

344. Савельева И. Массовая и популярная культура в современном обществе: коммуникационный аспект / И. Савельева : автореф... канд. социол. наук. 22.00.04. – Казань, 2000. – 23 с.

345. Савласьев А. Интернет: страхи и подозрения / А. Савласьев // Предвестник. – 1997. – № 1.

346. Сальвестрони С. Фильмы Андрея Тарковского и русская духовная культура / С. Сальвестрони. – М. : ББИ, 2009. – 238 с.

347. Сальманов О. Церкви нужен PR? или Jesus for sale / О. Сальманов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://church-pr.blogspot.com/>

348. Санников С. Первые выпускники – первые работы / С. Санников // Богомыслие. – 1994. – Вып. 5. – С. 5–13.

349. Свистунов С. Голос церкви має бути почутий в Інтернеті / С. Свистунов // Релігійна свобода: мас-медіа, школа і церква як суспільні фактори утвердження. Науковий щорічник / За заг. ред. А. Колодного. – К., 2001. – С. 90–92.

350. Свистунов С. Особенности внешних коммуникаций религиозных организаций: на примере протестантизма / С. Свистунов // Гуманитарные науки: межвузовский сборник научных статей. Часть I. – Караганда : ТОО «САНАТ-Полиграфия», 2009. – С. 174–179.

351. Семенов И. Христианские династии Европы / И. Семенов. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 494 с.

352. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалах сучасної газетної публіцистики) / К. Серажим / За ред. В. Різуна / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 392 с.

353. Сергей Демидович ответил на вопросы веб-конференции [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. – Режим доступа : <http://news.invictory.org/issue24176.html> [17.07.09].

354. Сергиенко С. Анатолий Калюжный: «Мы услышали Бога, увидели Его руку на Майдане» / С. Сергиенко // IN VICTORY. – 2006. – № 10. – С. 4–14.

355. Сергиенко С. Пасторская неприкосновенность, или Нужна ли церкви зубастая пресса / С. Сергиенко // IN VICTORY. – 2008. – № 5. – С. 10–11.

356. Сергиенко С. Сандей Аделаджа оставил пасторство, чтобы пробудить Европу и Америку / С. Сергиенко // IN VICTORY. – 2006. – № 5. – С. 4–10.

357. Сила истины. Составитель и издатель Платон Харчлаа. 2-е испр. изд. – Загреб : Христианское издательство, 1990.

358. Силич Л. Средства массовой информации и насилие / Л. Силич // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2002. – Вып. 7. – С. 117–120.

359. Симонова З. «Ярославские епархиальные ведомости»: традиции и новизна / З. Симонова // Профессия – журналист: вызовы XXI века. Сб. материалов Международной научной конференции «Журналистика 2006». – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2007. – С. 162.

360. Скейлз У. Пособие по евангельской работе и росту Церкви / У. Скейлз. – Заокский : Источник жизни, 2000. – 272 с.

361. Скленар І. Сучасна церковна преса в Україні: головна проблематика / І. Скленар // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. – 2003. – Вип. 23. – С. 258–259.

362. Скленар І. Сучасна релігійна преса України: типологія, характеристика, домінанти / І. Скленар : автореф... канд. наук із соціальних комунікацій. 27.00.04. – Львів, 2008. – 17 с.

363. Смит Т. Преподавание этики в американских школах: анализ и оценка программы нравственного воспитания «Главное – нравственность» / Т. Смит // Человек и христианское мировоззрение. – 2007. – Вып. 12. – С. 192–196.

364. Сніцарчук Л. «Нація без релігії гине»: церковна тематика в корпусі текстів часопису «Розбудова нації» (1928–1934 рр.) / Л. Сніцарчук // Збірник Науково-дослідного центру періодики. – 2004. – Вип. 12. – С. 405–412.

365. Соколов А. Общая теория социальной коммуникации / А. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.

366. Солдатенкова М. Автокомунікативний дискурс як умова функціонування релігійно-філософської публіцистики /

М. Солдатенкова // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики НАНУ.– 1999.– Вип. 7. – С.399–405.

367. Солдатенкова М. Религиозно-философская журналистика конца XIX – начала XX веков как форма коммуникации / М. Солдатенкова // Журналистика в 1996 году: Тезисы научно-практической конференции. – М., 1997. – С. 5–7.

368. Солодов В. PR-деятельность римско-католической церкви: пример Франции / В. Солодов [Электронный документ] // Международный пресс-клуб. – Режим доступа : [www.pressclub.host.ru/PR\\_Lib/solodov.doc](http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/solodov.doc)

369. Солодовников В. Есть ли духовное пристанище у русской интеллигенции? Только не в баптизме! / В. Солодовников [Электронный ресурс] // Zip.org.ua: глобальные события и тенденции. – Режим доступа : [http://www.zip.org.ua/talent/no\\_bar.htm](http://www.zip.org.ua/talent/no_bar.htm) [07.07.04].

370. Солодовникова А. Руслан Кухарчук: «Я планирую сделать украинскую реальность другой» / А. Солодовникова [Электронный документ] // Христианская книга. – Режим доступа : <http://www.kniga.org.ua/news/31/?PHPSESSID=a63b0391bb91fe16c3c382cb64111f5e> [8.09.09].

371. Сосси М. Крещение как контрольный пример в вопросах природы и ограничений национального богословия / М. Сосси // Богословские размышления. – 2007. – № 8. – С. 106–134.

372. Сосси М. Положение Нового Завета для провозглашения Евангелия в контексте славянских народов / М. Сосси // Богословские размышления. – 2003. – № 1. – С. 79–96.

373. Социальная позиция протестантских Церквей России. – Москва – Барнаул : ООО «Телевидение «Свет Пробуждения», 2010. – 80 с.

374. Слис О. Соціально-політичні і соціокультурні імплікації пізнього протестантизму в процесі трансформації українського суспільства / О. Слис : дис... канд. філос. наук : 09.00.11. – К., 2008. – 219 с.

375. Слис О. Релігійно-суспільні та соціокультурні зміни в пізньопротестантських громадах (за результатами експертного опитування) / О. Слис // Українське релігієзнавство. – 2005. – № 2. – С. 86–94.

376. Стародуб А. Православна періодика в Україні: тенденції розвитку / А. Стародуб // Людина і світ. – 2001. – № 4. – С. 28–31.

377. Старченко Т. Журнал «Дзвінок» (90-і рр. ХІХ ст.) : виховання християнських чеснот у дітей та молоді / Т. Старченко // Вісник Київського національного університету. Серія Журналістика. – 2000. – Вип. 8. – С. 21–25.

378. Старченко Т. Тиждень з Українським радіо (релігійні передачі першої програми) / Т. Старченко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2002. – Т. 7. – С. 113–117.

379. Стефан Иерусалимский. Советы редактору христианской газеты / Стефан Иерусалимский [Электронный ресурс] // Асоціація журналістів, видавців і мовників «Новомедіа». – Режим доступа : <http://www.novomedia.org.ua/node/999> [04.11.04].

380. Стеців У. Критерії ефективності релігійних телепередач / У. Стеців // Телевізійна і радіожурналістика. – 1999. – Вип. 2. – С. 171–175.

381. Стрелы лукавого. Сборник очерков журналистов Всеукраинской христианской газеты «Разговор» / под ред. Мирного С. – Горловка : Еммануил, 2007. – 180 с.

382. Стробел Л. Христос под следствием. Журналист расследует факты об Иисусе / Л. Стробел. – Симферополь: Христианский научно-апологетический центр, 2002. – 320 с.

383. Сулим Я. Від автора / Я. Сулим // Сулим Я. Світоч Голгофи. Поезії. – Л. : Край, 1998. – С. 10–11.

384. *Суховский А.* Осмысление отечественной культуры в русском протестантизме / А. Суховский [Электронный ресурс] // Мимоходом.ру. – Режим доступа : <http://mimohodom.ru/media/church-osmislenie.doc>.

385. Таевский Д. Двойственность современного религиозного сектантства в кривом зеркале российской журналистики / Д. Таевский [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.babr.ru/?IDE=32733> [21.09.06].

386. ТБН принял решение приостановить выход программы «Про кино» [Электронный ресурс] // Христианский мегапортал IN VICTORY. – Режим доступа : <http://news.invictory.org/issue27789.html> [3.01.10].

387. Тимошик М. «Лишусь навіки з чужиною»: митрополит Іларіон і українське відродження / М. Тимошик. – Київ – Вінніпег, 2000. – 548 с.

388. Тимошик М. Видавнича справа та редагування / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, Концерн «Видавничий дім «Ін-Юре», 2004. – 224 с.

389. Тимошик М. Історія видавничої справи / М. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2007. – 496 с.

390. Титаренко М. Світоглядна публіцистика: спроба полемічного дискурсу / М. Титаренко // Вісник Львівського університету. Серія журналістики. – 2006. – Вип. 26. – С. 118–134.

391. Толерантність у релігійній пресі. – Л. : Львівська Богословська Академія. Інститут релігії та суспільства, 1999.

392. Уайт Е. Воспитание / Е. Уайт. – Заокский : Источник жизни, 2009. – 640 с.

393. Уайт Е. Деяния апостолов / Е. Уайт. – Заокский : Источник жизни, 2009. – 448 с.

394. Уайт Е. Литературный евангелизм / Е. Уайт. – Заокский : Источник жизни, 1993. – 110 с.

395. Уварова О. Російська «політика покровительства» щодо греків-іммігрантів в кінці XVIII – першій третині XIX ст. (на матеріалах Херсонської губернії) / О. Уварова : дис... канд. іст. наук : 07.00.02. – Одеса, 2007. – 226 с.

396. УКУ анонсував магістерську програму з журналістики [Електронний документ] // Католицький часопис «Credo». – Режим доступу : <http://www.credo-ua.org/2010/05/24770> [19.05.10].

397. Уоллис С. Из славы в славу / С. Уоллис [Электронный ресурс] // Твоя Библия. – Режим доступу : <http://www.bible.com.ua/lib/go.php?id=428>

398. Фазлеев Р. Можно ли смотреть телевизор? / Р. Фазлеев [Электронный ресурс] // Твоя Библия. – Режим доступа : <http://www.bible.com.ua/answers/r/35/306848> [21.12.09].

399. Фасієвич О. Конечність католицької преси у нас і її організація / О. Фасієвич. – Львів, 1912. – 59 с.

400. Филатов С., Лункин Р. Образы православия и протестантизма в светских СМИ: благолепие и уродство / С. Филатов, Р. Лункин // Русское ревю. – 2006. – № 2.

401. Филипович Л. Антисектантская истерия в украинских СМИ: видимые и невидимые причины / Л. Филипович // Релігійна свобода. – 2008. – № 13. – С. 311–316.

402. Филипович Л. ЗМІ – засіб формування міжконфесійної толерантності / Л. Филипович // Толерантність: сфера



міжконфесійних відносин / Упорядник, автор передмови Л.О. Филипович. – К. : ЦеРІС, 2004. – Вип. 2. – С. 97–110.

403. Филипович Л. Свобода вероисповеданий – неотъемлемая составляющая свободы религии. Ответы на вопросы интернет-конференции / Л. Филипович // Релігійна панорама. – 2009. – № 2. – С. 24–39.

404. Фінклер Ю. Мас-медіа та влада: технологія взаємин / Ю. Фінклер. – Л. : Аз-Арт, 2003. – 211 с.

405. Флетчер М. Делая Бога знаменитым / М. Флетчер. – К. : Светлая звезда, 2006. – 184 с.

406. Франчук В. Просила Россия дождя у Господа / В. Франчук. – К. : Світанкова Зоря, 2001. – Т. 1. – 648 с.; Т. 2. – 376 с.

407. Хазел К. В плену суеверия / К. Хазел. – Заокский : Источник жизни, 2002. – 192 с.

408. Хайпол М. Как победить «грязный» Интернет / М. Хайпол // Лиакхона. – 2005. – № 8. – С. 18–21.

409. Хант Д. Физическое и психическое здоровье в век технологических достижений – проблематика и задачи / Д. Хант // Человек и христианское мировоззрение. – Симферополь, 2004. – Вып. 9. – С. 178–182.

410. Хесс Дж. Что мы оставим следующим поколениям? / Дж. Хесс // Человек и христианское мировоззрение. – 2000. – Вып. 5. – С. 163–173.

411. Хилле В. Как организовать малые группы литературных евангелистов / В. Хилле. – Заокский : Источник жизни, 2002. – 96 с.

412. Холод А. Основы паблик рилейшнз / А. Холод. – Кривой Рог, 2009. – 178 с.

413. Холод О. Інмутація у масмедіа / О. Холод. – К., 2006. – 167 с.

414. Холод О. Комунікаційні технології / О. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – 130 с.

415. Холод О. Проблематика ЗМІ : У 2 т. / О. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – Т. 1. – 543 с.

416. Холод О. Проблематика ЗМІ : У 2 т. / О. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – Т. 2. – 503 с.

417. Холод О. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз / О. Холод. – К. : КиМУ; Українська асоціація психолінгвістів, 2010. – 391 с.

418. Хоменко Т. Проповідництво і сучасна публіцистика / Т. Хоменко. – Львів : ПАІС, 2008. – 136 с.

419. Хомінський С. Взаємозв'язок релігійної та екологічної проблематики в системі соціальних комунікацій (на матеріалі природоохоронної, релігієзнавчої і релігійної преси) / С. Хомінський : автореф... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01. – К., 2009. – 17 с.
420. Хонер Д. Богословие и культура: как Бесконечное стало конечной данностью / Д. Хонер // Богословские размышления. – 2005. – № 5. – С. 106–127.
421. Храмов А. Наивный персонализм как продукт «живого» текста / А. Храмов [Электронный ресурс] // Международная научная интернет-конференция «Человек@религия@интернет». – Режим доступа : <http://www.e-religions.net/2007/reports/khramov.htm>.
422. Христианство online [Электронный ресурс] : Аудио-семинары. – 80 min / 700 Mb. – К.: Ассоциация журналистов, издателей и вещателей христиан «Новомедиа», 2005. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM): 12 см. – Систем. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 1995, 98, 2000, XP. – Назва з контейнера.
423. Християнська Таврія. – 2004. – № 5. – С. 1–2.
424. Церква і соціальна комунікація: найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Львів : В-во УКУ, 2004. – 440 с.
425. Церковное руководство адвентистов седьмого дня. – Выпуск Генеральной Конференции АСД, 1990. – 155 с.
426. Цюкало П. Безбожные ценности убежденных верующих / П. Цюкало. – Одесса : Христианское просвещение, 2008. – 240 с.
427. Цюкало П. Матерь всех свобод / П. Цюкало // IN VICTORY. – 2008. – № 10. – С. 28–29.
428. Цюкало П. Непопулярные мысли о войне. Кто желает быть свободным, должен уметь воевать? / П. Цюкало // IN VICTORY. – 2008. – № 8. – С. 8–10.
429. Чавага К. Засоби масової інформації, їх вплив на формування світогляду молоді / К. Чавага // Церква. Молодь. Суспільство. Міжнародний конгрес (Львів, 20–22 листопада 2002 р.). – Львів, 2002. – С. 135–144.
430. Чего не делают счастливые люди? // Флешка. – 2009. – № 5.
431. Черенков М. Європейська реформація та український євангельський протестантизм: генетико-типологічна спорідненість і національно-ідентифікаційні виміри сучасності / М. Черенков. – Одеса : Християнська просвіта, 2008. – 566 с.

432. Черенков М. Євангельське християнство як релігійний та соціальний феномен у постмодерному дискурсі / М. Черенков // Релігійна свобода. – 2008. – № 13. – С. 264–269.
433. Черенков М. Культура впливального меньшинства / М. Черенков. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2010. – 204 с.
434. Черенков М. Лицом к лицу. Євангельська віра в сучасній культурі / М. Черенков. – Одеса : Християнське просвіщення, 2008. – 128 с.
435. Черенков М. Перспектива розвитку євангельського протестантизму в українському соціумі / М. Черенков // Україна релігійна. Кн. 2. Прогнози релігійного життя України. – К., 2008. – С. 215–229.
436. Черенков М. Християнська інтелігенція сьогодні / М. Черенков // Мирт. – 2009. – № 2.
437. Чистяков Д. Я просто прицелюсь / Д. Чистяков // Мирт. – 2003. – № 4.
438. Читатель – о газете // Мирт. – 2006. – № 5.
439. Что такое Околокино.net – пара слов от автора сайта [Электронный ресурс] // Вокруг да около кино. – Режим доступа : <http://okolokino.net/?q=node/6>.
440. Чубай У. Проблема творення національної церкви на сторінках кам'янець-подільського часопису «Наш шлях» (1919–1920 рр.) / У. Чубай // Українська періодика: історія і сучасність : доп. та повідомл. дев'ятої Всеукр. наук.-теорет. конф., 28–29 жовтня 2005 р., Львів / НАН України. ЛНБ ім. В. Стефаніка. НДЦ періодики / за ред. М. М. Романюка. – Львів, 2005. – С. 281–286.
441. Чудеса благодати. – Заокський : Источник жизни, 2007. – 384 с.
442. Шарий А. Почему спит ребенок / А. Шарий [Электронный ресурс] // Журнал современной женщины myJane. – Режим доступа : <http://www.myjane.ru/articles/text/?id=2088>.
443. Шарий А. Страна, не познавшая Бруно / Анатолий Шарий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://from-ua.com.ua/kio/bc75fdf016079.html>.
444. Шаронов Д. О коммуникативном смысле медиатизации / Д. Шаронов // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 234–239.
445. Шау П. Образование – провал или успех? / П. Шау // Богословские размышления. – 2006. – № 7. – С. 61–83.

446. Шевелевы В. и О. Евангельская весть на волнах радио / В. и О. Шевелевы // Вестник христианского служения. – 1997. – № 1. – С. 4–7.

447. Шейхо К. Преса Сирії / К. Шейхо. – Львів : ПАІС, 2008. – 192 с.

448. Шинаровська О. «Rzeczpospolita» і «Gazeta Wyborcza» про Україну в контексті візиту папи Івана Павла II / О. Шинаровська // Українська періодика: історія та сучасність : Доп. і повідомл. сьомої Всеукр. наук.-теор. конф. Львів, 24–26 жовтня 2002 р. / НАН України, ЛНБ ім. В. Стефаника, НДЦ періодики; За ред. М. Романюка. – Львів, 2002. – С. 370–372.

449. Школьна О. Мета і функції провінційної релігійної періодики кінця ХІХ – початку ХХ ст. (на прикладі видань Катеринославської губернії 1872–1917 рр.) / О. Школьна // Українська періодика: історія і сучасність : доп. та повід. шостої Всеукр. наук.-теорет. конф., 11–13 травня 2000 р., Львів / за ред. М. М. Романюка. – Львів, 2000. – С. 400–403.

450. Шудрик И., Щедрин А. Богословско-философский журнал «Вера и Разум» : возвращение из забвения / И. Шудрик, А. Щедрин // Вера и Разум. – 2000. – № 1. – С. 87–89.

451. Шудрик И., Щедрин А. О богословско-философском журнале «Вера и Разум» / И. Шудрик, А. Щедрин // Вопросы философии. – 2004. – № 10. – С. 182–190.

452. Шумихин А. Экстремальная евангелизация через интернет-рулетку / А. Шумихин [Электронный ресурс] // Интернет-газета «Путь». – Режим доступа : <http://www.asd.in.ua/archives/1188297795> [21.04.10].

453. Эйбанс Р. Гарри Поттер и Библия / Р. Эйбанс. – Кременчуг : Христианская Заря, 2002. – 236 с.

454. Эффективность богословского образования в Украине : исследовательский проект // Богословские размышления. – 2006. – № 7. – С. 149–177.

455. Юнак Д. История церкви христиан Адвентистов Седьмого дня в России. В 2 т. / Д. Юнак. – Заокский : Источник жизни, 2002.

456. Юраш А. Українська церква у контексті сучасних політичних конфліктів та комунікативних процесів (історико-політичний аспект) / А. Юраш : дис. канд. політол. наук – 23.00.01. – Львів, 1996. – 256 с.

457. Юраш А. «Православна складова» електорального процесу в Україні: медіальний дискурс / А. Юраш // Медіакритика. – 2005. – Ч. 8. – С.45–51.

458. Яблоновская Н. Журнал «Известия караимского духовного правления» (1917–1919) в контексте караимской прессы начала XX века / Н. Яблоновская // Культура народов Причерноморья. – 2004. – № 56. – С. 37–41.

459. Яблоновская Н. Журнал еврейской учащейся молодежи «Молодая Иудея» (Ялта, 1906 г.) / Н. Яблоновская // Вісник Дніпропетровського університету. Серія Літературознавство. Журналістика. – 2005. – № 4. – С. 11–15.

460. Яблоновська Н. Журнал «Муśl karaïmska»: висвітлення життя караїмської громади Криму / Н. Яблоновська // Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору: Збірник наукових праць / Національний університет «Києво-Могилянська академія», Галицький інститут імені В'ячеслава Чорновола. – Тернопіль-Львів : ЛА «Піраміда», 2008. – Т. 2. – С. 315–321.

461. Яблоновська Н. Етнічна преса Криму: Історія та сучасність / Н. Яблоновська. – Сімферополь, 2006. – 312 с.

462. Яблоновська Н. Кримська журналістика: етнічні аспекти / Н. Яблоновська. – Сімферополь, 2008. – 290 с.

463. Ядвичук Т. Інтернет – альтернатива или реальность / Т. Ядвичук // Матеріали II Всеукраїнської міжконфесійної християнської науково-практичної конференції «Формування основ християнської моралі в процесі духовного відродження нації» [14–15 січня 2010 р., Кам'янець-Подільський]. – Кам'янець-Подільський : ПП Буйницький О.А., 2009. – С. 193–196.

464. Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ. – М. : Центр «Панорама», 2002. – 200 с.

465. Як перемогти порнографію // Рибка. – 2010. – № 7. – С. 6–7.

466. «Якщо в Інтернеті зареєстровано мільйони українців, то є рівно стільки шансів розказати їм про Бога» [Електронний документ] // Релігійно-інформаційна служба України. – Режим доступу : [http://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/comments/38995/](http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/comments/38995/) [16.11.10].

467. Яроцький П. Стан пізньопротестантських конфесій / П. Яроцький // Україна релігійна. Колективна монографія. Книга перша : стан релігійного життя України. – К., 2008. – С. 302–330.
468. Яроцький П., Решетніков Ю. Інституалізація протестантизму як вихід у світ / П. Яроцький, Ю. Решетніков // Християнство доби постмодерну. Колективна монографія. – К., 2005. – С. 238–261.
469. Яцишин В. Роль і значення «доброї преси» для проведення Католицької акції (30-і рр. ХХ ст.) / В. Яцишин // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – 2004. – Вип. 12. – С. 203–220.
470. Apter E. The translation zone: a new comparative literature / E. Apter. – Princeton University Press, 2006. – 298 pp.
471. Asamoah-Gyadu K. Anointing through the screen: neo-Pentecostalism and televised Christianity in Ghana / K. Asamoah-Gyadu // Studies in world Christianity. – 2005. – Vol. 11.1. – Pp. 9–28.
472. Ascher W., Hirschfelder-Ascher B. Revitalizing political psychology: the legacy of Harold D. Lasswell / W. Ascher, B. Hirschfelder-Ascher. – Routledge, 2005. – 197 pp.
473. Bachman J. The Church in the world of radio-television / J. Bachman. – New York : Association Press, 1960. – 191 pp.
474. Baran S., Davis D. Mass communication theory: foundations, ferment, and future / S. Baran, D. Davis. – Cengage Learning, 2008. – 373 pp.
475. Beardsley M. HCJB Euro-Asia training directors report. Donetsk Christian University Project 1995 / M. Beardsley. – January 1996. – 11 pp.
476. Bisagno J. How to build an evangelistic church / J. Bisagno. – Nashville, Tennessee : Broadman Press, 1971. – 160 pp.
477. Bluck J. Christian communication reconsidered / J. Bluck. – Geneva : WCC Publications, 1989. – 75 pp.
478. Boswell B. Liturgy and Revolution Part I: Georgian Baptists and the non-violent struggle for democracy / B. Boswell // Religion in Eastern Europe. – Vol. XXVII, No. 1. – 2007. – Pp. 48–71.
479. Boswell B. Liturgy and revolution PART II: Radical Christianity, radical democracy, and revolution in Georgia / B. Boswell // Religion in Eastern Europe. – Vol. XXVII, No. 3. – 2007. – Pp. 15–31.
480. Bourdeaux M. Religious ferment in Russia: Protestant opposition to Soviet religious policy / M. Bourdeaux. – London; New York : Macmillan; St. Martin's Press, 1968. – 255 pp.

481. Bradshaw B. Bridging the gap. Innovations in missions / B. Bradshaw. – Monrovia, California : MARC, 1993. – 183 pp.
482. Bradshaw R. Cross-cultural communication / R. Bradshaw. – Kiev : Ukrainian Evangelical Theological Seminary, 2000. – 32 p.
483. Briner B. Roaring lambs. A gentle plan to radically change your world / B. Briner. – Grand Rapids, Michigan : Zondervan Publishing House, 1993. – 187 pp.
484. Campbell P. Analysing performance / P. Campbell. – Manchester University Press, 1996. – 307 pp.
485. Capelleveen J. Evangelism and communication / J. Capelleveen // One race, one Gospel, one task. World congress on evangelism. Berlin 1966. Official reference volumes : papers and reports. Vol. 1. Ed. by Carl F.H. Henry and W. Stanley Mooneyham. – Minneapolis, Minnesota : World Wide Publications, 1967. – Pp. 301–304.
486. Carr W. Ministry and the media / W. Carr. – London : SPCK, 1990. – 156 pp.
487. Christian literature in the mission world. Progress report. Prepared under the direction of Dr. Ralph E. Diffendorfer. – New York : International Missionary Council, 1946. – 85 pp.
488. Christian publishing: the Glasnost era and future prospects // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 8, No. 2. – 2000. – Pp. 3–5.
489. Clark L. Sustaining the mystery, developing cross-religious understandings: Religion, philosophy, and convergence culture online in ABC's "Lost". Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Montreal, Quebec, Canada. 37 p. / L. Clark [Electronic resource] // All Academic Inc. – Access mode : [http://www.allacademic.com/meta/p234509\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p234509_index.html) [23.05.09].
490. Cole D. Christian perspectives on controversial issues / D. Cole. – Chicago : Moody Press, 1982. – 124 pp.
491. Colson Ch. with Pearcey N. A dance with deception. Revealing the truth behind the headlines / Ch. Colson with N. Pearcey. – Word Publishing, 1993. – 286 pp.
492. Colson Ch. with Vaughn E. The God of stones and spiders. Letters to a Church in exile / Ch. Colson with E. Vaughn. – Wheaton, Illinois : Crossway Books, 1990. – 221 pp.
493. Confident witness – changing world. Rediscovering the Gospel in North America. Ed. by C. Gelder. – William B. Eerdmans Publishing Company, 1999. – 313 pp.

494. Conradie S. Christian community computer centers (C4s) : transforming communities through information sharing and technology / S. Conradie // Transformation. – 2007. – 24/2. – Pp. 102–109.

495. Cook H. Missionary life and work. A discussion of principles and practices of missions / H. Cook. – Chicago : Moody Press, 1959. – 382 pp.

496. Craft Ch. Anthropology for Christian witness / Ch. Craft. – Maryknoll, New York : Orbis Books, 1996. – 493 pp.

497. Craft Ch. Communication theory for Christian witness / Ch. Craft. – Maryknoll, New York : Orbis Books, 1995. – 180 pp.

498. Crouch A. Culture making. Recovering our creative calling / A. Crouch. – Downers Grove, Illinois : IVP Books, 2008. – 284 pp.

499. Daily Telegraph: христианские организации пытаются перевоспитать изнеженных мужчин в военных лагерях [Электронный документ]. – Режим доступа : <http://www.newsru.com/world/24jan2005/camping.html> [24.01.05].

500. Detamore F. Evangelistic methods step by step / F. Detamore. – College Press, 1957. – 209 pp.

501. Durasoff S. Pentecost behind the Iron Curtain / S. Durasoff. – Logos International, 1972. – 128 pp.

502. Durasoff S. The Russian Protestants: Evangelicals in the Soviet Union, 1944–1964 / S. Durasoff. – Rutherford: Fairleigh Dickinson University Press, 1969. – 291 pp.

503. Elliott M. Is self-sustaining Protestant publishing possible? / M. Elliott // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 8, No. 2. – 2000. – Pp. 15–16.

504. Elliott M. The prospects for religious liberty in Russia and how Western missions can enhance them / M. Elliott // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 1, No. 4. – 1993. – P. 16.

505. Elliott M. Truth in advertising / M. Elliott // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 3, No. 3. – 1995. – P. 16.

506. Elliott M. Cinema, contextualization and «redemptive analogies» / M. Elliott // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 9, No. 1. – 2001. – Pp. 8–10.

507. Ellison Chr. and Levin J. The Religion-Health Connection: Evidence, Theory, and Future Directions / Ch. Ellison and J. Levin // Health, Education & Behavior. – 1998. – No 25. – P. 700–720.

508. Ellul J. The presence of the Kingdom / J. Ellul. – New York : The Seabury Press, 1967. – 153 pp.



509. Ellul J. The technological bluff / J. Ellul. – Grand Rapids, Michigan : William B. Eerdmans Publishing House, 1990. – 412 pp.

510. Engel J. and Norton W. What's gone wrong with the harvest? A communication strategy for the Church and world evangelism / J. Engel & W. Norton. – Grand Rapids, Michigan : Zondervan Publishing House, 1980. – 162 pp.

511. Enns A. Mediality and mourning in Stanislaw Lem's *Solaris* and *His Master's Voice* / A. Enns // Science Fiction Studies. – 2001. – No 86. – Vol. 29. – Part 1.

512. Evangelism in the twenty-first century. The critical issues. Thom S. Rainer, ed. Twenty-one contributors writing in honor of Lewis A. Drummond. – Wheaton, Illinois : Harold Shaw Publishers, 1989. – 227 pp.

513. Everyday theology. How to read cultural texts and interpret trends. Ed. by K. Vanhoozer, Ch. Anderson, M. Sleasman. – Grand Rapids, Michigan : Baker Academic, 2007. – 287 pp.

514. Faith and pop culture. Current issues. Bible study series. – Christianity Today International, Thomas Nelson, 2008. – 125 pp.

515. Faith Online. 64 % of wired Americans have used the Internet for spiritual or religious purposes / S. Hoover, L. Clark, L. Rainie. – Pew Internet & American Life project, 2004. – 22 pp.

516. Ferraiuolo P. Disney and the Bible. A Scriptural critique of the Magic Kingdom / P. Ferraiuolo. – Camp Hill, Pennsylvania : Horizon Books, 1996. – 156 pp.

517. Fife E., Glasser A. Missions in crisis / E. Fife, A. Glasser. – Chicago : Inter-Varsity Press, 1961. – 269 pp.

518. Footprints of God. A narrative theology of mission. Editors Ch. Engen, N. Thomas and R. Gallagher. – Monrovia, California : MARC, 1999. – 235 pp.

519. Gibbins J., Reimer B. The politics of postmodernity. An introduction to contemporary politics and culture / J. Gibbins, Bo Reimer. – Thousand Oaks, London, New Delhi : SAGE, 1999. – 204 pp.

520. God and culture. Essays in honor of C. Henry. Ed. by D. Carson and J. Woodbridge. – Grand Rapids, Michigan : William B. Eerdmans Publishing Company, Carlisle : The Paternoster Press, 1993. – 342 pp.

521. Goudzwaard B. Idols of our time / B. Goudzwaard. – Downers Grove, Illinois : Inter-Varsity Press, 1981. – 115 pp.

522. Guinness Os. The dust of death. A critique of the establishment and the counter culture – and a proposal for a third way / Os Guinness. – Downers Grove, Illinois : Inter-Varsity Press, 1973. – 419 pp.

523. Hackett R. Religion and the Internet / R. Hackett // Diogenes. – 2006. – No 53. – Pp. 67–76.

524. Harral S. Handbook of effective church letters / S. Harral. – Abingdon Press, 1965. – 208 pp.

525. Henrich D. Internet evangelism in the 21st century / D. Henrich. – Handclasp International, 2007. – 267 p.

526. Henry C. Faith at the frontiers / C. Henry. – Chicago : Moody Press, 1969. – 204 pp.

527. Hepp A., Krönert V. Religious media events: the Catholic “World Youth Day” as an example of the mediatization and individualization of religion / A. Hepp, V. Krönert. To be published in : Couldry, Nick/ Hepp, Andreas/ Krotz, Friedrich (Ed.) : Media Events in a Global Age. London u.a. : Routledge, forthcoming in 10/2009. – Pp. 473–501.

528. Hesselgrave D. Communicating Christ cross-culturally. An introduction to missionary communication / D. Hesselgrave. – Grand Rapids, Michigan : Zondervan Publishing House, 1991. – 672 pp.

529. Hesselgrave D. Planting churches cross-culturally. A guide for home and foreign missions / D. Hesselgrave. – Grand Rapids, Michigan : Baker Book House, 1995. – 462 pp.

530. Hjarvard S. The mediatization of religion. A theory of the media as agents of religious change / S. Hjarvard // Northern Lights. – 2008. – Vol. 6. – Pp. 9–26.

531. Hjarvard S. The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change / S. Hjarvard // Nordicom Review. – 2008. – No 2 (29). – Pp. 105–134.

532. Holt Ch., Lewellyn L. and Rathweg M. Exploring Religion-Health Mediators among African American Parishioners / Ch. Holt, L. Lewellyn and M. Rathweg // Journal of Health Psychology. – 2005. – No 10. – Pp. 511–527.

533. Hoover S. Media and religion / S. Hoover. A white paper from The Center for Media, Religion, and Culture. – Boulder : University of Colorado, 2008. – 20 p.

534. Hoover S., Lundby K. Rethinking media, religion, and culture / S. Hoover, K. Lundby. – Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE, 1997. – 332 p.

535. Hybels B. Christians in the marketplace / B. Hybels. – Victor Books, A Division of Scripture Press Publications, Inc., 1992. – 144 pp.

536. Jacob P. and Elliott M. Superbook to the rescue: Christian animation on Soviet television / P. Jacob and M. Elliott // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 14, No. 2. – 2006. – Pp. 1–2.

537. Jacobs A. A visit to vanity fair. Moral essays on the present age / A. Jacobs. – Grand Rapids, Michigan : Brazos Press, 2001. – 173 pp.

538. Jardine M. The making and unmaking of technological society. How Christianity can save Modernity from itself / M. Jardine. – Grand Rapids, Michigan : Brazos Press, 2004. – 304 pp.

539. Jenson R. with MacDonald C. Together we can deal with life in the 80's / R. Jenson with Ch. MacDonald. – San Bernardino, California : Here's Life Publishers, Inc., 1982. – 186 pp.

540. Kane H. Life and work on the mission field / H. Kane. – Grand Rapids, Michigan : Baker Book House, 1992. – 366 pp.

541. Kłaczek J. Czasopiśmiennictwo protestanckie w Polsce w latach 1918–1939 / J. Kłaczek. – Toruń : Dom Wydawniczy Duet, 2003. – 464 s.

542. Knowles G. How to help your church grow / G. Knowles. – Washington, District Columbia : Review and Herald Publishing Association, 1981. – 172 pp.

543. Kraft M. Worldview and the communication of the Gospel / M. Kraft. – South Pasadena, California : William Carey Library, 1978. – 220 pp.

544. Kušnierik J. Evangelicals in Central Europe. Case study from Slovakia. A survey and analysis of what issues Evangelicals face, what they believe and prospects for the future. A CityGate field study / J. Kušnierik. Edited by M. Moyle. – Bratislava : Združenie CityGate, 1997. – 54 pp.

545. Lasswell H. The theory of political propaganda / H. Lasswell // The American Political Science Review. – Vol. 21, No 3. – 1927. – Pp. 627–631.

546. Lesch G. Creative Christian communication / G. Lesch. – Nashville, Tennessee : Broadman Press, 1965. – 128 pp.

547. Lindsell H. Missionary principles and practices / H. Lindsell. – Fleming H. Revell Company, 1955. – 384 pp.

548. Linnell G. «Applauding the good and condemning the bad»: *The Christian Herald* and varieties of Protestant response to Hollywood in the

1950s. / G. Linnell // *Journal of Religion and Popular Culture*. – Vol. 12. – 2006.

549. Livingstone S. On the mediation of everything : ICA presidential address 2008 / S. Livingstone // *Journal of Communication*. – 2009. – No 59. – Pp. 1–18.

550. Mason D. and K. How to get the best out of TV before it gets the best of you / D. and K. Mason. – Nashville, Tennessee : Broadman and Holman Publishers, 1996. – 256 pp.

551. McLuhan M., Fiore Q. The medium is the message: An inventory of effects / M. McLuhan and Q. Fiore. – New York, London, Toronto : Bantam books, 1967. – 159 p.

552. McNeill J. The Church and Western ministry: what Russian Christians think / J. McNeill // *East-West Church & Ministry Report*. – Vol. 2, No. 3. – 1994. – P. 1.

553. Meier D. Journalistic perception of Church as a topic of Christian communication / D. Meier. – Презентація доповіді на Міжнародній науковій конференції «Релігія і медіа» (Москва, 13–15 травня 2010 р.).

554. Mendels D. The media revolution of early Christianity: an essay on Eusebius's «Ecclesiastical history» / D. Mendels. – Grand Rapids ; Cambridge : W.B. Eerdmans Publ. Co., 1999. – 270 pp.

555. Metzger P. Caring for the carmccorder culture / Paul Metzger // *Caring for the harvest force in the new millennium*. Tom A. Steffen, F. Douglas P. Pennoyer, eds. – Pasadena, California : William Carey Library, 2001. – Pp. 69–88.

556. Meyer B. «Praise the Lord»: Popular cinema and pentecostalite style in Ghana's new public sphere / B. Meyer // *American Ethnologist*. – 2004. – Vol. 31, No 1. – Pp. 92–110.

557. Mission of an evangelist. – Minneapolis, MN : World Wide Publications, 2001. – 480 pp.

558. Morse R. Linguistics in missions / R. Morse // *Realism in missions*. A.D. Hammond, ed. – San Jose, California : Christian Missions Today, 1972. – Pp. 133–140.

559. Moyle M. et al. Post-Soviet Christian publishing: aiming for self-sufficiency / M. Moyle, G. Davey, and B. Milne // *East-West Church & Ministry Report*. – Vol. 5, No. 4. – 1997. – Pp. 1–3.

560. Muggeridge M. Christ and the media / M. Muggeridge. – Vancouver : Regent College Publishing, 2003. – 128 pp.

561. Mumper S. Christian magazine publishing in the former Soviet Union / Sh. Mumper // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 12, No. 4. – 2004. – Pp. 9–10.

562. Mumper S. Publishing without perishing / Sh. Mumper // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 5, No. 3. – 1997. – Pp. 10–11.

563. Nida E. Message and mission. The communication of the Christian faith / E. Nida. – Pasadena, California : William Carey Library, 1960. – 248 pp.

564. North G. Backward, Christian soldiers? An action manual for Christian reconstruction / G. North. – Tyler, Texas : Institute for Christian Economics, 1984. – 294 pp.

565. Olasky M. Telling the truth. How to revitalize Christian journalism / M. Olasky. – Wheaton, Illinois : Crossway Books, 1996. – 303 pp.

566. Olson G. What in the world is God doing? The essentials of global missions : an introductory guide / G. Olson. – Cedar Knolls, New Jersey : Global Gospel Publishers, 1998. – 376 pp.

567. Owens V. The total image or Selling Jesus in the modern age / V. Owens. – Grand Rapids, Michigan : Zondervan Publ., 1980. – 97 pp.

568. Pahl J. Shopping malls and other sacred spaces. Putting God in place / J. Pahl. – Grand Rapids, Michigan : Brazos Press, 2003. – 288 pp.

569. Petersen J. Living proof / J. Petersen. – Colorado Springs, Colorado : Navpress, 1989. – 251 pp.

570. Pirolo N. Serving as senders / N. Pirolo. – Mesa, Arizona : Frontiers, 1991. – 173 pp.

571. Plude F. How communication studies can help us to bridge the gap in our theology metaphors / F. Plude // New Theology Review. – 1995. – Vol. 8, No. 4.

572. Pocock M. et al. The changing face of world missions. Engaging contemporary issues and trends / M. Pocock, G. Rheenen, D. McConnell. – Grand Rapids, Michigan : Baker Academic, 2006. – 389 pp.

573. Popov A. The Evangelical Christians-Baptists in the Soviet Union as a hermeneutical community: examining the identity of the All-Union Council of the ECB (AUCECB) through the way the Bible was used in its publications / A. Popov. Thesis for the degree of Doctor of Philosophy. University of Wales. – Prague : International Baptist Theological Seminary, 2010. – 360 pp.

574. Postman N. Amusing ourselves to death. Public discourse in the age of show business / N. Postman. – Penguin Books, 1986. – 184 pp.

575. Powell D. The Name above all names: redeeming Jehovah from the hip-hop's grip / D. Powell // Ministry. – 2009. – January. – Pp. 13–15.

576. Powell P. Pornography: the journey to healing / P. Powell // Ministry. – 2004. – March. – Pp. 23–25.

577. PR для церквей и религиозных организаций [Электронный ресурс]: Видео-семинары. – 120 min / 4,7 Gb. – К.: Ассоциация журналистов, издателей и вещателей христиан «Новомедиа», 2008. – 10 электрон. опт. дисків (DVD): 12 см. – Систем. вимоги: Pentium; 32 Mb RAM; Windows 1995, 98, 2000, XP. – Назва з контейнера.

578. PR сект и современный антисектантский PR [Электронный документ] // Международный пресс-клуб. – Режим доступа: [www.pressclub.host.ru//PR\\_Lib/PRsect.doc](http://www.pressclub.host.ru//PR_Lib/PRsect.doc)

579. Re-thinking missions. A laymen's inquiry after one hundred years by the Commission of Appraisal, William Ernest Hocking, chairman. – New York and London: Harper and Brothers Publishers, 1932. – 349 pp.

580. Rheenen G. Missions: biblical foundations and contemporary strategies / G. Rheenen. – Grand Rapids, Michigan: Zondervan Publishing House, 1996. – 251 pp.

581. Satelmajer N. and Hucks W. Reaching the world one person at a time: an interview with the leaders of Adventist World Radio / N. Satelmajer and W. Hucks // Ministry. – 2008. – January. – Pp. 14–17.

582. Sawatsky W. After the glasnost revolution: Soviet Evangelicals and Western missions / W. Sawatsky // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 1, No. 2. – 1993. – P. 8.

583. Sawatsky W. Soviet Evangelicals since World War II / W. Sawatsky. – Scottdale, Pennsylvania: Herald Press, 1981. – 528 pp.

584. Schramm W. Big Media, Little Media: tools and technologies for instruction / W. Schramm. – Beverly Hills, Calif.: Sage, 1977. – 296 p.

585. Schramm W. The process and effects of mass communication / W. Schramm. – Urbana: University of Illinois Press, 1971. – 997 p.

586. Schuurman E. Perspectives on technology and culture / E. Schuurman. – Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys, 1995. – 164 pp.

587. Seale C. Cancer in the news: religious themes in news stories about people with cancer / C. Seale // Health. – 2001. – No 5. – P. 425–440.

588. Seventh-day Adventist Church manual. 17th edition. – Hagerstown, Maryland : Review and Herald Publishing Association, 2005. – 282 pp.
589. Shaeffer F. A time for anger. The myth of neutrality / F. Shaeffer. – Westchester, Illinois : Crossway Books, 1982. – 206 pp.
590. Shaeffer F. How should we then live? The rise and decline of Western thought and culture / F. Schaeffer. – Old Tappan, New Jersey : Fleming H. Revell Company, 1976. – 288 pp.
591. Smith D. Creating understanding. A handbook for Christian communication across cultural landscapes / D. Smith. – Grand Rapids, Michigan : Zondervan Publishing House, 1992. – 382 pp.
592. Snyder H. The problem of wine skins. Church structure in a technological age / H. Snyder. – Downers Grove, Illinois : Inter-Varsity Press, 1976. – 214 pp.
593. Søgaaard V. Research in Church and mission / V. Søgaaard. – Pasadena, California : William Carey Library, 1996. – 256 pp.
594. Soukup P. Media and religion / P. Soukup // Communication Research Trends. – 2002. – Vol. 21, No. 2. – Pp. 3–30.
595. Stetzer Ed. Planting new churches in a postmodern age / Ed Stetzer. – Nashville, Tennessee : Broadman & Holman Publishers, 2003. – 365 pp.
596. Stryjek T. Czasopisma religijne i narodowe w greckokatolickiej diecezji Przemyskiej w XIX i XX wieku / T. Stryjek // Polska – Ukraina. 1000 lat sąsiedstwa. – Przemyśl: Połudnowo-Wschodni Instytut Naukowy w Przemyślu, 1996. – Str. 177–190.
597. Sweazey G. Effective evangelism: the greatest work in the world / G. Sweazey. – Harper & Row, Publishers, 1953. – 288 pp.
598. Thomas C. Book burning / C. Thomas. – Westchester, Illinois : Crossway Books, 1983. – 158 pp.
599. Thompson J. The media and modernity: A social theory of the media / J. Thompson. – Stanford University Press, 1995. – 314 p.
600. Towns E. Evangelism and church growth / E. Towns. – Ventura, California : Regal Books, 1995. – 427 pp.
601. Understanding evangelical media: the changing face of Christian communication. Quentin J. Schultze and Robert H. Woods Jr., editors. – InterVarsity Press, 2008. – 347 pp.
602. Vatulya D. Christian mass media in Russia: under state assault / D. Vatulya // East-West Church & Ministry Report. – Vol. 15, No. 1. – 2007. – P. 16.

603. Wallace J. and Forman T. Religion's role in promoting health and reducing risk among American youth / J. Wallace, T. Forman // *Health, Education & Behavior*. – 1998. – No 25. – P. 721–741.

604. Wanner C. Advocating new moralities: conversion to evangelicalism in Ukraine / C. Wanner // *Religion, State and Society*. – 2003. – Vol. 31, No. 3. – Pp. 273–287.

605. White R. The media, culture, and religion perspective: discovering a theory and methodology for studying media and religion / R. White // *Communication Research Trends*. – 2007. – March.

606. Wildmon D. with Nulton R. The man the networks love to hate / D. Wildmon with R. Nulton. – Wilmore : Bristol Books, 1989. – 223 pp.

607. Wiszka E. Prasa emigracji ukraińskiej w Polsce, 1920-1939 / E. Wiszka. – Toruń : Wydział Nauk Historycznych Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu, 2001. – 364 str.

608. Wolf W. The relevance of mediality and intermediality to academic studies of English literature / W. Wolf // *Mediality/Intermediality*. *Swiss Papers in English Language and Literature*, Ed. by Martin Heusser, Andreas Fischer, Andreas H. Jucker. – 2008. – Vol. 21. – Pp. 15–45.

609. Woolsey R. Evangelism handbook / R. Woolsey. – Washington, District Columbia : Review and Herald Publishing Association, 1972. – 320 p.

610. Yelensky V. Religiosity in Ukraine according to sociological surveys / V. Yelensky // *Religion, State and Society*. – Vol. 38, Issue 3. – 2010. – Pp. 213–227.

611. Zhuk S. Russia's lost Reformation. Peasants, millennialism, and radical sects in Southern Russia and Ukraine, 1830–1917 / S. Zhuk. – Washington : Woodrow Wilson Center Press – Baltimore and London : The John Hopkins University Press, 2004. – 457 pp.

612. Zimmerman J. Whose America?: Culture wars in the public schools / J. Zimmerman. – Harvard University Press, 2002. – 307 p.



Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Наукове видання

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Харківське історико-філологічне товариство

**Балаклицький Максим Анатолійович**

**МЕДІАТИЗАЦІЯ ПРОТЕСТАНТИЗМУ В УКРАЇНІ  
1991–2011 РОКІВ**

**Монографія**

Дизайн обкладинки Алла Чопенко

В оформленні обкладинки використано малюнок Альбрехта Дюрера  
«Руки особи, яка молиться» (бл. 1508 р.)

Підписано до друку 10.06.2011. Формат 60x80/16  
Гарнітура “Таймс”. Умовн. друк. арк. 22,1  
Наклад 300 прим. Зам. № 74

Віддруковано в друкарні ТОВ “Цифра принт”  
на цифровому лазерному комплексі Xerox DocuTech 6135.  
Адреса: м. Харків, вул. Культури, 20-Б