

Тематичні аспекти релігійної проблематики в українських мас-медіа: проблема комунікативного впливу на аудиторію

Досліджується тематична палітра сучасних засобів масової інформації в аспекті висвітлення релігійної проблематики.
Ключові слова: мас-медіа церков і релігійних організацій, соціальні проблеми, суспільна думка, аудиторія ЗМІ.

The thematic palette of modern mass-medias is explored in the aspect of lighting religious problems.

Keywords: mass-media of churches and religious organizations, social problems, public opinion, audience of mass-media.

Проблематика функціонування церков, роль релігії у духовному житті суспільства, існування різних релігійних організацій у сучасній Україні відносно нова, особливо якщо її порівняти із традиційними для ЗМІ проблемами економіки, політики, мистецтва тощо. Проте можемо констатувати: у нашій державі спостерігається позитивна кількісна й якісна динаміка релігійної інформації, яка публікується у мас-медіа з 1991 до 2007 р., і повсякчас урізноманітнюється.

Таким чином, засоби масової комунікації не лише прагнуть задовольнити інтереси аудиторії до цієї сфери, а й самі формують певні запити, змушуючи читачів, слухачів, глядачів більше цікавитися духовним життям своїх співвітчизників як минулого, так і сьогодення.

Чималий масив релігійної інформації надає значний матеріал для дослідників, передусім для журналістикознавців, які мають змогу вивчати не лише публікації про функціонування церков та релігійних організацій, або феномени, пов'язані з релігією, а й вплив релігійної інформації на суспільну думку.

Проте все частіше публікації, які стосуються релігії, не обмежуються лише інформативністю, вони мають чітку комунікативну спрямованість, а отже, впливають на суспільні настрої, які, у свою чергу, формують суспільну думку.

Переважає більшість наукових праць, присвячених функціонуванню церков і релігійних організацій в Україні, а також і проблемам існування засобів масової інформації, які видаються ними, належить фахівцям з релігієзнавства, зокрема професору А. Колодному і представникам його школи [1; 2; 3; 4]. У журналі "Релігійна панорама", який видається зусиллями науковців відділу релігієзнавства Інституту філософії ім. Григорія Сковороди, часто проводиться моніторинг мас-медіа з релігійних проблем. Проте у сферу релігієзнавства як філософської науки не

входять суто журналістикознавчі аспекти, як-от: історія створення і функціонування певних груп видань й окремого засобу масової інформації, тематика й проблематика ЗМІ, жанрові, мовні, стилістичні особливості публікацій, завдання та функції мас-медіа зазначених груп, безпосередній вплив проблем, порушених у ЗМІ церков і релігійних організацій на суспільні настрої і суспільну думку, особливості інформації з релігійної тематики в суспільно-політичних і масових періодичних виданнях та багато інших аспектів. Частково ці проблеми висвітлюються у бюлетенях Релігійно-інформаційної служби України, яка функціонує при Українському католицькому університеті, але й там перевага надається лише певним конфесіям.

В останні роки були опубліковані журналістикознавчі дослідження, в яких релігійна проблематика висвітлюється в історичному ракурсі [5; 6].

Вважаємо за необхідне окреслити основні тематичні блоки в аспекті релігійної проблематики в мас-медіа України, визначити їх особливості та характерні риси, проаналізувати можливий вплив цієї інформації на формування суспільної думки.

Почнемо зі статистики, яка красномовно свідчить про роль релігії, а отже, і церков та релігійних організацій у нашій державі. Так, у доповіді Міжнародної організації релігійної свободи зазначено, що в Україні віруючими вважають себе 75,2 % громадян; 37,4 % громадян ходять у церкву (причому 90 % опитаних назвали себе християнами) і лише 21,9 % визнали, що не вірять у Бога [7].

На 1 січня 2005 р. в Україні було зареєстровано 29 699 релігійних громад і діяло понад 1000 незареєстрованих [7]. У нас немає даних про те, щоб за той невеликий проміжок часу, який минув з дати оприлюднення цих цифр, щось докорінно змінилось б у цій сфері, тому й візьмемо ці дані як вихідні для нашого дослідження. Таким чином, можемо зробити висновок, що більшість громадян нашої держави ак-

тивно задіяні в релігійному житті або ж виявляють небайдуже (позитивне) ставлення до релігії.

Цю думку можна обґрунтувати висловами філософів-релігієзнавців, які вони виголошували під час проведення засідання "круглого столу", організованого Релігійно-інформаційною службою України з нагоди 15-ої річниці незалежності України. Захід проходив 30 серпня 2006 р. у Відділенні релігієзнавства Інституту філософії НАН України [8].

Професор Л. Філіпович зазначила: "За ці 15 років в релігійній сфері України... відбулася реабілітація релігії в суспільній та індивідуальній свідомості, що привело до кардинальної зміни у світогляді багатьох людей. Релігія вийшла із підпілля, вона визнана реальністю, можливістю, перспективою. Релігія поступово завойовує духовний і моральний авторитет. Релігійна сфера надзвичайно урізноманітнілася, вона зміцнилася, інституалізувалася і конфесіоналізувалася. Змінилася кількість віруючих, хоча підкреслити, — практикуючих віруючих, храмів, священників, церков і тих віруючих, які перебувають в рамках церковних організацій; релігійних видавництв, видань, літератури. З'явилися, відродилися і соціалізувалися підпільні і нові для України релігії" [8].

Про роль і місце церков та релігійних організацій у суспільному житті держави говорив професор О. Саган: наголосив на позитивному факті, який він бачить в активному прилученні всіх конфесій і релігійних організацій до соціальної роботи. "Держава на сьогодні має величезну підтримку від ряду Церков, перш за все протестантського напряму в роботі з інвалідами, дітьми, з нездоленими", — відзначив О. Саган [8].

За даними авторитетної соціологічної служби Центру Разумкова, рівень довіри до церкви серед наших громадян дуже великий. Опитування, проведене серед мешканців різних областей України, показало, що більше всього українці довіряють церкві, друге місце посідають засоби масової інформації, а ось рівень довіри політичним партіям складає всього 1,2 % опитаних, проте не довіряють їм — 32,8 %. Варто зазначити: за результатами, опитування церква є лідером довіри вже кілька останніх років [9]. Характерно, що показники довіри суспільства до політичних партій і політиків постійно зменшуються.

І тут спостерігається певний парадокс: діяльність і концептуальні засади суспільних інституцій, до яких такий високий рівень довіри громадян, як-то: церков і релігійних організацій, недостатньо висвітлюються у ЗМІ, а ось інформація про політику й політиків займає лідерські позиції майже в усіх мас-медіа.

Слід наголосити, що в міру театралізації і карнавалізації політичного життя України, збільшення масових акцій, де задіяна велика кількість людей, зростає і кількість політичних ток-шоу в ефірі, в

яких видовища заступили об'єктивну інформацію та аналітику. Але саме це, на думку журналістів, і має привабити широку аудиторію, яка, без сумніву, є в радіо та телебачення. Хоча про ставлення слухачів і глядачів до зростання кількості політичної інформації у ЗМІ красномовно свідчить те, що провідні телеканали України 13 квітня 2007 р. провели акцію "День без політиків" [10], яка, за визначенням журналістів, була схвально сприйнята аудиторією.

Проте вищезазначене — побіжне зауваження, оскільки не передбачає вивчення цього феномену. Воно лише ілюструє принцип "переверненої піраміди", на якому ґрунтуються концептуальні засади подання інформації у мас-медіа. Унаслідок цього моральні й світоглядні цінності кожної людини й суспільства в цілому за різних причин залишаються поза увагою журналістів, тоді як майже всі, навіть дуже незначні події з життя політичної та бізнесової еліти, а також гучні фрази, які виголошуються представниками з цього середовища, стають топ-новинами для всіх засобів масової інформації.

Інформація релігійного характеру, яка публікується в мас-медіа України, може бути поділена на дві великі частини. Перша — це відомості про концептуальні основи тієї чи тієї релігії, про віровчення, світоглядні засади та історію розвитку віри. Друга — інформація щодо функціонування церков і релігійних організацій, їх внутрішнє життя, благодійницька, суспільна, а іноді й політична діяльність тощо. (Необхідно зробити невелике уточнення: сама по собі релігійна інформація — назва певним чином умовна, оскільки, на нашу думку, будь-які відомості стосовно релігії мають передусім світоглядний характер, отже, впливають на свідомість споживача цих відомостей, формуючи його думки, а іноді й змінюючи ціннісні орієнтири. У принципі, це й є метою релігійних організацій і завданням мас-медіа, які виходять під егідою цих організацій. І будь-яка інформація, поширена їх прес-службами, має на меті певний вплив на аудиторію).

Необхідно зазначити, що статті з тематики першої групи переважно публікуються у газетах, журналах та інтернет-виданнях, що виходять під егідою церков і релігійних організацій. Ця періодика має сталу аудиторію, яка складається з прихильників конфесії або релігійної організації. Розповсюджуються друковані видання у церквах, будинках молитви, спеціалізованих крамницях серед тих, хто віддає перевагу тій чи тій релігійній організації. Редакції цих видань практично зовсім не подають реклами, маркетингова політика не проводиться, що, певно, не сприяє розповсюдженню релігійної періодики.

Таким чином, назвати масовою аудиторією цих видань не можна. Непопулярними більшість із них є й тому, що в цих часописах через різні причини не працюють фахові журналісти. Отже, рівень газет і

журналів залишається стабільно низьким. (Виняток становлять суспільно-релігійна газета "Наша віра", яка близька до автокефальної церкви, її редагує відомий український правозахисник і публіцист Євген Сверстюк, та кілька греко-католицьких часописів, зокрема "Арка" і "Мета").

Тому й релігійно-філософські й світоглядні застави віри, а також існування і функціонування церкви або релігійної організації стають надбанням вузького кола їх прихильників.

Протягом п'яти років нами проводився моніторинг мас-медіа України щодо релігійної тематики, і впродовж цього часу не було зафіксовано публікацій у масовій пресі, в яких би висвітлювались світоглядні основи будь-якої релігії. Ми лише констатуємо цей факт, пояснюючи його тим, що за Конституцією церква в Україні відокремлена від держави. Проте церква не існує поза суспільством і, на нашу думку, в будь-якому соціумі, громадянин якого виявляє інтерес до релігії, ЗМІ мали б його задовольняти.

Щодо другої групи інформації релігійної тематики, то тут спостерігається цікава, мозаїчна картина, яка складається із багатьох різнопланових аспектів.

В останні роки в українських мас-медіа спостерігається специфічний інтерес до проблем існування церков і релігійних організацій. І якщо до кінця 90-х рр. характер публікацій із цієї тематики був переважно інформативним або історично-просвітницьким, і переважно з'являлися вони напередодні великих релігійних свят або ж у зв'язку з кримінально-сенсаційними подіями (захоплення храмів тією чи тією православною конфесією, пограбування церковних приміщень, пожежі в старовинних церквах або ж висвітлення конфліктів на національно-релігійному підґрунті), то починаючи з 1998–1999 рр. і до сьогодні тематичний спектр релігійної інформації урізноманітнівся і став значно ширшим.

Пояснення цього можна знайти у вільному доступі мешканців України до богослужбової практики різних конфесій, розповсюдженні релігійної літератури, в тому числі й значному кількісному збільшенні церковно-конфесійної періодики та інтернет-видань, пропаганді християнських цінностей засобами кіно і телебачення (щорічний Міжнародний православний кінофестиваль "Спас", який вже вшосте відбувся в Києві, велика кількість історико-культурних теле- й радіопрограм, в яких ідеться про релігійні пам'ятки, проповідницькі передачі на різних телеканалах тощо).

Кількісному зростанню релігійної тематики в мас-медіа певною мірою сприяє своєрідна мода серед владної еліти і бізнес-середовища на публічне виявлення своєї релігійності.

Без сумніву, урізноманітненню тематичного спектра засобів масової інформації стосовно зазначеної проблематики сприяє активна церковно-конфесійна

діяльність і залучення представників церкви до суспільного життя і соціальної роботи. Викликають інтерес до себе церкви й релігійні організації також і в зв'язку зі своїми спробами впливати на політичне життя в державі.

Тому ми можемо визначити кілька напрямів публікацій із релігійної тематики в мас-медіа, які виникли в останні п'ять-шість років. Безперечно, чільне місце в інформаційному потоці посідають відомості про події, так чи інакше пов'язані з релігією і діяльністю церков: різноманітні хрестові походи політичного або соціального характеру; протести православних проти перенесення Греко-католицької митрополії зі Львова до Києва; конфлікти між представниками різних конфесій і релігій; скандальні історії, персонажами яких є представники церков; кримінальні вчинки, пов'язані з релігійними сектами; висвітлення актів вандалізму в християнських, мусульманських та іудейських культових спорудах і на цвинтарях тощо.

Другою за популярністю проблемою в мас-медіа з аналізованої тематики є питання створення єдиної Помісної церкви в Україні. Ця проблема реалізується в таких аспектах: подолання наслідків політичного розподілу православної церкви на Київський та Московський патріархати; декларована співдружність різних християнських конфесій (зокрема, церков Київського патріархату, греко-католицької і римо-католицької церков, автокефальної церкви, різних протестантських організацій тощо); проблеми екуменізму в Україні й світі; обговорення всього кола проблем, пов'язаних із цими питаннями.

У 2005–2007 рр. значно частіше в порівнянні з минулими роками стали публікуватися статті й телесюжети, в яких висвітлюється життя священників, ченців, монахинь, внутрішній устрій монастирів, благодійницька і просвітницька діяльність духівництва: їх робота у будинках для сиріт, дитячих притулках, лікарнях, в'язницях, будинках для людей похилого віку тощо.

Популярною для полеміки й дискусій у ЗМІ стала спроба Міністерства освіти і науки ввести в програму середніх загальноосвітніх шкіл навчальний курс "Християнська етика" (до обговорення цієї проблеми журналісти залучали не лише вчителів, священників, батьків школярів, а й учнів молодших класів).

Варто наголосити на ще одному моменті — публікації у мас-медіа виступів духовних лідерів церков та релігійних організацій. Вище ми згадували матеріали засідання "круглого столу", організованого релігійно-інформаційною службою України з нагоди 15-ої річниці незалежності України. Людмила Філіпович, професор відділу релігієзнавства Інституту філософії ім. Григорія Сковороди на цьому засіданні відзначила характерну рису нашого соціуму: "Особливий статус, мені здається, почали займати духовні

лідери — вони з'явилися в нашому релігійному колі, — які користуються неабияким авторитетом серед людей не тільки віруючих, але й невіруючих" [8]. У цьому контексті треба згадати розлогі інтерв'ю перших осіб православної церкви Київського і Московського патріархатів, греко-католицької церкви на шпальтах масової преси, а також інтерв'ю, які проводили журналісти "5 каналу" з представниками цих конфесій у Великодні свята 2007 р.

Ще один тематичний аспект можна окреслити як художньо-мистецький. Церкви різних конфесій і релігійні організації досить активно реагують на сучасне мистецтво, передусім на книжкову й кінопродукцію, а також на артефакти масової культури. Сприймаючи лише ідеологічне підґрунтя художніх творів і майже повністю ігноруючи їх естетичну значущість, духівництво дає оцінні настанови віруючим і суспільству щодо тих чи тих мистецьких творів (прикладом може слугувати полеміка в мас-медіа щодо книги і фільму "Код да Вінчі", "Сатанинських віршів" Салмана Рушді, кінофільмів "Страсті Христові", "Острів" та ін.). Журналісти долучають представників різних конфесій до відгуків та коментарів у ЗМІ щодо цих художніх явищ, що, без сумніву, надає публікаціям не лише глибини, а й дозволяє подивитися на явища художньої культури з різних, іноді несподіваних, позицій.

До цього ж тематичного аспекту можна віднести публікації, в яких порушуються проблеми збереження архітектурної і зображальної спадщини церковних споруд, реставрації ікон, фресок, мозаїк тощо.

Уже з цього стислого переліку тем можна зрозуміти, що проблеми церков і релігійних організацій не лише мають право на існування в ЗМІ, а й висвітлюються у великому тематичному діапазоні.

Водночас вважаємо, що потенціальні можливості релігійних організацій у справі служіння суспільству дуже великі, і журналісти могли б більш повно залучати світоглядні та духовні цінності та надбання різних релігій у висвітленні більшості соціальних проблем. Це не лише поглибить рівень публікацій ЗМІ й урізноманітнить тематику, а й привабить більшу частину віруючих, життя яких для мас-медіа залишається "terra incognita". Певно, що й вони не виявляють інтересу до газет, журналів, телебачення, інтернет-видань тощо, оскільки їх проблеми майже не висвітлюються в засобах масової інформації.

Наведемо приклад, який, на нашу думку, може ілюструвати неглибоке ставлення до соціально значущої теми. Разом із тим, вважаємо, висвітлення ставлення релігій, існуючих в Україні, до цієї проблеми було б доцільним. У статті "Суми — столиця суїцидів", опублікованій на шпальтах популярного видання "Газета по-киевски" наводиться статистика щодо самогубств у різних регіонах України. "Лідерами", згідно з цими сумними даними, є східні й

північні області, мінімум самогубств — у Тернопільській, Чернівецькій, Івано-Франківській та Львівській областях. Пояснення психолога, завідувача суїцидального центру м. Суми, цього факту таке: "В Західній Україні значно більше релігійних людей, ніж у нашому регіоні"[10].

Може, варто було б у контексті вищезгаданої газетної статті або інших публікацій із цієї тематики наголосити на тому, що християнство, іслам, іудаїзм вважають самогубство, як і вбивство, гріхом, і саме церкви та релігійні організації проводять велику роботу щодо запобігання актам суїциду? Тим самим мас-медіа долучились би до великої соціальної місії церков або хоча б висвітлили деякі її аспекти. Проте поодинокі публікації з цих проблем мають лише інформаційний характер із відтінком сенсаційності.

Не можна виключати соціальну значущість цих проблем. Справді, вони часто висвітлюються в масовій періодиці, на телебачення і радіо. Але знову ж таки характер подання суто інформативний (наприклад, майже всі сюжети програми "Магнолія-ТБ", випуски новин на ТБ та радіо, хроніки подій у пресі, інтернет-виданнях). У сутність зазначених проблем не заглиблюються, оскільки розглядають їх у контексті кримінальної хроніки, а не з позицій суспільної моралі, які в цьому випадку повністю збігаються із релігійними настановами.

Проблеми життя й смерті є ключовими у вищезазначених конфесіях, які мають найбільшу кількість прихильників серед мешканців України. Характерно, що в усіх без винятку виданнях, які виходять під егідою церков і релігійних організацій, ці проблеми реалізуються в такому тематичному діапазоні: насильницьке вбивство, самогубство (у тому числі й доведення до суїциду), евтаназія, аборти. Мас-медіа церков і релігійних організацій проводять велику просвітницьку й агітаційно-пропагандистську роботу, виступаючи проти цих явищ.

Є багато аспектів соціального життя, які досить часто висвітлюються у ЗМІ, в яких би авторитет церков різних конфесій міг відігравати вирішальну роль як для віруючих, так і для невіруючих. Крім релігійно-світоглядних і вищезазначених соціальних проблем, думка представників духівництва може бути цікавою і корисною для аудиторії і в питаннях сенсу існування людини, осмислення ролі особистості у соціумі, допомоги в адаптації людини в суспільстві та певних колективах, різноманітних проблемах шлюбного життя, зокрема розлучень, зупиненні процесів руйнації сімей, у коментарях до складних ситуацій у стосунках батьків із дітьми, у проблемах усиновлення, боротьби з проституцією, продажу людей у рабство (дві останні проблеми дуже часто порушуються в греко-католицьких ЗМІ), еміграції, проблем екології та охорони навколишнього середовища, боротьби зі СНІДом та іншими хворобами тощо.

Проте найчастіше церковних лідерів і видатних представників духовництва в ЗМІ просять прокоментувати політичні події, висловити свою думку щодо діяльності тієї чи тієї партії. Одним із наслідків цього стало брутальне використання авторитету церкви в політичній боротьбі, як це було під час президентських виборів 2004 р. На жаль, цей процес тривав і в 2005–2007 рр., коли окремі представники духовництва і навіть релігійні організації виступали на боці певної політичної сили.

Варто зазначити, що й церкви іноді піддаються спокусі пропагування деяких фактів, які можуть бути розцінені як важелі в політичній грі. Прикладом може слугувати активне прищеплення масовій свідомості, передусім свідомості віруючих, культу російського імператора Миколи III. Цей факт у державі, яка розбудовує демократичний лад і давно відійшла від імперського мислення, чомусь не помічається і йому не надається оцінка ні владними органами, ні суспільством, ні засобами масової інформації. Хоча, наголошуємо, мас-медіа церков мають великий вплив на формування громадської думки.

Необхідно підкреслити ще один момент: в українській пресі, на радіо і телебаченні значна перевага надається православній релігії і церкві. Це закономірно, оскільки більшість мешканців України вважає себе православними. Лише в ЗМІ, які розповсюджуються у західній частині країни, часто публікується інформація про інші конфесії, зокрема католиків і греко-католиків. Проте в Україні діє багато релігійних організацій, які мають своїх прихильників, вони теж є громадянами нашої держави і мають право на задоволення своїх інформаційних потреб та інтересів, у тому числі й у питаннях віри.

Недостатня інформація у ЗМІ про релігії, як-от: протестантські напрями християнства, прихильників ісламу, буддизму, синтоїзму, кришнаїзму та інших варіантів східних вірувань. Неознайомленість більшості мешканців України з різновидами саєнтологічних релігій може мати певні негативні наслідки.

По-перше, в масовій свідомості формується образ "чужого", а отже, й ворожого, і "чужими", а іноді й ізгоями, людина або група людей стають тому, що вони вірують і моляться інакше, ніж це робить більшість. Ця практика щодо певних церков і релігійних організацій була популярною у російській імперії, а також у Радянському Союзі, незважаючи на декларований державою атеїзм. Рудименти цього явища трапляються у масовій свідомості й нині.

По-друге, цілком можливий ще один варіант — поверхове ознайомлення з релігійними настановами людини невіруючої, малоосвіченої, нездатної до критичного мислення або тієї, що легко піддається навіюванням, може обернутися залученням у тоталітарні релігійні організації або в своєрідні товариства, практика яких суперечить загальнови-

знаним нормам поведінки в суспільстві (наприклад, сатанізм тощо).

По-третє, поширення марновірства й забобонів у суспільстві відбувається із вражаючою швидкістю. І дуже часто цьому сприяють мас-медіа, публікуючи реклами ворожок, розлогі статті про "цілителів" та інтерв'ю з екстрасенсами на тлі ікон, церковних бань та богослужбової атрибутики. Тим самим прищеплюється спотворене уявлення про їх містичний зв'язок із вищими силами та церквою, яке впливає на суспільні настрої, а отже, й на формування громадської думки.

Висвітлення у мас-медіа проблем церков і релігійних організацій має ще один аспект, пов'язаний із діяльністю самих церков. На ньому наголосив на згаданому засіданні "круглого столу" Тарас Антошевський, керівник Релігійно-інформаційної служби України. Думаємо, що він мав рацію, коли зазначав: "Мені здається, що зараз відбувається якась зміна, що все-таки щораз більше розуміють значення мас-медіа самі релігійні організації. Це є, як на мене, їх велика заслуга в тому, що вони збагнули: мас-медіа потребують від них інформації, і якщо її не подавати, то вони можуть писати речі, які можуть сприйматися як дурниці, як провокаційні речі тощо" [9].

Поліпшити цю ситуацію могли б фахові журналісти, які мають працювати в конфесійних прес-службах. Але нам не відомо, щоб у цих структурах працювали фахівці.

Тема функціонування церков і релігійних організацій в українських мас-медіа відносно нова, проте вже на цьому етапі ми можемо назвати журналістів, які більшість своїх публікацій присвячують саме релігійній проблематиці. Це Євген Сверстюк (газета "Наша віра"), Клара Гудзик (газета "День"), Катерина Щоткіна (газета "Дзеркало тижня"), Микола Цивірко (газета "Вечірній Київ"), Тарас Різун (газети "Арка" та "Високий замок") та ін. Їх виступи в ЗМІ мають певний суспільний резонанс, але все ж таки їх дуже мало для того, щоб інформація з кількісного рівня перейшла на якісний.

Отже, церкви й релігійні організації відіграють усе значнішу роль у суспільному житті України, тому й вважаємо, що вони гідні більшої уваги до своєї діяльності з боку ЗМІ. Спеціалісти-журналісти із фаховою освітою могли б більш повно й адекватно віддзеркалювати роль названих структур у соціумі, а також доповнювати свої публікації філософсько-світоглядними й морально-релігійними настановами християнства та інших, існуючих в Україні, релігій.

Ми не відстоюємо ідею клерикалізації мас-медіа України і не закликаємо засоби масової інформації до пропагування релігійно-філософських поглядів різних конфесій. Проте вважаємо, що і цей аспект

життя наших співвітчизників, поряд з іншою проблематикою суспільного й політичного життя, має дістати об'єктивне, повне, адекватне, фахове висвітлення у теле-, радіопросторі, інтернет-виданнях та періодичній пресі. Досвід показує, що ігнорування, перекручування, спотворення будь-яких відомостей призводить до викривлення інформаційного простору держави, а отже, не сприяє адекватному формуванню суспільної думки.

Вважаємо, що журналісти суспільно-масових і політичних мас-медіа, публікуючи матеріали, в яких висвітлюється морально-етична та світоглядна проблематика, мають хоча б коротко викласти думки церкви, якщо вона збігається або суперечить реальним фактам. Ми вказували на початку цієї статті, що за результатами соціопитування, авторитет у церкви великий, то, можливо, варто наголосувати на спільних проблемах церкви, віруючих та суспільства для формування духовних цінностей, хоча б у тих аспектах, які були окреслені в представлений роботі.

1. *Колодний А.* Україна в її релігійних вимірах. — Львів, 2005.
2. *Колодний А.* Свобода совісті і преса // Актуальні проблеми державно-церковних відносин в Україні. — К.: ВіП, 2001. — С. 13–20.
3. *Романенко Н.* Мережа періодичних видань православних церков в Україні в 90-ті роки ХХ ст. // Релігія. Наука. Суспільство, — 2004. — № 1. — С. 214–219.
4. *Стародуб А.* Православна періодика в Україні: тенденції розвитку // Людина і світ. — 2001. — № 4. — С. 28–31.
5. *Бойко А.* Преса православної церкви в Україні 1900–1917 рр. // Культура. Суспільство. Мораль. — Д., 2002. — 306 с.
6. *Кость С.* З історії преси і видавничої діяльності Української Греко-католицької церкви / Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини ХХ ст. — С. 343 – 420.
7. <<http://helsinki.org.ua>>.
8. <<http://www.rkm.ua>>.
9. <<http://www.Risu.org.ua/freedom>>.
10. *День без політиків* // Дзеркало тижня. — 2007. — № 14 (643).
11. *Ткач А.* Суми — столиця суїцидів // Газета по-київски. — 2007. — 13 квіт.

