

РЕЛИГИОЗНОЕ СОЗНАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Фундаментальные политические изменения в Украине привели к тому, что религиозные организации стали полноправным элементом социальной структуры нашего общества, а религиозное сознание получило широкие возможности для своего функционирования и развития.

Сегодня, со всей определенностью можно говорить о том, что религия и религиозное сознание продолжают оставаться на первом плане духовной жизни. Значительно расширились возможности религии в духовном влиянии на все социальные группы населения, которое осуществляется и традиционным путем - участием в жизни церкви, через общение с верующими, чтение религиозных источников, так и посредством тех форм и способов формирования мировоззрения которые предоставляют научно-технический прогресс, развитие современной цивилизации и культуры.

Одним из наиболее мощных каналов, влияющих на мировоззрение человека, является средства массовой информации, которые в своей совокупности и взаимодействии охватывают все сферы жизнедеятельности общества, а также разные по уровню своего развития, специфике культурной жизни, политическому устройству государства. СМИ в современном обществе - это один из основных факторов адаптации человека к значительно усложнившимся социальным отношениям, способу бытия в быстро изменяющемся мире, приобщения к культуре и всему богатству духовной жизни, выработанными на протяжении долгой и трудной истории развития человеческой цивилизации. Все население разных государств в большей или меньшей мере подключено к информационному пространству.

Сегодня, когда остро стоят проблемы духовности и культуры, разрыва с тоталитарным прошлым и переориентации людей на новую систему идеалов и ценностей, именно с помощью религиозного сознания усматриваются возможности их разрешения. Поэтому интерес представляет религиозное сознание в эпоху современных информационных технологий, место религии в информационном пространстве, результативность взаимодействия в нем с разными формами общественного сознания, степень духовного влияния на общество.

О том, насколько важное значение придает средствам массовой информации католическая церковь, видно из того, что вопросы, связанные с телевидением, радио, кинематографом, журналистикой, рекламой, книгоиздательством, аудиовизуальной продукцией, компьютером систематически обговариваются ее представителями на разных уровнях. В частности, им посвящены папские энциклики, декреты Второго Ватиканского Собора, документы Папского Совета по делам социальной коммуникации и другие институты Ватикана, послания Святых Отцов ко Всемирному дню коммуникаций. Они отражены в документах отдельных местных церквей и Епископских конференциях. Созданы специальные отделы, органы по работе со средствами массовой информации. Выступления священников, пасторов, рядовых верующих, касающиеся положительных и отрицательных аспектов влияния средств массовой информации на верующих можно слышать на научных и религиозных конференциях и т. д.

В целом, во всех документах и выступлениях констатируется то, что под влиянием информационного поля стали происходить глубокие, фундаментальные изменения во всех сферах жизни, как отдельного человека, так и общества, к которому он принадлежит, всего мира, в какой бы мере не происходило использование СМИ при получении информации, новостей, анализе происходящих событий. Это привело к формированию нового уклада и стиля жизни, новой «информационной эпохи». Папа Иоанн Павел II, в частности, отмечал, что СМИ набрали такой вес, что стали для «большинства главным помощником в образовании и *получении* информации, главным наставником и вдохновителем в личностных, семейных и общественных делах» (9, с. 9).

Современная революция в сфере социальной коммуникации расценивается не просто как технологический переворот, как глубокое изменение самого контекста, через который люди воспринимают окружающий мир, с помощью которого проверяют и выражают это восприятие.

«Информационное пространство» воспринимается и нерелигиозным, и религиозным сознанием как объективный процесс, фактор, условие развития цивилизации, что несет в себе и огромные возможности для духовного развития человека и в то же время, имеет серьезные негативные следствия.

Информационное пространство, - особо подчеркивается церковью, - вносит изменения не только в систему и технологию коммуникаций, но затрагивает весь культурный, общественный и духовный строй человека. Поэтому по отношению к нему делается богословский вывод: социальная

коммуникация «должна развиваться не только по своим законам, но брать критерии с человеческой правды и правды о человеке, созданного как подобие Божие» (9, с. 11).

Поначалу отношение к новым технологиям и имеющимся средствам массовой информации со стороны всех религиозных систем было настороженное, часто враждебное. Существовали, как, например, в исламе, протестантских направлениях категорические запреты на посещение кинотеатров, просмотр передач по телевидению.

Но, постепенно, отношение становилось более терпимым, проблема переносилась на содержание и качество того, что передается через СМИ - ставился вопрос о защите морали, контроле над содержанием и направленностью продукции СМИ.

Так, например, существует не менее 30 Папских послания (начиная с 1967 г.), посвященных Всемирному дню коммуникации, более двух десятков церковных документов, содержащих обсуждение проблемы коммуникации.

Уже в 70 — 80 гг. XX века все чаще в католических документах появляется оценка СМИ как «даров», которые открывают новые возможности прославления и спасения. Создаются специальные комиссии, изучающие проблемы кинематографа, радио и телевидения. Внимание обращается на то, что СМИ выполняют не только развлекательные функции, рассчитаны на обеспечение отдыха людей, но прежде всего - на расширение их системы ценностей, становление гражданского общества, объединение людей, их полноценное общение. Они могут не только служить правде, но стать способом проповеди. Церковь начинает обращаться и непосредственно к профессиональным актерам с призывом быть образцом для своих почитателей и в личной жизни.

В церковной практике появляется новая терминология, касающаяся информационного пространства. Например, прочно закрепилось понятие «информационная политика церкви», что говорит о том, что вхождению в информационное пространство религиозных структур церковными иерархами придается исключительное значение. Архиерейские соборы, в частности, в 1994, 1997 годах приняли решение об активизации работы с прессой, радио и телевидением.

Начинается специальная подготовка служителей церкви, мирян для работы со СМИ. Новыми вопросами в деятельности католической церкви становятся изыскание средств для использования СМИ на территориях, находящихся в границах полномочий церкви, подготовка ком-

ментаторов, которые могли бы проводить посредством передач христианские ценности, о международном сотрудничестве, и особенно — о приспособлении к местным особенностям того или иного региона, состава аудитории, соблюдении там, где сосуществуют разные религии религиозного такта.

Для начала 70-х гг. характерен все возрастающий интерес со стороны церкви к научным исследованиям, относящимся к изучению деятельности СМИ, наиболее эффективным каналам, формам и механизму воздействия на человека, особенностей самой аудитории в зависимости от уровня ее образования, национальных особенностей мировоззрения, принадлежности к той или иной конфессии и т. д.

В начале 90-х гг. отношения между церковью и СМИ стали включать в себя ярко выраженный законодательно-правовой и политический аспект. В документах, посвященном взаимодействию церкви со СМИ обращается внимание на притеснение церкви со стороны политической власти, неурегулированность процессов приватизации и коммерциализации. Выражается обеспокоенность тем, что источником новых проблем как на личном, так и на социальном уровне может стать широкое использование мас-медиа и привязанность к выдуманным медийным персонажам, что может вытеснить действительные взаимоотношения людей.

Особое внимание со стороны церкви уделяется стремлению не допустить передач порнографического содержания, содержащих жестокость и насилие. Значительно повышается внимание формированию у людей, которые не разделяют религиозного мировоззрения, доверия и уважительного отношения к христианским ценностям, к церкви. Кроме того, со стороны церковных иерархов исходят призывы и к самим слушателям и зрителям подходить избирательно к тому, что передается через СМИ, иметь четкие критерии оценки преподносимого материала, не забывать опираться в своих суждениях на Священное Писание, активно противостоять всему тому, что наносит ущерб духовности.

Характеризуя сами современные средства массовой информации, можно отметить, что в них есть:

- постоянные специальные программы, рассказывающие о религии и религиозно-церковной жизни;
- передачи, рассчитанные только на верующих представляющих определенную религиозную конфессию;
- передачи, рассчитанные на неверующих;

- передачи, посвященные какой-то определенной дате, празднику, событию, религиозному деятелю и т. п.;

- передачи и информация светского характера, но включающая в себя те или иные вопросы религии.

Существует и многообразие форм представления такой информации - сообщение, диалог, диспут, документальные и художественные фильмы, воспоминания, встречи и т. д. Современное информационное пространство дает церкви возможность:

— ознакомления населения с религиозной верой, приобщения к ней; одновременного охвата массовой аудитории;

— предоставления религиозной информации всем возрастным, социальным, мировоззренческим группам населения;

— подачи информации практически всеми религиозными направлениями и конфессиями;

— использования многофункциональности коммуникаций: информационной, социальной, мотивационной, дискуссионно-диалоговой, воспитательно-педагогической, культурологической, развлекательной, обеспечивающей отдых, интеграцию людей;

— свободы выражения религиозных взглядов, идей и позиций.

Создается впечатление о полноценном вхождении религии и церкви в информационное пространство, о том, что сегодня раскрылись самые широкие возможности для любого человека в получении объективной и широкой информации о любой религиозной системе, жизни церкви, истории религиозного сознания. Создана основа для углубления представлений о религии, возможность формирования целостного мировоззрения. Человек оказывается в таких условиях, в которых может сознательно выбрать духовную нишу, удовлетворить свои духовные и эмоционально-психологические потребности.

Между тем, реальное состояние сознания людей, которые считают себя верующими, т. е. тех, которые субъективно определились в своем мировоззренческом выборе в пользу религии, и, как правило, конкретного религиозного направления, конфессии, наглядно и убедительно демонстрирует наличие в этом плане ряда серьезных проблем.

Эти проблемы фиксируются на таком распространенном социальном явлении, которое получило название «массовой религиозности». В ней проявляется приоритет внешней религиозной формы поведения над

ущербностью внутреннего содержания, и часто не просто упрощенный и примитивный, но искаженный, даже извращенный образ религии и церкви. Для такой категории «верующих» характерно отсутствие глубоких знаний о религии как о целостном духовном феномене, размытость представлений о религиозно-философских, догматических основах религиозных систем. Как правило, знания сводятся к совокупности некоторых сведений из истории, но усвоенных с каких-то крайних позиций, цитат из Священного Писания. Им свойственна категоричность суждений, наличие широкого спектра оккультно-мистических представлений и ориентации, эклектичность сознания. Такой «верующий» стремится скорее не к тому чтобы тратить волевые, нравственные усилия на духовное самосовершенствование, избавление от собственных слабостей и пороков. Вместо этого, происходит активный поиск и приспособление тех или иных религиозных представлений, норм, правил к своим нуждам, обоснование личных амбиций.

Современный человек, недавно избравший религиозное мировоззрение, не утруждает себя вне больших религиозных праздников или каких-то особых событий, посещением церкви, участием в богослужении, не читает серьезных источников и литературы богословского, религиозно-философского характера. Он довольствуется брошюрками, листовками, которые продаются в церкви или раздаются верующими, нередко очень сомнительного с точки зрения христианского учения содержания и направленности (4).

Абсолютное большинство людей не имеют представлений о том, что реально происходит в религиозно-церковной жизни и какие там существуют проблемы. При этом они слушают радио и смотрят телевизор, как правило, имеют компьютер. Поэтому нельзя сказать, что такие черты формируются без участия СМИ. Социологические исследования показывают значительную степень доверия представителей разных мировоззренческих групп, особенно тех, кто считает себя верующим, к средствам массовой информации (8, с. 74). Кроме того, можно сделать и такое существенное дополнение. Избирательно к СМИ подходят далеко не все. В основном, население слушает и смотрит все подряд, занимаясь параллельно какими-то другими домашними делами.

Большинство исследователей констатирует, что только 10—15% населения являются глубоко религиозными людьми с устойчивыми взглядами и поведением. Основная масса людей способна быть только ведомой, легко переходит от одних убеждений к другим, неразборчива в отношении к авторитетам, склонна к самому разнообразному по своей направленности и смыслу поведению. Если взять социальную группу людей, которую традиционно относят к интеллигенции, то ситуация с ней оказывается также непростая. Для этой группы характерно «анонимное христианство». Суть этого явления заключается в том, что человек, совершивший свой мировоззренческий выбор в пользу религии, пришедший к вере осознанно, в ходе непростого, часто мучительного духовного поиска, решительно отвергает церковь, любую религиозную структуру. Такой человек, стараясь глубоко осмыслить религиозную идею, самостоятельно изучает Библию, историю религии и церкви, специальную философскую, научную и др. литературу и источники, накапливает опыт религиозной жизни, общения с Высшим Началом, но предпочитает при этом не переступать порога церкви.

Интеллигенция активно ориентируется на все средства массовой информации, через них приобретает знания о том, что ее интересует, проверяя, уточняя свои позиции. Социологические исследования при этом обращают внимание на то, что у тех, у кого превалирует не церковная, не ортодоксальная религиозность, степень доверия к электронным и печатным СМИ значительно выше (8, с. 74-75). Кроме того, характерной особенностью современного образованного верующего является и то, что при доверии к СМИ снижается доверие к религиозным организациям (8, с. 75-76).

Деятельность церкви в существующем информационном пространстве, цели и задачи, которые она ставит, зачастую не только не достигают оптимального положительного результата, но наносит ощутимый ущерб церкви как социальной организации.

Да и сами представители церкви констатируют то, что посредством СМИ «оживленного диалога с обществом пока не произошло» (3).

Основные причины сложившейся ситуации можно изложить в нескольких ракурсах.

Первый аспект ее - низкий уровень церковной журналистики, которая значительно уступает светской, неготовность религиозных кругов вести серьезную, соответствующую современности, работу по привлечению к религиозному мировоззрению, «оцерковлению» населения. Передачи религиозного характера часто примитивные, легковесные. Они не способствуют введению современного человека в мир острых дискуссий, противоречий и конфликтов, происходящих в

церковно-религиозной жизни, не дают представление о религиозно-философском и богословском осмыслении социальных последствий научно-технического прогресса, исключительной усложненности социальной и политической жизни, принципах правильного с религиозной точки зрения поведения и ориентации в обществе, конкретных ситуациях, которых не было раньше.

Через СМИ главным образом делается попытка реанимировать прошлое, внести в неизменном виде в новый тип культуры и духовности, мышления стойкие стереотипы, формы отношений и общения совсем другого культурно-исторического и социально-политического контекста.

Религиозные передачи продолжают давать инструкции по поведению, образу, совсем не ориентируя современного человека на путь самостоятельного поиска информации, творчества, обращения к серьезным религиозным первоисточникам для проверки своих взглядов.

Православными церковными иерархами отмечается, что «существует опасность для церкви оказаться в этнографическом гетто при самой дружеской любви государства... Патриархия сама является заложницей того стиля информационной деятельности, которая поддерживает образ «лубочного», декоративного православия. ИТАР ТАСС (группа Костроминой) в последнее время, как известно, при поддержке Фонда единства славянских народов и АО «МЭС» наладил выпуск специализированной ленты «Православный мир». СМИ берут этот продукт неохотно. И это понятно - на две трети это хроника патриаршего служения, которая описывается длинно, слащаво. Ольга Костромина - благочестивый и самоотверженный журналист, но из ленты ИТАР-ТАСС складываться впечатление, что нет ни приходской жизни, ни общественной дискуссии о Церкви, ни форм социального служения...» (3; с. 1).

СМИ ориентированы только на ознакомление населения с миротворческой деятельностью Церкви, ее участием в восстановлении памятников старины (не только храмовых), благотворительностью, выполнением различных социальных программ, культурной деятельностью, профилактикой преступности, работой в сфере общественной нравственности, деятельностью воскресных школ, жизнью монастырей, просветительством и морализаторством.

СМИ активно пропагандируют включенность церкви в политическую жизнь: встречи с депутатами-священниками, представителями политических партий и движений, объединяющих верующих определенного религиозного направления.

Таким образом, еще одним аспектом является идущие от самой церкви ориентации создания некоторого ущербного, не вписываемого в

современность образа церкви - как отголоска давно ушедшей старины, как некоторого лечебного заведения или убежища от неумения, неспособности полноценной жизни в обществе, как того места, где человек избавляется от трудностей самому принимать решения, необходимости думать, тратить силы на интеллектуальное развитие. В религии усматривается и некоторое средство облагораживания политики, придания действиям людей, руководящих страной или стремящихся занять весомое место в политической жизни некоторого достойного ореола. Религия преподносится даже как идеология, сходная с коммунистической, понятная и доступная тем людям, которые продолжают жить идеалами и ценностями прошлого.

Если со стороны церкви через СМИ делается попытка усиления религиозного влияния, и, в первую очередь, на духовную элиту общества, которая способна вести за собой остальных, то успехом при таком преподнесении религиозного сознания она увенчаться не может.

Следующий аспект связан с проблемой полноправного вхождения Церкви в информационное пространство, влияние, накопления собственного «информационного» капитала. Сегодня она в значительной мере вытеснена из сферы производства, распределения и присвоения информации. Отсюда - нарекания на светскую прессу, которая искажает смысл некоторых действий, в частности. Московской Патриархии. Например, охотно раздувая скандалы антиправославно настроенными влиятельными каналами. Или «нередкая демонстрация тесных связей представителей церковного священноначалия Русской Православной Церкви с руководством страны, в частности, выпячивание телевидением присутствия высокопоставленных лиц на православных праздничных богослужениях. Неправославная часть российского общества воспринимает подобные явления как попытки восстановить государственный статус Русской Православной Церкви. Более того, подчеркнутая близость церковного руководства и представителей власти вызывает негативную реакцию и у многих православных верующих: именно находившимися, в последнее десятилетие у власти «реформаторами» они ассоциируют внедрение в российское общество ценностей противостоящих традиционным и основополагающим. Это касается не только православия, но и других традиционных ... конфессий» (8, с. 75).

В силу своей природы церковь не может благословить агрессивную или гражданскую войну, не может участвовать в политической борьбе. Тем не менее, именно это участие, нередко, главным образом российскими программами и передается.

Плохо работают комиссии по социальной доктрине Церкви, по возможным изменениям в языке богослужения (3, с. 1).

Важно отметить и такую особенность СМИ как преподнесение самых противоречивых и противоборствующих представлений, идей, теорий не отдельно друг от друга, в качестве самостоятельных, а в некотором единстве, непротиворечивой целостности. Через СМИ можно увидеть, услышать что угодно, причем в рамках одной и той же передачи, исходящее от лица, утверждающего определенную мировоззренческую позицию.

Активно используют возможность выступления перед массовой аудиторией иностранные миссионеры. При этом, надо сказать, что часто эти проповедники, выступая перед нашей аудиторией, ориентируются на свои модели взаимоотношений между религией и государством, на свой духовный опыт. Они не представляют и не понимают той реальной ситуации и тех особенностей понимания и восприятия происходящего, которые характерны для человека нашего общества.

Выделение причин, обуславливающих проблемы, связанные с местом и ролью религии в современном информационном пространстве, является недостаточным без анализа тех объективных условий, в которых осуществляется религиозно-информационная деятельность.

Религия и Церковь, войдя в информационное поле, вошли в определенный социально-психологический, эмоционально-этический, гносеологический контекст, отличный от религиозного по всем его аспектам. Цивилизация имеет свои особенности, свои объективные закономерности развития, которые далеко не всегда «созвучны» духовному развитию человека. Телеэфир сегодня перегружен, например, такими передачами, которые нацелены на формирование у людей культа материальных ценностей, физических наслаждений, полного удовлетворения физических потребностей как первоочередных, ориентацию на повседневный комфорт, выгоду, абсолютизацию легкой доступности всего, что входит в человеческие желания, преподнесение таких качеств как скромность, вежливость, деликатность как комплексов, мешающих «красивой жизни», бесстыдство, продажность и пошлость как раскованность, ориентацию на легкость, беспроblemность решения любых вопросов выставление напоказ интимных переживаний, интимной жизни, контактность, драматизм личных и общественных отношений, бесцельность времяпрепровождения, избавление от всего, что требует волевых, интеллектуальных усилий, твердой нравственной позиции; полное удовлетворение любых желаний иметь все и сейчас; нацеленность на богатство, получаемое в результате обмана, игры, случая; формирование чувства личной исключительности через возможность приобретения дорогой вещи, косметики, сигарет; поощрение пьянства; пропаганда преступности,

бандитизма, ценность дистанционного общения, «виртуальной реальности», заменяющей все необходимое человеку, формирование чувства абсурдности как нормы и многое другое.

Набрал силу процесс игнорирования высоких чувств, высмеивания глубоких переживаний, что не может не опустошать духовный мир человека.

Кроме таких условий, формирующих жизненные ценности, произошло и изменение механизма осмысления мира, самого процесса мышления. Современные передачи, многосерийные фильмы, книги можно читать, смотреть с любого момента, знание предыдущего содержания в них оказывается не обязательным. Формируется новая логика оценок действий, событий, процессов, часто абсурдность воспринимается как норма.

Таким образом, информационное пространство, через которое человек получает религиозные представления, выступает в качестве некоторой призмы, приводящей к их новому видению и оценкам.

Так происходит дезориентация, примитивизация, притупленность, смещение акцентов, в результате - искажение и даже извращение религиозного комплекса.

Кроме этого, с одной стороны, у человека формируется широкий диапазон индивидуальных представлений о религии, с другой, несмотря на такое разнообразие, они имеют ряд общих, сводимых под определенные типы мировоззренческих и мыслительных форм, шаблоны, стереотипы понимания, психологического реагирования.

Под влиянием средств массовой информации, возможностей, которые открывают современные технологии, изменился и образ батюшки. Как писал архимандрит Сергей (Савельев): «Где это видано, чтобы молодой священник спешил во что бы то ни стало окончить службу как можно раньше, чтобы успеть домчаться на такси домой к телевизору, чтобы упиваться футбольным матчем своей любимой команды? Где это видано, чтобы молодой священник, который при всем желании не может попасть вовремя к телевизору, выходя из храма, включал бы маленький радиоприемник и слушал бы диктора, комментирующего футбольный матч, а прихожане, проходившие рядом с ним, с изумлением слышали бы голос диктора из сумки этого священника? Не думайте, что это явление редкое в настоящей жизни церкви, подобных священников много» (8; с. 3).

Можно с полным основанием утверждать, что современные СМИ совершают глубокий переворот в сознании человека, приводят к новому типу социальных отношений, подменяя реальные отношения, конкретные переживания, конкретные ситуации вымышленными.

«Современная цивилизация - (как пишет известный православный пропагандист) - это цивилизация рекламы, это мир улыбающейся навязчивости. Рекламные уверения в собственной способности разрешить все ваши проблемы («вы только позвоните нам!!!») совершенно чужды пафосу православной жизни. Рекламное поведение здесь просто считается неэтичным. В православии нет пропагандистского насилия, скорее есть боязнь пропагандистской профанации. Православный человек скорее скроет чудо чем будет вызывать бригаду тележурналистов. Секта спокойно объявит своего представителя «самым выдающимся» и «всемирно известным ученым», «богословом», «чудотворцем», «проповедником». Законы рекламы так и требуют: безапелляционные заявления, броские слова... Но я не могу представить себе подобное объявление, оповещающее о приезде в какой-либо город православного проповедника...» (4, с. 1).

Одной из характерных социально-психологических особенностей современного человека, на которую нельзя не обратить внимание и которая выделяется сегодня в качестве очень острой проблемы, является проблема душевного одиночества, дефицит необходимого общения, отсутствие круга близких друзей. Телевизор, компьютер для многих компенсируют это общение. В записях бесед одного из выдающихся архипастырей русской эмиграции архиепископа Пражского Сергия (Королева) есть глубокие и очень актуальные сегодня размышления о разделенности между людьми, которая искажает нашу жизнь, о том, что общение, преодоление всего, что создает препятствие при общении, «является для нас школой нашего спасения, школой нашего духовного напряжения... Каждый человек индивидуален, он может восполнить в себе недостающее через общение с целым организмом человечества... Иногда общение нам бывает трудно, но мы призваны к общей жизни, и общение с людьми есть поэтому христианский долг» (7; с. 1). Эти слова можно полностью отнести к нашим реалиям. Церковь обязана установить, влиять на установление такого общения через информационное поле изыскать в нем для своего слова подходящую форму.

Подводя итоги, можно сказать следующее.

Со стороны религиозного сознания, представляемого официальными кругами церковью информационное пространство в целом воспринимается как закономерный и необходимый этап развития мировой цивилизации, реальность, с которой надо считаться. Эта реальность в то же время является «даром» Божиим, так как раскрывает перед церквями широкие возможности религиозного просвещения, евангелизации и катехизации обширной массы населения разных регионов земного

шара. Другой, не менее важной стороной вхождения церквей в информационно-пространство является сближения с такими аспектами жизни человеческого общества, которые были изолированы от сферы религиозно-церковной жизни, с которыми церкви в своем служении не соприкасались.

Информационное пространство дает возможность церквям увидеть новые, не существовавшие ранее пласты социальной и духовной жизни людей, которые требуют религиозно-богословского осмысления и оцерковления.

Литература

1. Информационная политика церкви [электронный источник] <http://tv-soyuz.ru/peredachi/grad-kresta-stavropol/informatsionnaya-politika-tserkvi>
2. Кураев А. Традиция. Догмат. /Обряд. Апологетические очерки/. М. Клин, 1995.
3. Кураев А. Оккультизм в православии. М., Благовест, – 1998.
4. Кураев А. [электронный источник] <http://new-theology.com.ua/?tag=%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%>
5. Место и роль религиозных организаций в возрождении региона// Материалы Научно-практич. светско-церковн. Конфер. Одесса, 6 дек. 2001 // О.: Астропринт. 2002, 8-12, 46-5 с.
6. Мчедлов М. П., Гаврилов Ю. А., Шевченко А. Г. / М. П. Мчедлов, Ю. А. Гаврилов, А. Г. Шевченко //О социальном портрете современного верующего. – Социологические исл.// – № 7, 2002, 69-77 с.
7. Пражский С. / С. Пражский. О подвиге общения. Нью-Йорк, Путь жизни, 1981, 12-27 с.
8. Савельев С. [электронный источник] <http://azbyka.ru/znakomstva/arhimandrit-sergij-savelev-d58721.htm>.
9. Церква і соціальна комунікація. [Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа] /1936 – 2003/. – Л. Український Католицький Універ., 2004, – 438 с.