

# **Християнські засоби масової інформації повинні лікувати душу**

Які завдання стоять перед християнськими засобами масової інформації (ЗМІ)? Що вони повинні робити, а чого уникати? Своїми роздумами ділиться Микола Натьос – пастор церкви Адвентистів Сьомого Дня. Нині він працює капеланом у приватному ліцеї «Академія мудрості». Його статті публікувалися у християнських журналах та на сайтах. Він писав на такі теми: «Откуда берутся ереси в церкви», «5-й и 6-й съезды: можно ли их решение считать ошибочным» та ін. Співпрацював із журналістами релігійних ЗМІ.

**Чому, на вашу думку, релігійна журналістика не розвивається серед світських медіа?**

Цьому заважає некомпетентність світських журналістів, які не є спеціалістами у духовних питаннях. Деякі просто не хочуть висвітлювати духовні питання, тому що, зазвичай, світські ЗМІ в більшості фінансово залежні від замовників, які не зацікавлені в поданні релігійної інформації. До того ж, світські журналісти можуть бути не компетентними в духовних питаннях. Мені здається, що одним журналістам важливо зробити сенсацію, для інших – мати політичний вплив. Для них не має значення, як це буде висвітлено: негативно чи позитивно, головне, щоб була сенсація, яку можна продати. А релігія не може бути сенсацією, тільки при умові, що в людському житті станеться щось надзвичайне. Також багато залежить від духовності і культури суспільства, в якому ми живемо, наскільки люди зацікавлені в сприйнятті духовної інформації.

**Чи варто церкві розвиватися у ЗМІ?**

Христос сказав «Не трубите перед собою». Але, з іншого боку, людям потрібно розповідати про Бога. І тут виникає конфлікт: у

яких випадках ми повинні розповідати, а в яких – ні? Христос також говорив: «Хай ліва рука не знає те, що робить права» (Матв. 6:3), а про фарисеїв Він сказав: «Вони вже отримали нагороду від людей». І тут виникає питання: з якою метою ми розповідаємо про церкву? Якщо ми говоримо людям про наші добрі діла, про те, що робить для людей церква з метою, щоб нас похвалили – це неправильно. Та якщо ми висвітлюємо це з метою залучати людей до добрих діл чи проповідувати Слово Боже – то це інша справа. Варто зрозуміти, кого ми прославляємо: себе чи Бога? Це не повинно бути саморекламою. Є небезпека для тих, хто публікується: перетнути певну межу між славою заради себе і прославленням Бога. Церкві варто розвиватися в інформаційному полі. Те що подає церква – повинно служити для підвищення цінності людської гідності, виховання суспільства.

**Зараз є церковні видання, радіо і телеканал. Що ви скажете про них?**

Християнська журналістика може висвітлювати церковну інформацію односторонньо й ідеалізовано. Це також може бути на формальному рівні. Добре це, чи погано, але церковні медіа в більшості видаються в релігійному середовищі і не конкурують з світськими ЗМІ. Це призводить до того, що інформація може подаватися досить не цікаво. Часто не вистачає тієї «родзинки», яка є у світських ЗМІ. Церковним виданням, на мій погляд, не вистачає інформації, яка могла б показувати складність і реалістичність нашого життя, а також існування і вирішення складних питань, пов'язаних з практичним життям церкви.

**Чи варто християнським медіа висвітлювати проблеми, які є у людей і прив'язувати їх до релігії?**

Церква повинна лікувати душу. Публікації, які виходять із християнських ЗМІ, також мають це робити. Але зараз ми бачимо, що психологи взяли на себе роль пасторів. Пастори в своєму служінні стали євангелістами і менше виконують роль духовних наставників. Здебільшого пастори стали тими, хто «ловить»

людей, а не тими, хто «лікує» їх. Це також проблема і церковних медіа. Всі питання світського життя, професійної діяльності можуть бути висвітлені з біблійної точки зору і показувати людям кращий шлях вирішення їхніх проблем.

### **Які є проблеми у церковних ЗМІ?**

Як я вже говорив, церковні засоби інформації не конкурентоздатні і не можуть бути самоокупні, у них мала аудиторія. Це легко перевірити. Просто варто зайти на відеохостинг «YouTube» і подивитися, скільки переглядів мають ролики на релігійну тематику. Можна спостерігати, що церковні ЗМІ повільно адаптуються до змін в суспільстві та вимог часу – це проблема, яка заважає популяризації релігійних питань серед сучасного покоління.

### **Що мають зробити християнським ЗМІ, щоб бути конкурентоспроможними?**

Що люди очікують від релігійних ЗМІ? Вони хочуть духовності. Вони очікують, що церква буде проводити духовне виховання суспільства. Той, хто приходить на дискотеку, хоче почути чудову музику. Той, хто приходить у кіно, хоче побачити якісний фільм. Той, хто приходить у церкву, хоче побачити духовність і святість. Але, на жаль, іноді наші інформаційні подання можуть виконувати роль розважального шоу, щоб привернути увагу людей. Церква повинна виконувати роль і призначення «солі», про яку говорив Христос. Я думаю, що питання духовних цінностей дуже турбують людей і вони відчують потребу в їх висвітленні. Церква може і повинна зайняти цю нішу в інформаційному полі.

### **Що Ви можете побажати церковним ЗМІ?**

Перш за все показувати людям Бога. Не боятися експериментувати і намагатися бути фінансово самостійними. Я порадив би: не ідеалізувати релігію, допомагати людям у вирішенні і висвітленні складних практичних питань. Три ангели в 14 розділі книги Відкриття – це теж свого роду журналісти, які

повідомляють світові про прихід Христа. Працівники засобів масової інформації можуть бути Божими співробітниками в приготуванні світу до подій останнього часу. До останніх днів працівники ЗМІ будуть мати роботу. Бажаю всім журналістам долучатися до Божої справи.

**Питання – Мар'яна Сидорочкіна**