

УДК 070:[27-23:316.774]

БІБЛІЯ ЯК МЕДІА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІЗ ПОЗИЦІЙ СОЦІАЛЬНОКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДХОДУ

ПЕТРЕНКО Світлана,

доктор філософії (Журналістика),

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ, Україна, e-mail: s.petrenko@kubg.edu.ua

Вступ. В умовах сучасних інформаційних воєн, розвитку маніпуляційних технологій, кризових явищ світового масштабу дослідницької уваги заслуговують джерела, що транслюють ціннісні наративи, спрямовані на гармонізацію суспільних відносин і відновлення ціннісних систем.

Актуальність і мета. Стаття розкриває науковий погляд на Біблію як на медіа, що протягом багатьох століть транслює морально-духовний дискурс і систему засадничих цінностей як фундаментальну основу світоустрою, відтворює унікальну модель комунікації, проте з позицій соціальнокомунікаційного підходу є не вивченою. Це визначає новизну й актуальність розвідки, мета якої – дослідити медійність Біблії та її місце й роль у журналістиці та соціальних комунікаціях.

Методи дослідження. Дослідження є комплексним, здійснене в парадигмі «правда – журналістика – суспільство». Методологічна основа – соціальнокомунікаційний підхід. Типологізований об'єкт – Біблія як медіа. Застосовано методи концептуального, порівняльного, дискурсивного аналізу, синтезу. Для розуміння природи та системи духовної комунікації, відображеної в Біблії, а також інтерпретації унікальних властивостей досліджуваного об'єкту використано елементи філософських методів: діалектичного, метафізичного, інтуїтивного, феноменологічного.

Результати. У статті подано результати першого етапу дослідження – аналізу Біблії щодо відповідності характеристикам і функціям медіа. З'ясовано відповідність Біблії визначенню «медіа» та сучасним його тлумаченням. Виявлено особливості, що формують унікальність цього медіа. Подано їх перелік та обґрунтування. Встановлено, що Біблія акумулює і транслює інформацію від трансцендентного Першоджерела – Абсолюту, має унікальну структуру та жанрово-стильову побудову, зберігає ціннісну абсолютність, не релятивізує під впливом трендів сучасного світу, доносить контент незмінним, демонструє актуальність, суспільну цінність інформації на тлі локальних і глобальних суспільно-політичних подій упродовж багатьох періодів історичного розвитку людства, справляє позитивний вплив на особу та суспільство, транслюючи алгоритми духовного самоусвідомлення і пізнання та спонукаючи до духовного осягнення вічних цінностей і вічного життя. Вказано на зв'язок Біблії з журналістикою.

Висновки. Результати дослідження дають підставу визначити Біблію як унікальне медіа, транслятора засадничих цінностей, що спрямоване на відновлення ціннісної системи людства та гармонізацію суспільних відносин і є перспективним джерелом соціальнокомунікаційних досліджень.

Ключові слова: журналістика, медіа, соціальні комунікації, медіакомунікації, духовна комунікація, Біблія, цінності, унікальність.

Вступ. Геополітичні інформаційні війни в умовах стрімкого розвитку новітніх медіа прицільно вдаряють по масовій свідомості, руйнуючи ціннісні системи, переформатовуючи світогляд, тим самим готуючи підґрунтя для різних видів агресії. І це

© Петренко Світлана, 2025

є ознакою XXI століття. Сучасний світ медіа розширив свої кордони за рахунок розвитку інтернету та соцмереж. При цьому саме поняття «медіа» отримало більш широке трактування. З'явилися «нові медіа» як вид, відбулися трансформації традиційних засобів масової комунікації. Також відповідно розширився спектр медіа, які, за визначенням, можемо віднести до традиційних, хоча і з певними особливостями.

Біблія як давнє писемне джерело, що протягом багатьох століть транслює моральний (духовний) дискурс і систему засадничих цінностей як фундаментальну основу світоустрою, залишається цариною досліджень релігієзнавців, істориків, філософів, лінгвістів, натомість є не дослідженою з позицій соціальнокомунікаційного підходу. І це при тому, що інформація, викладена в цьому джерелі, доноситься через Слово, яке є Словом Бога, та систему комунікації (пророків, апостолів тощо), спрямовану в суспільство – до людини, соціальної групи, народу, людства загалом – з метою гармонізації суспільних відносин і добра [12, с. 161-166]. Тож усебічне вивчення цього джерела з позицій соціальнокомунікаційного підходу є актуальним і на часі.

Погляд на Біблію як на медіа, що транслює засадничу суспільно важливу, ціннісну інформацію та сенси впродовж багатьох історичних періодів розвитку людства, дає підґрунтя для осмислення та розуміння актуальних подій дійсності, тенденцій і перспектив розвитку сучасного світу, як локального соціуму, так і глобального суспільства. Біблійне підґрунтя є важливим в журналістиці та медіакомунікаціях, що підтверджують праці науковців В. Лизанчука, Й. Лося, М. Тимошика, Т. Хоменко, О. Федик, публіцистика М. Мариновича, Є. Сверстюка та ін. Автори вказують на важливість біблійних духовно-ціннісних наративів у формуванні світоглядної та професійної позиції журналіста та негативні наслідки, які несе втрата духовності, секуляризація світу, морально-етичний нігілізм, віртуалізація людського життя. Науковець і публіцист М. Маринович ще у 1990 році окреслив проблему: «Дехристиянізація наших душ, мислення і світосприйняття стала доконаним фактом. Наше ставлення до Біблії, в кращому разі, нагадує ставлення археолога до викопаних черепків: пронумеровані, вони будуть виставлені в музеї, але ніколи вже не творитимуть глечика, з якого п'ють воду життя» [7, с. 40]. І наголосив: «Християнство перестало бути світоглядною системою, за якою можна прогнозувати поведінку як окремої особи, так і цілого народу» [7, с. 40]. Актуальні події сьогодення підтверджують, що непрогнозованість, непередбачуваність дій осіб, наділених владою, в сучасних умовах стає геополітичною проблемою.

Отже, науковий погляд на Біблію як на медіа – транслятора суспільно вагомих духовних цінностей і наративів – є актуальним і визначає новизну дослідження, оскільки роль цього джерела у системі соціальних і медіакомунікацій наразі є не вивченою.

Дослідники медіа та комунікації Г. Гербнер, Г. Інніс, Г. Лассуел, М. Маклюен, У. Шрам, вивчаючи медіакомунікаційні системи свого часу та їхній вплив на масову аудиторію та суспільство, запропонували ряд моделей, що лягли в основу теорій масової комунікації. Модель біблійної комунікації є унікальною і досить цікавою для наукового вивчення й осмислення з позицій соціальнокомунікаційного підходу.

Підставою поглянути на Біблію як на медіа стали праці Н. Лумана, М. Маклуена, в яких розкривається погляд на реальність мас-медіа та їхній вплив на культуру, психіку та фізіологію людини та людства. Цінності, які транслює ця Книга Книг, і суспільне спрямування цієї трансляції, її реальний і потенційний вплив на особу і суспільство є моральними чинниками побудови гармонійного майбутнього людства. Біблійні наративи є важливими для вирішення проблем сьогодення.

Мета дослідження – дослідити медійність Біблії й її місце та роль у журналістиці зокрема та соціальних і медіа комунікаціях загалом. Одними з перших завдань цього дослідження є: здійснити аналіз Біблії на відповідність поняттю «медіа»; порівняти ознаки, властивості та характеристики Біблії з сучасними визначеннями медіа з позиції соціальнокомунікаційного підходу; з'ясувати місце та роль Біблії в

сучасному медіакомунікаційному просторі. *Об'єкт дослідження* – Біблія як джерело та транслятор суспільно вагової інформації, засадничих духовних цінностей і сенсів. *Предмет* – соціальні та комунікаційні ознаки, властивості та характеристики Біблії як медіа, що визначають її місце та роль у сучасному комунікаційному просторі.

Ставлячи це завдання, ми цілком усвідомлюємо сакральність і богонатхненність Біблії як Святого Письма, Слова Божого, джерела релігійних вірувань і християнських учень. У той же час усвідомлення важливості Біблії як первинного джерела загальнолюдських засадничих цінностей, духовних законів і наративів, актуальність яких в сучасному комунікаційному світі є очевидною, спонукає до дослідження й осмислення ролі Біблії як медіа, що черпає свою інформацію від Першоджерела – Бога-Творця, Абсолюту.

Методи дослідження. Ця наукова розвідка є наступним етапом здійсненого нами комплексного дослідження правди як соціальнокомунікаційної категорії журналістики, одним із базових джерел якого стала Біблія [12]. Дослідження здійснене в парадигмі «правда – журналістика – суспільство». Методологічною основою його є соціальнокомунікаційний підхід, у межах якого ми здійснили фіксацію, опис, аналіз, інтерпретацію даних у системі координат соціальних комунікацій [14]. Типологізованим об'єктом дослідження, за В. Корнеєвим [3], є Біблія як медіа. Для виявлення ознак, властивостей і характеристик Біблії як медіа застосовано методи аналізу (в т. ч. концептуального, порівняльного, дискурсивного), синтезу. Методом порівняльного аналізу співставлено ознаки, характеристики, функції медіа та Біблії, з'ясовано відповідність Біблії визначенню «медіа» та сучасним його тлумаченням, а також виявлено особливості, що формують унікальність цього медіа. Для розуміння природи та системи духовної комунікації, відображеної в Біблії, а також інтерпретації унікальних властивостей досліджуваного об'єкту застосовано елементи філософських методів: діалектичного, метафізичного, інтуїтивного, феноменологічного. Для визначення відповідності Біблії характеристикам «медіа» використовувалися методи індукції та дедукції. У процесі дослідження проведено системно-структурний та інформаційний аналіз в синхронічному та діахронічному розрізах.

Результати й обговорення. Відразу зазначимо, що здійснене нами дослідження для оприлюднення його результатів потребує циклу наукових публікацій, оскільки вкласти їх в одній статті не видається можливим. Тому в цій праці подаємо результати аналізу відповідності Біблії поняттю «медіа» та сучасним його тлумаченням, порівняння ознак, характеристик і функцій медіа та Біблії як джерела ціннісних наративів. Джерелом дослідження ми обрали «Біблію, або *Книги Святого Письма Старого й Нового Заповіту*» в перекладі професора Івана Огієнка, що «із мови давньоєврейської й грецької на українську дослідно перекладена» [1] та визнана міжнародною спільнотою одним з найдосконаліших перекладів і найпоширеніших видань Біблії українською мовою. Для аналізу нами використано енциклопедично-довідкові джерела [2; 4; 9; 10; 11], які тлумачать це поняття, а також праці М. Маклуена [8], Н. Лумана [6], в яких концептуально викладено розуміння медіа/мас-медіа, та інших дослідників.

Поняття «медіа», що походить від латинського «медіум» – середній, посередник, з розвитком комунікаційних технологій набуло значення носія інформації, засобу масової комунікації та закріпилося в словниках. У 50-60-х рр. минулого століття активну увагу до нього привернув М. Маклуен, і зокрема тезою «медіа – це повідомлення», та пророче передбачив розвиток електронних медіа, технологій і комунікацій, що привело до трансформації традиційних засобів масової інформації, появи «нових медіа» як виду.

Етимологічний Словник Онлайн (*Online Etymology Dictionary*) подає історію поняття «медіум». У 1580-ті роки це поняття вказувало на «середній рівень, якість або ступінь; те, що займає середнє місце або позицію», від латинського *medium* «середина, середина, центр; проміжок». У 1590-ті роки це поняття розвинулося до розуміння

«проміжної субстанції, через яку передається сила або якість» та «проміжної агенції, каналу зв'язку» (бл. 1600 р.). Від першого, через застосування до повітря тощо, походить значення «середовища чи умов» (1865 р.), з останнього – «друкованого видання» (1795 р.), яке згодом переросло в значення «медіа». Термін «медіа» розуміється як «газети, радіо, телебачення тощо» (1927 р.), що, можливо, абстраговано від поняття «мас-медіа» (1923 р., технічний термін у рекламі), а також – множина слова «середній» як «проміжна агенція», сенс, засвідчений англійською мовою з бл. 1600 р. У спиритизмі це поняття позначало «людину, яка передає духовні послання» (дат. 1853 р.) [11].

Оксфордський словник англійської мови (*Oxford English Dictionary*) подає «медіа» в значеннях – «основні засоби масової комунікації, такі як газети, радіо, телебачення, а з кінця ХХ століття – контент, доступ до якого здійснюється через інтернет», та «посередницьку агенцію, інструмент чи канал, засоби, особливо засоби комунікації чи експресії» [10].

Енциклопедія Сучасної України визначає «медіа» як «засоби та інструменти зберігання і передачі інформації та даних для індивідуальної чи та масової аудиторії» [2]. І тісно пов'язує з масовою комунікацією, до якої зараховуються «засоби зв'язку і передачі інформації різних типів – від найдавніших (мова жестів, наскельні малюнки та інші) до найсучасніших, що утворюють глобальну інформаційну супермагістраль» [2].

В іншому визначенні «медіа» вказується, що «у комунікації медіа або медія (англ. *media*, від лат. *medius* – посередник) – засоби передавання, зберігання та відтворення інформації, призначені для її донесення крізь просторові, часові чи інші перепони» [9].

Аналізуючи подані дефініції, звертаємо увагу на:

- *ключові функції медіа*: зберігання, передача, відтворення інформації та даних;
- *мету і призначення*: донесення інформації для індивідуальної чи та масової аудиторії;
- *часові та просторові ознаки та властивості*: донесення інформації до аудиторії крізь просторові, часові чи інші перепони [2; 9].

Таким чином медіа завжди є носієм інформації, спрямованої в соціальне середовище, безпосередньо і тісно пов'язаним із масовою аудиторією, й засобом масової комунікації з нею. Л. Городенко вказує на ширший погляд зарубіжної науки на масову комунікацію, що, зокрема «тлумачить її з погляду комунікації – поширення інформації, ідей та думок, що є частиною людського життя, а методи та способи донесення цих даних до нас і є масовою комунікацією (листівки друзів, телефонні розмови, комп'ютерні диски тощо)» [2]. Як бачимо, ключовим є «поширення інформації, ідей та думок, що є частиною людського життя», у той час як методи та способи її донесення можуть бути різними. Вони включають не лише нові сучасні методи та способи, що з'являються в результаті розвитку цифрових технологій, а й ті давні, що існували до цифрової ери та епохи книгодрукування.

Адже від початку створення світу та людини завжди існувало інформаційне поле та комунікації як відповідні зв'язки і канали в ньому. Поява людини ці комунікації «оживила», «олюднила». І першою комунікацією людини була саме комунікація з Творцем – Богом як Абсолютом. І передусім – це була духовна комунікація [1; 12, с. 161-162]. Ця інформація дійшла до нас через Книги Старого Завіту, що є невід'ємною частиною Біблії. Новий Завіт доносить до нас інформацію про те, як Ісус Христос – Слово, що «в Бога було, і Бог було Слово. Воно в Бога було споконвіку. Усе через Нього повстало, і ніщо, що повстало, не повстало без Нього. І життя було в Нім, а життя було Світлом людей», яке «сталось тілом, і перебувало між нами, повне благодаті та правди» (Ів. 1:1-4, 14) [1] – здійснює соціальну комунікацію, доносячи, як людям безпосередньо, так і всьому людству опосередковано, життєво важливі ціннісні наративи. До цієї інформації, як і до будь-якої іншої, можна ставитися по-різному. Особливо в еру постправди, релятивізму та нігілізму. Проте ця інформація пройшла крізь століття, випробувана часом, і натепер має чимало прихильників її достовірності. Складність її

розуміння в тому, що ця інформація лежить не в матеріальній, а здебільшого духовній площині, і має розумітися духовно.

М. Тимошик так визначив цінність Біблії: «Дивовижним, ще не пізнаним і не поцінованим до кінця витвором історичного поступу людства є Книга Книг – Біблія, яка посідає чи не найголовніше місце в історії духовних набутків світової цивілізації... Як засвідчує кембріджська «Історія стародавнього світу», жодна з книг, створених будь-коли на земній кулі, не наближувалася до такої величезної й постійної популярності, як ця. Саме цей твір став першою друкованою книгою на землі, бо її латинський варіант виготовив на своєму винаході у першій половині XV століття знаменитий німець Йоган Гутенберг» [18, с. 262]. Цей факт видрукування як технічний засіб тиражування є однією з ознак мас-медійності.

У своїй теорії Н. Луман [6] стверджував, що «терміном мас-медіа будуть позначатися всі інституції суспільства, які для поширення комунікації використовують технічні засоби множення. В першу чергу, необхідно вказати на книжки, журнали та газети, для виробництва яких використовується друкарський станок» [6, с. 25].

На медійність Біблії вказує й те, що ця Книга Книг писалася та переписувалася протягом понад 16-ти століть. На той час це були єдині методи та засоби поширення інформації. Зберігалася в папірусних сувоях, значна частина яких дійшла до наших днів і дотепер викликає неослабний інтерес дослідників. Зокрема, застосування американськими науковцями штучного інтелекту до дослідження знайдених у 50-60 рр. минулого століття Кумранських рукописів старозавітних текстів дозволило отримати «відчутні докази того, що такі тексти були скопійовані не одним писцем, а те, що кілька писців, ретельно віддзеркалюючи стиль письма іншого писця, могли тісно співпрацювати над одним конкретним рукописом тексту, який став би розглядатися та шануватися як біблійний» [13]. Це вказує на існування в давні часи організованого процесу переписування біблійних текстів і книг як тогочасної «індустрії тиражування». Також дослідження підтвердило, що до переписування біблійних текстів ставлення було надретельним. Автори, зокрема, зазначили, що писці мали здатність «точно віддзеркалювати стиль письма іншого писця настільки, що сучасні вчені не можуть розрізнити двох писців», що «може свідчити про певний ступінь професіоналізму писця» [13].

Грунтуючись на визначеннях, що «в широкому розумінні будь-яка знакова система, зафіксована в певній формі, є медіа, наприклад, усна мова, зображення чи друкований текст», і що «зазвичай під медіа розуміються технічні засоби та канали комунікації, такі як радіо, телебачення, інтернет, поширення знімних носіїв інформації, що формують особливе середовище комунікації» [9], ми проаналізували Біблію на предмет наявності/відсутності вказаних характеристик медіа й отримали результати, які наводимо в таблиці 1.

Таблиця 1 – Характеристики Біблії як медіа.

Характеристики медіа	Характеристика Біблії як медіа
- є носієм інформації, вкладеної у певній знаковій системі	Біблія як Книга Книг є носієм інформації, відтвореної у знаковій системі та зафіксованої в певній формі (друкований текст, електронний текст, аудіотекст тощо). Особливістю є те, що ця інформація (за винятком історичних описів і хронік) йде від Першоджерела – Бога як Вищого Розуму та Верховного Комуніканта, Абсолюту, отримана каналами духовної взаємодії шляхом інспірації – богонатхнення – та передається через пророків, апостолів, євангелістів тощо як своєрідних медіа, посередників. Первинно інформація, що міститься в Книгах Біблії, передавалася через пророків-медіа публічно, а також з вуст у уста, записувалася у вигляді графічних знаків на папірусі та зберігалася в сувоях.

<p>- є засобом і каналом передачі інформації у просторі та часі</p>	<p>Біблія є засобом передачі, транслятором ціннісної, духовної інформації (як синхронічно – по горизонталі: у певному просторі [соціумі] і часі [епоха, часовий період тощо], так і діахронічно – вертикально: крізь призму століть і суспільно-історичних формацій. «Біблія (грец. Βιβλία – книги) – зібрання священних книг юдейської та християнської релігії; літературна пам'ятка й історичне джерело, що містить різноманітні за змістом і формою оповіді, легенди, міфи, закони, зразки стародавньої духовної поезії від 12 ст. до н. е. до поч. 2 ст. н. е.» [17], що «писалася, переписувалася й перекладалася впродовж понад 1700 років представниками більше, ніж 60 поколінь різних народів світу й не зазнала відтоді практично жодних змістових відхилень від оригіналу. Не віднайти жодної іншої книги, яка б могла суперничати з цією за кількістю випущених у різні періоди накладів [18, с. 202]. У наш час Біблія як засіб і канал передачі сталої, засадничої, суспільно важливої інформації розширила свої можливості за рахунок розповсюдження в електронному текстовому й аудіоформатах.</p>
<p>- технічні засоби та канали комунікації, такі як радіо, телебачення, інтернет, поширення знімних носіїв інформації,</p>	<p>Біблія не є технічним засобом у прямому значенні, але продуктом технічних засобів, що пояснюється давнім походженням цього каналу комунікації, як одного з первісних каналів передачі інформації й обміну нею. Як уже зазначалося, Біблія, завдяки вмісту суспільно важливої та життєвонеобхідної інформації, була спонукою до винайдення друкарського верстата Гутенбергом, і першою книгою, надрукованою на ньому для масового розповсюдження. До цього існувала «технологія» переписування Книги Біблії вручну.</p>
<p>- формує особливе середовище комунікації</p>	<p>Біблія упродовж століть формує особливе середовище комунікації, яким є духовна та соціальна комунікація, як безпосередня, «жива», так і опосередкована Словом Божим, як міжособистісна, так і групова, як у локальному, так і глобальному масштабах. Утворене Біблією середовище – це середовище духовно-фізичного існування людини, що є простором комунікації, де відбувається міжособистісний обмін інформацією, і передусім – духовною. Цей простір існує у двох вимірах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>штучно створений</i>, що віртуально об'єднує аудиторію Біблії через Слово на всіх континентах, мовах, у всіх сферах життя; - <i>реально існуючий</i> у вигляді соціальних груп і спільнот, духовно та фізично об'єднаних біблійною інформацією (Словом Божим).
<p>- є «посередником», виконує функцію сполучної ланки між надсилачем та отримувачем інформації [9]</p>	<p>Біблія виконує функцію посередника, сполучної ланки між надсилачем інформації (Богом як Першоджерелом, Верховним Комуникантом, Вищим Розумом) та отримувачем, споживачем (окремим читачем, соціальною групою, суспільством тощо). При цьому Біблія відтворює кілька рівнів комунікації:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) від первинного Джерела (Бога-Творця, Верховного Комуниканта, Вищого Розуму) – до пророка як посередника (медіа), який є реципієнтом і водночас передавачем; 2) від посередника (медіа) – до цільової аудиторії: людини, соціальної групи, народу., людства загалом; 3) Біблія як медіа (у вигляді друкованої, електронної, аудіо-книги тощо) поширює інформацію, що є продуктом перших двох рівнів комунікаційної взаємодії, в часі, просторі, транслюючи різними мовами у різних форматах, розширюючи таким чином межі аудиторії та доступність для сприйняття. <p>Схематично біблійна схема медіакомунікації має такий вигляд:</p>

	<p>– Старий Завіт: Бог як Верховний Комунікант (первинне джерело інформації) – пророк (медіа) – народ (цільова аудиторія);</p> <p>– <i>Новий Завіт</i>: Бог як Верховний Комунікант (первинне джерело інформації) – Ісус Христос – апостоли (медіа) – народ (цільова аудиторія).</p>
<p>- медіа в комунікації займають місце посередині між матеріальним та нематеріальним світом (К. Йенсен) [2]</p>	<p>Це цілком відповідає Біблії, адже ця Книга Книг не просто займає «місце посередині між матеріальним та нематеріальним світом», а черпає інформацію від духовного Джерела, за наповненням і змістом є продуктом духовної генерації та комунікації, що йде від Первинного Джерела, Верховного Комуніканта, Вищого Розуму – Бога-Творця. Біблія як медіа в комунікації відкриває закони духовного світу, духовної реальності та їхній вплив на особистісне та суспільне життя людини та людства загалом. Унікальність Біблії в тому, що ця Книга Книг змістово є продуктом духовного світу та Вищого Розуму, реалізованим через окремих богонатхненних людей з метою повернення людства до гармонізуючих суспільні відносини та внутрішній світ людини духовних цінностей та основ життя.</p>

Також ми здійснили аналіз функцій медіа та Біблії, основні результати якого подаємо в таблиці 2.

Таблиця 2. – Функції Біблії як медіа.

Функція медіа	Функція Біблії
Інформування.	<p>Функція інформування – донесення суспільно та життєво важливої інформації до людини та людства – є базовою функцією Біблії як медіа. Через сукупність книг у тих чи інших жанрах і форматах Біблія подає інформацію про створення світу та людини, духовні закони суспільного устрою й особистого життя, дію цих законів та наслідки, природу загальнолюдських моральних цінностей, історичні події минулого та пророцтва щодо майбутнього. Ця інформація йде від Першоджерела – Бога як Абсолюту, Вищого Розуму, Верховного Комуніканта – і подається як Правда, що має абсолютну природу. Варто зазначити, що комунікація Бога з людиною в біблійному дискурсі відбувається не лише як одновекторна – Бог говорить («сказав» – 464 рази, «говори/-ть/-в» – 379, «промов/-ив/-ляє» – 358, «клич/-е/-у, покли/-чу/-кав» – 71, «закликав» – 2), а й як двовекторна (Бог «почу/-в/-є/-ю» – 47, «вислуха/-в/-ю» – 26, «озвався» – 2, «відпові/-в/-м/-дає/» – 42, «розсудив» – 3) та багатовекторна – у формі діалогового спілкування Бога з людиною (Вих. 3). При цьому головним змістом комунікації Бога з людиною є відкриття (повідомлення) людині та людству Правди як комплексу ціннісних засадничих наративів, гармонізуючих життя людини та суспільства [12. с. 162].</p>
Освіта	<p>Біблія виконує просвітницьку функцію, транслюючи інформацію від Першоджерела через систему богонатхненних посередників-пророків, авторів хронікальних книг і оповідей, та розкриваючи відповідний зріз історії людства; абсолютні духовні закони; «науку правди» та її основні постулати; боротьбу добра та зла; засади моральності, мудрості та справедливості; духовну природу людини та людської спільноти; причиново-наслідкові закономірності; умови щасливого життя.</p> <p>Біблії для дітей та біблійні історії в анімаційних фільмах і серіалах закладають морально-етичний фундамент підростаючого покоління. У книгах Біблії 285 разів вживаються слова з коренем «навч-» (навч-иш, навч-ишся, навч-ити, навч-ати, навч-ання, навч-атися, навч-ений і т.п.),</p>

Освіта.	<p>68 – з коренем «наук-» (наук-а, наук-и, наук-у), 73 – слово «знання/м». Велику увагу Біблія приділяє навчанню мудрості.</p> <p>Мудрість є однією з ключових духовних категорій біблійного дискурсу поряд з Правдою та Добром. Слова з коренем «мудр-» вживаються 358 разів, в тому числі на позначення іменника (мудр-ість/ю, мудр-ості) – 131 раз, на позначення прикметника (як характеристика особи та/або її дій: мудр-ий/і/ого, мудр-осердий) чи прислівника (мудр-о) – 227 разів. Свою освітню функцію Біблія пояснює сама: <i>«Усе Писання Богом надхнене, і корисне до навчання, до докору, до направи, до виховання в праведності, щоб Божа людина була досконала, до всякого доброго діла готова»</i> (2 Тим. 3:16), <i>«бо Господь – Бог знання, і Він упляновує вчинки!»</i> (1 Сам. 2:3). <i>«Якщо приймеш слова мої ти, а накази мої при собі заховаєш, щоб слухало мудрости вухо твоє, своє серце прихилиш до розуму, якщо до розсудку ти кликати будеш, до розуму кликатимеш своїм голосом, якщо будеш шукати його, немов срібла, і будеш його ти пошукувати, як тих схованих скарбів, – тоді зрозумієш страх Господній, і знайдеш ти Богопізнання, – бо Господь дає мудрість, з Його уст – знання й розум!»</i> (Прип. 2:2-6).</p> <p>Загальновідомим фактом є те, що вивчення біблійних основ, і передусім – Закону Божого – поклало основу шкільній освіті. А друк і поширення Біблії рідними мовами народів спричинили реформацію в країнах Західної Європи та прискорений їхній розвиток.</p>
Рекреативна функція. Розваги.	<p>Біблія як медіа не виконує рекреативну функцію та не пропонує розваг, натомість доносить інформацію, що спонукає до розмислів, осмислення минулого, сучасного суспільного та власного життя через призму духовних категорій і моральних цінностей. Проте вона містить пісні, псалми, тексти, які надихають, дарують піднесеність, радість, відчуття щастя.</p>
Переконування.	<p>Біблія виконує функцію переконування, оскільки її дискурс спрямований на формування духовного мислення та життя людини. Зокрема, транслюючи умови благословення та прокляття як життя і смерті людини, спонукає: <i>«вибери життя, щоб жив ти та насіння твоє»</i> (Повт. 30:19). Як приклад, можна навести приповіді царя Соломона, який писав: <i>«Блаженна людина, що мудрість знайшла, і людина, що розум одержала, бо ліпше надбання її від надбання срібла, і від щирого золота ліпший прибуток її, дорожча за перли вона, і всіляке жадання твоє не зрівняється з нею. Довгість днів – у правці її, багатство та слава – в лівці її. Дороги її – то дороги приємности, всі стежки її – мир»</i> (Прип. 3:13-17).</p> <p>Через переконування Біблія виконує функцію спонукання до правди, добра, справедливості. Як один з прикладів: <i>«Отож, мої брати любі, нехай буде кожна людина швидка послухати, забарна говорити, повільна на гнів. Бо гнів людський не чинить правди Божої. Тому-то відкиньте всіляку нечисть та залишок злоби, і прийміть із лагідністю всіяне слово, що може спасти ваші душі. Будьте ж виконавцями слова, а не слухачами самими, що себе самих обманують. Бо хто слухач слова, а не виконавець, той подібний людині, що риси обличчя свого розглядає у дзеркалі, – бо розгляне себе та й відійде, і зараз забуде, яка вона є. А хто заглядає в закон досконалий, закон волі, і в нім пробуває, той не буде забудько слухач, але виконавець діла, – і він буде блаженний у діянні своїм!»</i> (Як. 1:19-25).</p>
Спостереження.	<p>Біблія є спонукою до спостережень за навколишньою дійсністю. Викладені в Біблії духовні закони та постулати, хоч і приймаються вірою, проте вимагають підтвердження їхньої правдивості в реальному житті, а тому спонукають до спостережень за власним внутрішнім світом і навколишнім природним і суспільним середовищем,</p>

Спостереження.	аналізу причин і наслідків, історичного досвіду та сучасних тенденцій розвитку людського суспільства на мікро та макрорівнях, звіряти наративи сьогодення з ціннісними, засадничими, загальнолюдськими. Цим самим стимулюють «розширення людини» в духовний світ, що гармонізує особистість і суспільство й є ще одним підтвердженням теорії медіа М. Маклуена [8]. Без цих розширень світосприйняття та свідомості, без усвідомлення, за вченням українських метаантропологів, «можливостей трансцендування людини за «межі життя» – в духовний простір, в якому людське з'єднується з божественним, а людина перетворюється в партнера (Mitbildner) Творця» [19, с. 28], неможливо осягнути справжню цінність біблійної інформації, духовні сенси знівелюваних масифікованою свідомістю та релятивізмом фундаментальних категорій і понять. На важливість спостереження вказує і сама Біблія: « <i>Бо Його [Бога] невидиме від створення світу, власне Його вічна сила й Божество, думанням про твори стає видиме. Так що нема їм виправдання, бо, пізнавши Бога, не прославляли Його, як Бога, і не дякували, але знікчемніли своїми думками, і запаморочилось нерозумне їхнє серце. Називаючи себе мудрими, вони потуманіли...</i> » (Рим. 1:20-22); « <i>Що було від початку, що ми чули, що бачили власними очима, що розглядали, і чого руки наші торкалися, – про Слово життя, а життя з'явилося, і ми бачили, і свідчили, і звіщаємо вам життя вічне, що в Отця перебувало й з'явилося нам, – що ми бачили й чули – про те ми звіщаємо вам, щоб і ви мали спільність із нами. Спільність же наша з Отцем і Сином Його Ісусом Христом. А це пишемо вам, щоб повна була ваша радість!</i> » (Ів. 1:1-4).
Інтерпретація.	Біблія виконує функцію інтерпретації подій, явищ, духовних законів, настанов, їхньої дії, місця, ролі та значення в житті людини та суспільства, через їхню призму аналізує та пояснює причини негативних особистих і соціальних наслідків, вказує на можливості та шляхи подолання проблем, уникнення деструкції, звертає увагу на взаємопов'язаність духовного та фізичного життя людини, акцентуючи на пріоритеті духовного. Це подається в різножанрових текстах у книгах Закону, історичних оповідах, піснях, Євангеліях та посланнях апостолів. Як приклад наведемо інтерпретації Ісуса Христа: « <i>І Він [Ісус Христос] покликав народ, і промовив до нього: «Послухайте та зрозумійте! Не те, що входить до уст, людину сквернить, але те, що виходить із уст, те людину сквернить... Чи ж ви не розумієте, що все те, що входить до уст, вступає в живіт, та й назовні виходить? Що ж виходить із уст, те походить із серця, – і воно опоганює людину. Бо з серця виходять лихі думки, душогубства, перелюби, розпуста, крадіж, неправдиві засвідчення, богозневаги. Оце те, що людину опоганює»</i> (Мт. 15:10-11, 17-20). « <i>Як ви можете мовити добре, будиши злі? Бо чим серце наповнене, те говорять уста. Добра людина з доброго скарбу добре виносить, а лукава людина зо скарбу лихого виносить лихе. Кажу ж вам, що за кожне слово пусте, яке скажуть люди, дадуть вони відповідь судного дня! Бо зо слів своїх будеш виправданій, і зо слів своїх будеш засуджений»</i> (Мт. 12:34-37). Ці слова є важливими біблійними постулатами для сучасної журналістики та медіакомунікацій.
Зв'язок	Біблія як канал комунікації, і передусім – духовної, є засобом зв'язку між людьми на основі духовного світогляду та ціннісного базису, який ця Книга Книг формує як медіа, здійснюючи духовний вплив на світосприйняття людини та її самоідентифікацію. Духовна інформація об'єднує осіб з різних соціальних груп і прошарків, як контактно, так і безконтактно. Часто малознайомі особи стають близькими та рідними по духу завдяки єдиній біблійній духовній платформі комунікації. Цей духовний зв'язок і єдність Ісус Христос висловив так:

Зв'язок.	<p>«А ту славу, що дав Ти Мені, Я їм [Своїм учням – С. П.] передав, щоб єдине були, як єдине і Ми. Я – у них, а Ти – у Мені, щоб були досконалі в одно, і щоб пізнав світ, що послав Мене Ти, і що їх полюбив Ти, як Мене полюбив» (Ів. 17:22-23). На важливість цього духовно-фізичного зв'язку та єднання вказував і апостол Павло: «Отож, благаю вас я, в'язень у Господі, щоб ви поводитися гідно покликання, що до нього покликано вас, зо всякою покірною та лагідністю, з довготерпінням, у любові терплячи один одного, пильнуючи зберігати єдність духа в союзі миру. Одне тіло, один дух, як і були ви покликані в одній надії вашого покликання. Один Господь, одна віра, одне хрищення, один Бог і Отець усіх, що Він над усіма, і через усіх, і в усіх» (Еф. 4:1-6).</p>
Соціалізація.	<p>Біблія виконує унікальну функцію «духовної соціалізації». Оскільки соціалізація є процесом входження індивіда у суспільство та «містить засвоєння системи знань, норм, правил поведінки, цінностей та переконань, що дозволять ефективно функціонувати в межах певного суспільства» [4], остільки Біблія пропонує вищі, духовні виміри соціалізації, що ґрунтуються на абсолютних знаннях і цінностях, засадничих нормах моралі та правилах поведінки, що йдуть від Першодержела – Бога-Творця як Абсолюту та спрямовані на гармонізацію умов соціальної дійсності та відновлення комфортного середовища проживання людини. Як написано в Біблії: «Нехай книга цього Закону не відійде від твоїх уст, але будеш роздумувати про неї вдень та вночі, щоб додержувати чинити все, що написано в ній, бо тоді зробиш щасливими дороги свої, і тоді буде щастити тобі» (І. Нав. 1:8).</p> <p>Соціалізація сприймається і як процес перейняття поведінки, прийнятої в поточній соціальній групі [9]. Проте в соціальній групі може бути прийнятою як позитивна, конструктивна, моральна поведінка, так і негативна, деструктивна, аморальна. Біблія ж зближує людей і пов'язує їх в єдину спільноту на основі лише моральної, добродійної поведінки. А тому духовна соціалізація є вищим рівнем соціалізації, що об'єднує не за освітою, статусом, національністю, кольором шкіри чи то місцем проживання людини, і в біблійному дискурсі оречевлюється так: «Тепер же відкиньте і ви все оте: гнів, лютість, злобу, богозневагу, безсоромні слова з ваших уст. Не кажіть неправди один на одного, якщо скинули з себе людину стародавню з її вчинками, та зодягнулися в нову, що відновлюється для пізнання за образом Створителя її, де нема ані геллена, ані юдея, обрізання та необрізання, варвара, скита, раба, вільного, – але все та в усьому Христос! Отож, зодягніться, як Божі вибранці, святі та улюблені, у щире милосердя, добротливість, покірну, лагідність, довготерпіння. Терпіть один одного, і прощайте собі, коли б мав хто на кого оскарження. Як і Христос вам простив, робіть так і ви! А над усім тим – зодягніться в любов, що вона – союз досконалости! І нехай мир Божий панує у ваших серцях, до якого й були ви покликані в одному тілі. І вдячними будьте!» (Кол. 3:8-15).</p> <p>Важливим наслідком духовної соціалізації є цінність прийняття людини як творіння Божого – «первопочину творів Його» (Як. 1:18) та відповідної комунікації з нею. «Тому-то, неправду відкинувши, говоріть кожен правду до свого ближнього, бо ми члени один для одного. Гнівайтесь, та не грішіть, – сонце нехай не заходить у вашому гніві, і місяць дияволу не давайте! Хто крав, нехай більше не краде, а краще нехай працює та чинить руками своїми добро, щоб мати подати нужденному. Нехай жадне слово гниле не виходить із уст ваших, але тільки таке, що добре на потрібне збудування, щоб воно подало благодать тим, хто чує. І не засмучуйте Духа Святого Божого, Яким ви запечатані на день викупу. Усяке подратування, і гнів, і лютість, і крик, і лайка нехай буде взято від вас разом із усякою злобою. А ви один до одного будьте ласкаві, милостиві, прощаючи один одному, як і Бог через Христа вам простив!» (Еф. 4:25-32).</p>

За класифікацією медіа Біблія потрапляє в категорію «традиційних медіа», оскільки «традиційно до медіа зараховують періодику (газети, журнали), аудіовізуальні засоби масової інформації (радіо, телебачення), віднедавна – інтернет-медіа. Крім того, медіа прийнято вважати книги, кінофільми, аудіозаписи, відеозаписи, телетекст, рекламні носії. Основною об'єднуючою характеристикою для різних типів медіа є донесення інформації до споживача за допомогою спеціальних засобів» [2]. Проте у повному значенні традиційним медіа цю Книгу Книг назвати складно, оскільки **ряд ключових характеристик дають підставу визначити Біблію як унікальне медіа, яке:**

- 1) містить ціннісну, засадничу, життєвонеобхідну інформацію, що має духовну, метафізичну природу;
- 2) транслює Правду в її абсолютних вимірах, розкриває її метафізичну природу та сутність, подає «науку правди» [12];
- 3) акумулює та транслює інформацію від трансцендентного Першоджерела – Бога-Творця, Абсолюту;
- 4) має унікальну структуру та жанрово-стильову побудову;
- 5) зберігає ціннісну абсолютність, не релятивізує під впливом трендів сучасного світу, зберігає контент незмінним протягом століть;
- 6) охоплює все нові аудиторії, розширюючи постійно часові та просторові межі, набуваючи при сталій інформації все більшого поширення та популярності завдяки перекладам на мови народів світу та використанню новітніх цифрових технологій;
- 7) демонструє незмінну актуальність, суспільну цінність інформації на тлі локальних і глобальних суспільно-політичних подій упродовж багатьох періодів історичного розвитку людства;
- 8) справляє позитивний вплив на особу та суспільство, транслюючи алгоритми духовного самоусвідомлення і пізнання та спонукаючи до духовного досягнення вічних цінностей і вічного життя.

Н. Луман у книзі «Реальність мас-медіа» стверджує: «Те, що нам відомо про наше суспільство і навіть про світ, в якому ми живемо, ми знаємо завдяки мас-медіа. Це стосується не тільки наших знань про суспільство та історію, але й наших знань про природу... З іншого боку, ми так багато знаємо про мас-медіа, що не можемо довіряти цим джерелам інформації. Ми захищаємося підозрою в маніпуляціях, проте ця підозра не має будь-яких серйозних наслідків, адже знання, яке ми черпаємо з мас-медіа, начебто саме по собі виростає в конструкцію, що вже несе сама себе» [6, с. 24].

Натомість, говорячи про Біблію як медіа, можемо констатувати, що ця Книга Книг як мас-медіа несе первинну інформацію про природу, світ, людину, суспільство й їхні внутрішні та зовнішні взаємозв'язки, не маніпулюючи нею, а розкриваючи її всіма доступними для людського пізнання та розуміння методами та способами. Маніпуляції цією інформацією виникають на етапі її прийняття й осягнення раціональним людським розумом, обмеженим суб'єктивним сприйняттям, мотивами, світоглядом, інтелектом, стереотипами, традиціями тощо. Очевидним підтвердженням є факт існування в межах християнства як однієї з найпоширеніших світових релігій множини вчень і теорій, що, ґрунтуючись на Біблії як Святому Письмі, Слові Божому, не знаходять порозуміння й єдності, мають розбіжності в інтерпретаціях і тлумаченнях аж до протистояння, що, відповідно, не несе миру в суспільство. Це має очевидні вияви в умовах російської агресії і повномасштабної війни в Україні.

Біблія справляє вплив на культуру, психіку, фізіологію людини, і це є теж характеристикою медіа. Трансльовані в ній засадничі цінності, усвідомлення природи людини та її соціальної ролі, моральних підвалин життя людства формують світогляд людини, гармонізують її духовне, психоемоційне та фізичне життя. Фізіологія людини тісно пов'язана з її духовністю і певним чином є залежною від неї. Висока духовність позитивно впливає на фізіологічні процеси людського організму, проте ця тема залишається малодослідженою.

Першим замислився над потребою вивчати й розуміти вплив медіа на культуру, психіку, фізіологію Маршалл Маклуен. Свою теорію канадський учений виклав у книзі «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини» («*Understanding Media: The Extensions of Man*») [8]. Вивчаючи Біблію з позиції медіа, можемо констатувати, що ця Книга Книг розширює властивості людини як духовно-фізичної субстанції, і саме в напрямку **духовної самоідентифікації**, відповідно розширюючи світоглядний горизонт, об'ємність мислення й осягнення дійсності та можливості якісної, конструктивної соціальної взаємодії в різних сферах, напрямках і на різних рівнях. При цьому перевагою Біблії як медіа є те, що це медіа не лише вказує на сутність духовних розширень, а й розкриває шляхи й алгоритми правильного й ефективного використання духовного осягнення та розширення заради Вічного Життя людини та людства. І це є **місією Біблії як Унікального Медіа**. Для кодування Біблії як Унікального Медіа пропонуємо ввести позначення «**У-Медіа**» (**Унікальне Медіа**).

Зв'язок Біблії як Унікального Медіа з журналістикою є очевидним, але недооціненим. Передусім у ставленні до Біблії як до джерела та мірила Правди в її абсолютних вимірах [12]. Ціннісні наративи Божого Слова – Біблії – лежать в основі концепції світоглядної публіцистики, розвинутої Й. Лосем [5], проте ця концепція здебільшого не знаходить свого місця в освітньо-професійних програмах підготовки журналістів, за винятком Львівського національного університету та львівської школи журналістики.

На актуалізації «питання про релігійний вимір журналістської творчості» наголошує Т. Хоменко [20], і пояснює: «керуючись ним, журналіст здобуває свободу визнання і проголошення правди як Абсолюту, поціновує своє і чиесь сумління, як основний чинник подолання свавілля у всіх соціальних інститутах, приймає і проголошує Особу, відмовляється від масованості фактів, які не несуть нових моральних осягнень, пригнічують вразливий внутрішній світ людини, викликають глобальне відчуження» [20, с. 86]. Науковиця робить висновок: «Сьогодні під прикриттям абсолютизованих кожною секулярною людиною, а отже, й більшою частиною людства, – гасел: свободи і прав особистості, подаються сфальшовані факти з життя, слова і фрази, вихоплені з тексту. Виставляються на глум святість, краса і правда» [20, с. 86]. І з цим важко не погодитися.

Є. Сверстюк у статті «Біблія в Україні» констатує: «Біблія дала порізаним людям і народам спільні поняття і вартості. Вона об'єднала їх навколо святині. Але головне – вона дала їм дух. Слово через Святе Письмо стало дзеркалом безсмертної душі і дзеркалом народу в потенції. Жадної книги так високо не підносили і жадної так не переслідували» [16, с. 132].

Результати дослідження медійності Біблії та її пов'язаності зі Словом, Законом, Правдою, Добром, засадничими загальнолюдськими цінностями, що розкривають природу духовної комунікації й її роль у суспільному житті та журналістиці з позицій соціальнокомунікаційного підходу підлягають оприлюдненню в окремих наукових публікаціях.

Висновки та перспективи. Проведене вивчення характеристик і функцій Біблії підтвердило їхню відповідність поняттю «медіа» (за винятком таких як періодичність та змінність і постійна оновлюваність контексту), а також виявило ряд особливих характеристик і функцій, що формують унікальність цього медіа як засобу масової інформації та каналу комунікації. З'ясовано, що Біблія транслює інформацію, яка каналами духовної та соціальної комунікації безпосередньо та/або опосередковано йде від Першоджерела – Абсолюту. Зміст і цінність цієї інформації залишається незмінною впродовж багатьох століть. Як медіа Біблія є носієм унікальної інформації, спрямованої в соціальне середовище, пов'язаним із масовою аудиторією, та засобом масової комунікації з нею, тобто унікальним мас-медіа. Трансльовану Біблією інформацію можна сприймати або не сприймати, нехтувати, але змістова цінність її залишається незмінною. За цими та іншими характеристиками запропоновано віднести Біблію як медіа до класу «**унікальне медіа**» та скорочено позначити «**У-Медіа**», що не применшує її цінності як джерела релігійних учень і релігієзнавчих розвідок.

Практичне значення дослідження ще й у тому, щоб з'ясувати роль Біблії як носія інформації та значення трансльованої нею інформації для журналістики, підготовки журналістів, фахівців із медіакомунікацій, які своєю професійною діяльністю здійснюють вплив на формування інфопростору, громадської думки та світогляду членів суспільства. За професійною приналежністю в їхніх руках важелі добра і зла, а тому журналіст, фахівець з комунікації має розуміти, розрізняти добро та зло, усвідомлювати свою відповідальність перед суспільством і Богом і чинити свідомий вибір. Це складає практичну цінність дослідження. Вивчення Біблії як унікального медіа (У-Медіа), єдиного в своєму роді, має зайняти відповідне місце в освітньо-професійній підготовці журналістів, і зокрема «журналістів свідомого вибору» (за нашим визначенням), що будують свою професійну діяльність на усвідомлених принципах правдоцентричності та соціальної відповідальності. А тому ставлення до Біблії та трансльованої нею інформації має бути як до медіа, що несе Правду і потребує теоретичного, емпіричного та духовного осягнення й осмислення.

Умовні скорочення. У статті при цитуванні біблійних текстів використані загальноприйняті умовні скорочення назв книг Біблії:

Вих. – Книга Вихід (2-га Книга Мойсеєва); **Еф.** – Послання св. апостола Павла до ефесян; **Ів.** – Євангелія від св. Івана; **І. Нав.** – Книга Ісуса Навина; **Кол.** – Послання св. апостола Павла до колоссян; **Мт.** – Євангелія від св. Матвія; **Повт.** – Книга Повторення Закону (5-а Книга Мойсеєва); **Прп.** – Книга приповістей Соломонових; **Рим.** – Послання св. апостола Павла до римлян; **1 Сам.** – Перша книга Самуїлова; **2 Тим.** – Друге послання апостола Павла до Тимофія; **Як.** – Соборне послання св. апостола Якова.

1. Біблія, або Книги Святого Письма Старого й Нового Заповіту. / перекл. Огієнко І. І. Київ : Українське Біблійне Товариство. 2018. 1229 с.
2. Городенко Л. М. Медіа. *Енциклопедія Сучасної України*. / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-66085> (дата звернення 20.10.2024)
3. Корнєєв В. М. *Актуальний стан і перспективи розвитку наукових досліджень соціальних комунікацій в Україні : монографія*. Київ : Паливода А. В., 2016. 342 с.
4. Кухта М. П. Соціалізація. *Велика українська енциклопедія*. URL: <https://vue.gov.ua/Соціалізація> (дата звернення 20.10.2024)
5. Лось Й. Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу : Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації: У 2 ч., ч. 1. Львів : ПАІС, 2008. 376 с.
6. Луман Ніклас. Реальність мас-медіа. / за ред. Іванова В. та Мінакова М. Київ : ЦВП, 2010. 158 с.
7. Маринович М. Україна на полях Святого Письма : проза, вірші, есе, публіцистика, листи / упоряд. В. П. Іванишин ; авт. передм. В. П. Іванишин. 1991. Дрогобич : Відродження. 108 с.
8. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Berkeley : GINGKO PRESS Inc, 2013. 336 с.
9. Медіа. *Вікіпедія : Вільна енциклопедія* [Електронний ресурс]. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0> (дата звернення 20.10.2024)
10. Oxford English Dictionary. Media. URL: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=media> (дата звернення 20.10.2024)
11. Online Etymology Dictionary. Medium. Media. URL: https://www.etymonline.com/word/medium#etymonline_v_12522 (дата звернення 20.10.2024)
12. Петренко С. І. *Правда як соціальнокомунікаційна категорія журналістики : дис. ... доктора філософії з журналістики : об1 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка*. Київ, 2021. 382 с. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25776.07688>
13. Popović Mladen, Maruf A. Dhali, Schomaker Lambert. Artificial intelligence based writer identification generates new evidence for the unknown scribes of the Dead Sea Scrolls exemplified by the Great Isaiah Scroll (1QIsa^a). *PLOS One*. 2021, April 21. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249769> (дата звернення 15.12.2024)
14. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. *Психолінгвістика*, 2012. №10. С. 305-314. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44 (дата звернення 12.11.2024)

15. Савченко О. В. Мас-медіа. *Енциклопедія Сучасної України*. / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-64254> (дата звернення 10.01.2025)
16. Сверстюк Є. Біблія в Україні. *Правда полинова*. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009. С. 129-141.
17. Степовик Д. В. Біблія. *Енциклопедія Сучасної України*. / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2003. URL: <https://esu.com.ua/article-39828> (дата звернення 15.01.2025)
18. Тимошик М. С. Історія видавничої справи : підручник. Київ : Наша культура і наука, 2003. 496 с.
19. Хамітов Н. В. Філософська антропологія як метаантропологія: метатеорія соціогуманітарного знання і філософія буденного, граничного та метаграничного буття людини. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*, 2015. – № 2. – С. 27-41. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prcr_2015_2_7 (дата звернення 10.01.2025)
20. Хоменко Т. Проповідництво і сучасна публіцистика : Монографія. Львів : ПАІС, 2008. 136 с.
1. Ohienko, I. I., (transl.). (2018). *The Bible, or the Books of the Holy Scriptures of the Old and New Testaments*. Ukrajinsjke Biblijne Tovarystvo, Kyjiv, 1229 p.
2. Horodenko, L. M. (2018). Media. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine]*, in Eds. I. M. Dziuba, A. I. Zhukovsky, M. H. Zhelezniak [et al.]; National Academy of Sciences of Ukraine, Shevchenko Scientific Society. The NASU institute of Encyclopedic Research, Kyiv, available at: <https://esu.com.ua/article-66085>
3. Kornieiev. V. M. (2016). *Current status and prospects for the development of scientific research on social communications in Ukraine: monograph*. Palyvoda A. V., Kyjiv, 342 p.
4. Kukhta, M. P. Socialization. *Velyka Ukrajinsjka Encyklopedija [Great Ukrainian Encyclopedia]*, available at: <https://vue.gov.ua/Соціалізація> (date of application 20.10.2024)/
5. Los, Y. D. (2008). *Journalism and Trends in World Development: A Textbook for Higher Educational Institutions of III–IV Levels of Accreditation: In 2 parts*, part 1. PAIS., Ljviv, 376 p.
6. Luman, Niklas. (2010). *The Reality of Mass Media*. Centr viljnoji presy, Kyjiv, 158 p.
7. Marynovych, M. (1991). *Ukraine in the Margins of Holy Scripture: prose, poems, essays, journalism, letters*. Vidrodzhennja, Droghobych, 108 p.
8. McLuhan, M. (2013). *Understanding Media: The Extensions of Man*. GINGKO PRESS Inc, Berkeley, 336 p.
9. Media. *Vikipediya : Viljna Encyklopedija [Wikipedia : Free Encyclopedia]* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0> (date of application 20.10.2024)
10. Oxford English Dictionary. Media. URL: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=media> (date of application 20.10.2024)
11. Online Etymology Dictionary. Medium. Media. URL: https://www.etymonline.com/word/medium#etymonline_v_12522 (date of application 20.10.2024)
12. Petrenko, S. I. (2020). *Truth as a Social and Communication category of Journalism. PhD diss. (journ. sci.) Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv*, 382 p. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25776.07688>
13. Popović Mladen, Maruf A. Dhali, Schomaker Lambert. (2021, April 21). Artificial Intelligence Based Writer Identification Generates New Evidence for the Unknown Scribes of the Dead Sea Scrolls Exemplified by the Great Isaiah Scroll (1QIsa^a). *PLOS One*, available at: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249769> (date of application 15.12.2024)
14. Rizun, V. V. (2012). «Outlines of the methodology of social communication studies». *Psykhoholinghivistyka [Psycholinguistics]*, no 10, pp. 305-314, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44 (date of application 12.11.2024)
15. Savchenko, O. V. (2018). Mass media. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine]*, in Eds. I. M. Dziuba, A. I. Zhukovsky, M. H. Zhelezniak [et al.]; National Academy of Sciences of Ukraine, Shevchenko Scientific Society. The NASU institute of Encyclopedic Research, Kyiv, available at <https://esu.com.ua/article-64254> (date of application 10.01.2025)
16. Sverstiuk, Ye. (2009). The Bible in Ukraine. *Pravda polynova. [The Truth is Wormwood]*, Vydavnychyj dim «Kyjevo-Moghyljansjka akademija», Kyjiv, pp. 129-141.
17. Stepanyk, D. V. (2003). Bible. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine]*, in Eds. I. M. Dziuba, A. I. Zhukovsky, M. H. Zhelezniak [et al.]; National Academy of Sciences of Ukraine, Shevchenko Scientific Society. The NASU institute of Encyclopedic Research, Kyiv, available at: <https://esu.com.ua/article-39828> (date of application 15.01.2025)

18. Tymoshyk, M. S. (2003). *History of Publishing: Textbook*. Nasha kuljtura i nauka, Kyjiv, 496 p.
19. Khamitov, N. V. (2015), Philosophical Anthropology as Metaanthropology: Metatheory of Social Humanities Knowledge and Philosophy of Everyday Life, Limited and Metalimited Human Being. *Problemy socialjnoji roboty: filosofija, psykhologhija, sociologhija [Problems of Social Work: Philosophy, Psychology, Sociology]*, no 2, pp. 27-41, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prcr_2015_2_7 (date of application 10.01.2025)
20. Khomenko, T. (2008). *Preaching and Modern Journalism: Monograph*. Львів : ПАІС., 136 с.

UDC 070:[27-23:316.774]

THE BIBLE AS MEDIA: A COMPARATIVE ANALYSIS FROM A SOCIAL COMMUNICATION APPROACH

Petrenko Svitlana, PhD (Journalism),

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv, Ukraine, e-mail: s.petrenko@kubg.edu.ua

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-9596-5531>

Introduction. In the conditions of modern information wars, the development of manipulation technologies, and global crisis phenomena, sources that transmit value narratives aimed at harmonizing social relations and restoring value systems deserve research attention.

Relevance and study. The article reveals a scientific view of the Bible as a media that has been transmitting moral and spiritual discourse and a system of fundamental values as the fundamental basis of the world order for many centuries, reproducing a unique model of communication, but from the standpoint of a social communication approach it is not studied. This determines the novelty and relevance of the investigation, the purpose of which is to investigate the mediality of the Bible and its place and role in journalism and social communications.

Methodology. The research is comprehensive, carried out in the paradigm of «truth - journalism - society». The methodological basis is a social communication approach. The typological object is the Bible as a media. The methods of conceptual, comparative, discursive analysis, and synthesis were applied. To understand the nature and system of spiritual communication reflected in the Bible, as well as to interpret the unique properties of the object under study, elements of philosophical methods were used: dialectical, metaphysical, intuitive, and phenomenological.

Results. The article presents the results of the first stage of the study – the analysis of the Bible for compliance with the characteristics and functions of the media. The correspondence of the Bible to the definition of «media» and its modern interpretations was clarified. The features that form the uniqueness of this media were identified. Their list and justification are provided. It is established that the Bible accumulates and transmits information from the transcendent Source – the Absolute, has a unique structure and genre-style construction, preserves value absoluteness, does not relativize under the influence of trends in the modern world, conveys content unchanged, demonstrates the relevance, social value of information against the background of local and global socio-political events throughout many periods of the historical development of mankind, has a positive impact on the individual and society, transmitting algorithms of spiritual self-awareness and cognition and encouraging the spiritual comprehension of eternal values and eternal life. The connection of the Bible with journalism and the prospects for scientific research of this source and practical application are indicated.

Conclusions. The results of the study provide grounds to define the Bible as a unique media, a translator of fundamental values, which is aimed at restoring the value system of humanity and harmonizing social relations and is a promising source of social communication research.

Keywords: journalism, media, social communications, media communications, spiritual communication, Bible, values, uniqueness.

Стаття надійшла до редакції 15.02.2025 р.

Рекомендовано до видання 12.03.2025 р.