

ваш святий обов'язок. Хто не виконає цей обов'язок, той буде виключений з селянського стану і не матиме права на власну землю» [25, с. 1]. Їх мета полягала в тому, щоб шляхом демагогічних обіцянок, апелювання до почуттів «селян-власників» змусити їх працювати якомога інтенсивніше і ретельніше на користь окупантів.

Таким чином, періодичні видання сходу України містили інформацію, що відбивала хід та пропагандистське забезпечення організаційних перетворень у сільському господарстві, його матеріально-технічний стан та ступінь використання в інтересах окупаційної влади. Розроблена тема потребує подальшого вивчення для заповнення невідомих лакун історії нашого краю за допомогою документальних джерел тієї доби.

Джерела та література

1. Кушнарєнко Н.Н. Документоведение : учебник / Н.Н. Кушнарєнко. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. – 460 с.
2. Донецкий вестник. – 1942. – 5 марта.
3. Донецкий вестник. – 1942. – 12 марта.
4. Нове Життя. – 1943. – 31 серпня.
5. Донецкий вестник. – 1942. – 23 апреля.
6. Донецкий вестник. – 1942. – 26 апреля.
7. Донецкий вестник. – 1942. – 21 мая.
8. Донецкий вестник. – 1943. – 25 апреля.
9. Донецкий вестник. – 1942. – 2 апреля.
10. Донецкий вестник. – 1942. – 22 сентября.
11. Нове Життя. – 1943. – 18 березня.
12. Донецкий вестник. – 1942. – 29 марта.
13. Донецкий вестник. – 1942. – 2 июня.
14. Наконечный С.И. «12-08» не выходит на связь / С.И. Наконечный. – Донецк : Донеччина, 1998. – 255 с.
15. Нове Життя. – 1942. – 6 листопада.
16. Донецкий вестник. – 1942. – 12 февраля.
17. Нове Життя. – 1942. – 26 вересня.
18. Відбудова. – 1942. – 29 грудня.
19. Донецька газета. – 1943. – 3 січня.
20. Донецкий вестник. – 1941. – 14 декабря.
21. Донецкий вестник. – 1941. – 18 декабря.
22. Нове Життя. – 1942. – 16 жовтня.
23. Нове Життя. – 1942. – 15 листопада.
24. Нове Життя. – 1943. – 9 лютого.
25. Нове Життя. – 1943. – 17 квітня.

**Ірина Недошитко
м. Тернопіль**

КОМУНІКАТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК РІЗНОВИД ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ ЦЕРКВИ

Комунікаційно-інформаційна діяльність є важливим фактором у людському суспільстві та в Церкві зокрема. Вона є основою прогресу та

людських стосунків. Виступає невід'ємним фактором у міждержавному діалозі, міжцерковному, міжорганізаційному і навіть міжособистісному, саме це сприяє розвитку держави, Церкви, організацій та індивідів. Важливість комунікації у сучасному світі важко переоцінити, її потреба відчувається в різних галузях і сферах людського життя, а зокрема в життєдіяльності Церкви.

Витокові традиції української духовності завжди були пов'язані з релігією. Релігія й Церква в сучасній Україні є не лише важливими духовнотворчими факторами, а й вагомими чинниками суспільного життя. Українська Греко-Католицька Церква як одна з традиційних церков українства має давні й багаті традиції соціального служіння. У сучасних умовах вона не залишається осторонь низки суспільних і політичних проблем, виразно й недвозначно формулює своє ставлення до найактуальніших питань сьогодення, є важливим чинником суспільного розвитку. Мета цього дослідження – проаналізувати основні позиції соціальної доктрини УГКЦ, виокремити ті аспекти суспільно-політичного вчення церкви, які найактивніше й найдієвіше впливають на перебіг політичних подій, а також є реакцією на реалії політичного сьогодення [1]. Виняткові зміни і прогрес у галузі інформаційної політики та суспільної комунікації відбулися після Другого Ватиканського Собору, саме соборові постанови і документи зробили особливий внесок в історію розвитку мас-медіа в житті і діяльності УГКЦ та Вселенської Церкви в усьому світові.

Декрет Другого Ватиканського Собору про засоби масової комунікації *InterMirifica* [2], є вагомим внеском Учительського уряду Церкви в розвиток вчення про ЗМІ. Саме у цьому документі вперше в історії Католицької Церкви Вселенський Собор не лише обговорював питання про засоби масової комунікації, але й видав відповідний документ. Проаналізувавши його зміст, відзначаємо низку головних положень *InterMirifica*, що привели до важливих позитивних змін у християнській науці та суспільному житті – започаткування нової термінології. Замість поняття масової комунікації вперше запроваджено термін «соціальна комунікація» [2, с. 61]. На думку підготовчої комісії, такі терміни, як «інформаційні технології» [3, с. 89], «аудіовізуальні технології» [4, с. 18], «засоби масової інформації» [4, с. 27], «мас-медіа», «медіа» [5, с. 139] та «масова комунікація», не здатні відобразити ту сутність, яку бачить Церква у роботі цих структур. Тому до наукового обігу введено термін *theinstrumentsofsocialcommunication*, або *thethemeansofsocialcommunication* (знаряддя або засоби соціальної комунікації), який охоплює усі способи суспільного спілкування і є ширшим за поняття *massmedia* (преса, радіо, телебачення, кіно). Поняття «соціальна комунікація», тобто спілкування людей у суспільстві, містить у собі, окрім технічних засобів, ще й інші форми людського спілкування, виражені у різних суспільствах і культурах [3]. Запровадження Всесвітнього дня комунікації впроваджено Церквою для того, «щоб навчати вірних їхнім обов'язкам у цих речах» [2, с. 85].

Прогрес у сфері комунікації набрав такого розмаху, і слід зазначити, що він набирає все більше і більше обертів, що на сьогодення кожна людина, тим чи іншим чином є задіяна у сфері комунікації і велика кількість людей не

уявляє свого життя без таких речей як телебачення, Інтернет, радіо та ін. ЗМІ.

Справді, наше століття є століттям інформації. Тому люди та організації, які зацікавлені в поширенні своєї продукції, посилено користуються засобами масової інформації, тому що саме через ці засоби можна найефективніше вплинути на людину та найякісніше донести до неї бажане повідомлення.

Будучи свідком такого стрімкого інформаційно-технічного прогресу, Церква не може залишатися осторонь, не використавши можливостей цього прогресу, адже однією із настанов Ісуса Христа своїм апостолам була: «Ідіть же по всьому світу та проповідуйте Євангелію всякому творінню» [7, с. 70]. Звичайно, що за часів Христа не було іншого способу, як ходити та проповідувати, і це був найефективніший та можливо єдиний спосіб поширити інформацію. Натомість у нашу добу одним із ефективних способів розповсюдити науку Спасителя та Євангеліє є засоби мас-медіа. Зрештою, галузь мас-медіа на сьогодні має такий великий вибір способів розвивати Христову науку.

Безперечно, галузь мас-медіа несе за собою велику відповідальність. Вона впливає на людину таким чином, що будує її світогляд. Проте не слід забувати, що вона також несе негативну інформацію, яка спотворює людину та наносить їй психологічні травми, які деколи залишаються на все життя. Зважаючи на це, участь Церкви у засобах масової комунікації та використання їх з метою поширення Євангелії стає вже не правом, а обов'язком, бо головним завданням Церкви є привести людину до спасіння, а оскільки сучасна людина перебуває в тенетах ЗМІ, то це можна зробити тільки способом використання тих самих ЗМІ з метою спасіння людини.

Іван Павло II, окреслюючи поняття комунікації, зазначив, що комунікація – це найперший Аеропаг нашої доби. Наголошуючи на важливості комунікації, він сказав: «Засоби соціальної комунікації вже набрали такої ваги, що стали для багатьох головними помічниками в освіті й постачальниками інформації, головними наставником і натхненником в особистих, родинних та суспільних діях» [8, с. 6]. Зважаючи на ці слова Івана Павла II, Церква повинна брати активну участь у поширенні Євангелія саме за допомогою ЗМІ. Адже щоб дійсно вплинути на людину та її життя, потрібно зрозуміти, чим живе людина, а також доносити Христове Євангеліє людині у такий спосіб, який для неї є невід'ємною частиною її повсякденного життя.

Розвиток засобів масової комунікації спричинив у сучасному світі масштабний інформаційно-технологічний вибух. Цей вибух змусив людей переосмислити ті проблеми, які хвилювали людство від самого початку. Це проблеми сприйняття навколишнього світу та місце людини в ньому. Інформація починає займати перше місце в індустріальній ієрархії цінностей світу, залишаючи за собою такі цінності, як гроші та влада. Цей потужний інформаційний прогрес, який відбувається на зламі тисячоліть, змінює суспільство та держави настільки, що вони ставлять собі за мету бути володарями не земель чи рабів, а стати володарями інформації та утримуватися на вершині нової інформаційної піраміди. Звичайно, що такий

прогрес не зміг оминати і людину. Людина настільки була захоплена і втягнута у інформаційний світ масових комунікацій, що навіть не встигла помітити, як стала не *homosapiens*, а *homocomunicens* [9, с. 10]. Найсприятливіше середовище зробило людину істотою комунікаційною.

Новий етап співпраці церкви із засобами масової комунікації був започаткований Папою Іоанном XXIII у 1960 р. створенням окремого Секретаріату для преси. До періоду Другого Ватиканського Собору серед документів Церкви про ЗМІ виділяємо *VigilantiCura* [9, с. 25-38] та *MirandaProrsus* [9, с. 39-72] *VigilantiCura* (Невсипуща турбота) – енцикліка Папи Пія XI про кінематограф (1939) – стала першою папською енциклікою про засоби комунікації XX ст., де розглянуто кіномистецтво як один із сучасних засобів інформації. Застерігаючи про небезпеку можливого негативного впливу кінематографа на моральність суспільства, папський документ пропонує певний позитивний підхід, що полягає у використанні засобів кіно для формування гуманістичного світогляду націй і народів [6]. Інформаційно-технологічний прогрес приніс у життя людини багато новизни та технологій. Це був розвиток уже існуючих видів комунікації та розвиток нових засобів комунікації таких як відео касети, супутникове телебачення, стрімкий розвиток комп'ютерних технологій. Прогрес настільки змінив людське уявлення про світ, що людина, яка жила у світі хаосу почала робити із нього комунікаційний прогрес. «Процес інформатизації не залишає недоторкану жодну сферу соціальної активності – від повсякденного життя до міжнародних відносин та від дозвілля до етичних проблем» [9, с. 10]. Такий процес може поширюватись через просту схему, модель комунікації Романа Якобсонаде все відбувається в такий спосіб: «Процес комунікації починається з того, що відправник формулює ідею повідомлення, або простіше кажучи, думає про те, з якою метою та яку інформацію необхідно донести до відома одержувача. В процесі спілкування відправник також складає зміст повідомлення та обирає засоби передачі інформації з урахуванням можливостей і особливостей одержувача стосовно сприйняття запропонованого змісту повідомлення» [10, с. 117]. Саме обмін інформаційними повідомленнями є складовою частиною соціальної комунікації, це відбувається за схемою, яка подібна до принципу дії телефону, як невід'ємної частини сучасного життя та комунікації. «Зазначена модель комунікації, як бачимо, зосереджувала увагу в основному на технічних питаннях роботи засобів масової інформації» [11, с. 42]. Особливу увагу питанням соціального середовища та інші важливі фактори розкрито в документах Церковних, а саме в 3 пункті *InterMirifica* чітко сформульовані права та обов'язки Церкви та мирян у галузі соціальної комунікації. Обов'язок Церкви – проповідування Євангелії. «Це природне право Церкви – використовувати всі ті мас-медіа, які потрібні, або корисні їй для виховання християн і для пастирської діяльності; а також вона має право володіти цими засобами. Душпастирі повинні наставляти вірних і навчати їх так використовувати медіа, щоб домогтися особистого спасіння та вдосконалення всієї людської родини. Поза тим на мирянах лежить обов'язок надихати мас-медіа християнським і людським духом, щоб вони повною мірою відповідали людським сподіванням, покладеним на них, та замислам

Божим» [2, с. 63]. Свою окрему увагу цей документ приділяє питанням виховання не тільки віри а особливо моральності суспільства: «висвітлення і змалювання або опис морального зла за допомогою засобів соціальної комунікації, особливо якщо вдається до певних драматичних способів, може посприяти глибшому пізнанню й розумінню людини, звеличенню правди й добра» [2, с. 81]. Ураз із винайденням новітніх мас-медійних технологій, з'явилися нові можливості і нові загрози для людини. Церковний уряд розуміючи якого роду може бути вплив на людину видає ряд корисних порад і пропозицій, які вказують на правильне і раціональне використання сучасний недійних можливостей. Ці вказівки і поради стоять на варті, щоб дбаючи про майбутнє сучасного суспільства і церкви, у Декреті у пункті 10 міститься звернення до пересічних мирян, усіх тих, «хто сприймає інформацію через медіа, а особливо молодь нехай стараються сповна зрозуміти все, що бачать, чують або читають. Нехай обговорюють повідомлення зі своїми вчителями та іншими знаючими людьми; нехай вчать вносити правильні рішення» [2, с. 66].

Церковні документи підтверджують те про що говорить, також закон про інформацію а саме право на доступ до інформації, та обов'язки стосовно пошуку інформації. «З права на інформацію випливає й обов'язок дошукуватися її. Інформація не лежить просто на дорозі – її треба шукати. З іншого боку людина повинна мати доступ до різних засобів соціальної комунікації. Так вона може вибирати той засіб, що найкраще підходить для її особистих та суспільних потреб» [119, 100]. Душпастирська інструкція *Communio et Progressio* характеризує процес інформатизації говорить, що сучасна людина не може обійтися без інформації. Інформація є фундаментом на якому людина будує своє життя та кар'єру, без неї людина не може бути повноцінним учасником економічних, політичних, культурних і релігійних подій у суспільстві [12, с. 113].

Оцінюючи і розуміючи можливості науково-технічного прогресу, Католицька Церква не могла залишатися осторонь. Адже цей прогрес, незважаючи на всі його переваги, ніс у собі також приховані тенденції до моральної деградації усього людства. Досягнувши такого розвитку у сфері комунікації, людина стала рабом того ж таки прогресу. Книги, радіо телебачення, Інтернет почали максимально впливати на свідомість мас, створюючи саме поняття *homocomunicens*, пропагуючи масову секуляризацію культури, антихристиянські й атеїстичні ідеї. Тому реагуючи на такий вплив масової комунікації, Католицька Церква видає низку документів, послань та інструкцій, у яких висловлює свою думку та настанови щодо доброго та морального виховання сучасного суспільства засобами масової комунікації. У своїх документах Католицька Церква працює у двох напрямках. З одного боку, вона наголошує на важливості розвитку засобів комунікації, ставить акцент на комунікацію, як на новий ефективний спосіб оголошення Христової науки, а з другого – Церква вказує на усі ті негативні сторони, які несуть за собою засоби комунікації, дає свої вказівки, як правильно людина повинна використовувати комунікацію у своєму житті. У світлі цих двох протилежних сторін Церква виконує роль

помічника, який є більш обізнаний в цій сфері, та подає моральні й етичні вказівки щодо використання засобів масової комунікації.

Ще задовго до ХХ століття і до так званого інформаційного вибуху ми бачимо реакцію Католицької Церкви на соціальну комунікацію. Ця реакція виникла ще з появою книгодрукування – з'явилися перші теми, які торкалися питань моралі, етики та догм віри. Так, перша в історії Церкви енцикліка *Christianae Reipublicae*, 1766 р., говорила про небезпеку, яку несуть зі собою погані книги, і про обов'язки єпископів щодо них. До Другого Ватиканського Собору вийшло ще дві енцикліки, які стосувалися ЗМІ. Перша з них – *Vigilanti Cura* (1936 р.) Пій XI – уже розглядає засоби комунікації ХХ століття і кінофільми. Тут, крім перестороги, пропонується і позитивний підхід до цього явища [13, с. 26]. Наступний папа, Пій XII, який активно цікавився проблемами соціальної комунікації, в енцикліці *Miranda Prorsus* (1957 р.) детальніше представив позицію Католицької Церкви щодо електронних ЗМІ та додав аналіз радіо й телебачення [14, с. 40]. Ще одним етапом у співпраці Церкви та засобів масової комунікації стає окремого Секретаріату для Преси у 1960 р. папою Іваном XXIII.

Другий Ватиканський Собор є одним із важливих кроків у розвитку співпраці Церкви та засобів масової комунікації. Хоча цей собор і не приділив якоїсь особливої уваги питанням комунікації, але завдяки праці єпископів на соборі був виданий декрет *Inter Mirifica*. Саме у цьому документі Католицька Церква вперше вводить поняття соціальної комунікації. На думку комісії яка проводила підготовку до собору, ті терміни які вживало суспільство для окреслення та характеристики масової комунікації, а саме: «технології поширення інформації», «аудіовізуальні засоби інформування», «засоби масової інформації» («мас-медіа», «медіа») та «масова комунікація», не здатні виразити сутності, яку бачить Церква у роботі цих структур. Тому замість вищевказаних понять, Церква ввела у вжиток поняття соціальна комунікація та засоби соціальної комунікації. Як вказано у декреті *Inter Mirifica*, поняття соціальної комунікації є значно ширшим за поняття мас-медіа, воно містить у собі, крім технічних засобів, ще й інші форми людського спілкування, які виражаються іншим способом у різних культурах і суспільствах.

Також Собор запропонував створити у Ватикані спеціальну комісію у справах засобів соціальної комунікації, що і сталося у 1964 р., де наголосив на фаховій підготовці служителів Церкви у сфері комунікації. Для того щоб відповідати вимогам часу, він поставив завдання перед папською комісією видати душпастирську інструкцію за допомогою експертів з різних країн [2, с. 74–76].

На основі представлених фрагментів документів Католицької Церкви, до складу якої і входить Українська Греко-Католицька Церква, бачимо наскільки уважно і практично ієрархія Церкви ставиться до сучасних виходів науково-технічного прогресу. Дбаючи про духовне добро вірних, Церковні урядовці вказують на можливості і загрози науково-технічного прогресу. Необхідно зауважити, що Церква намагається «йти в ногу з духом часу» для того, щоб ефективніше поширювати поміж «Божого люду» спасительну науку Ісуса Христа, про «царство Боже», оголошене в Євангелії.

Для виконання своєї місії, яку вона продовжує протягом більше ніж дві тисячі років, Церква використовує різні методи і засоби, особливо тепер у добу новітніх інформаційних технологій, намагається донести до людини, усамітненої в могутньому інформаційному просторі, слово потіхи, розради і підтримки за допомогою ЗМІ, але при цьому не витрачає своєї ідентичності, а новітні винаходи соціальної комунікації є лише посередниками для діалогу між Церквою, яка завжди присутня у суспільному житті, і людиною, яка прагне комунікації з своїм Творцем через Божу інституцію, яка діє у сучасному світі, тобто Церкву.

Джерела та література

1. Васьків А. Суспільно-політичні позиції сучасної Української Греко-Католицької Церкви. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://znc.com.ua/ukr/publ/periodic/shpp/2005/1/p138.php> (25листоп.2011 р.).

2. Intermirifica (З-поміж дивовиж): Декрет Другого Ватиканського Собору про засоби соціальної комунікації // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – С. 61-86.

3. Критерії екуменічної і міжрелігійної співпраці у сфері комунікації (4 жовт. 1989 р.) // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – 177 с.

4. Посібник навчання для майбутніх священників щодо засобів соціальної комунікації Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – С. 186.

5. AetatisNovae (За нової доби): Душпастирська інструкція про соціальну комунікацію до 20-ї річниці «ComunioetProgresio» // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та ін. медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – С. 138-151.

6. Іскра І.С. Офіційні документи Римо-Католицької Церкви у галузі використання засобів масової комунікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu_ist/2009_15/oficiuni%20dokumentu.pdf (18 лист. 2011 р.).

7. Святе письмо Старого та нового заповіту. – Рим ; Торонто, 1991. – 433 с.93

8. RedemptirisMissio (Спасительна місія): Енцикліка Івана Павла II про «постійну чинність емісійного завдання Церкви» (7 груд. 1990 р.) / упоряд. і наук. ред. М. Перун. – Л. : УКУ, 2004. – 9 с.

9. Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – С. 10, 25-72.

10. Основи соціальної роботи / під. ред. С. Семигіної, І. Григи. – К. : Києво-Могилянська Академія, 2004. – 137 с.

11. Королько Г. В. Паблікрілейшнз: наукові основи, методика, практика : підручник. – 2-ге вид., доп. – К. : Скарби, 2001. – 142 с.

12. Communioetprogresio (Єдність і поступ): Душпастирська інструкція на виконання Декрету Другого Ватиканського Собору про засоби соціальної комунікації (23 трав. 1971 р.) // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – С. 89-128.

13. Vigilantisura (Невсипуща турбота): Енцикліка Папи Пія XI про кінематограф (29 черв. 1936 р.) // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – С. 30-36.

14. Mirandaprosus (Дивовижний поступ): Енцикліка Папи Пія XII про кіно радіо і телебачення 8 верес. 1957 р. // Церква і соціальна комунікація : Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упор. і наук. ред. М. Перун. – Л. : Вид-во Українського Католицького Університету, 2004. – 440 с.

**Юлія Комлик, Дарія Нагорна
м. Полтава**

ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА МОЛОДІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

На сучасному етапі існування й розвитку глобального інформаційного простору, неймовірної насиченості та змін, які вимагають від особистості швидко отримувати, вивчати, аналізувати й використовувати велику кількість інформаційного матеріалу, дедалі актуальнішою стає проблема інформаційної культури.

Інформація об'єктивно відображає знання, факти, закони природи та суспільного розвитку; відповідає завданням і змісту певної діяльності людини, допомагає її виконанню; відповідає рівню знань її споживача [1, с. 112], а отже, є важливою складовою життєдіяльності людства.

Інформація є визначним стратегічним ресурсом будь-якого бізнесу, організації, оскільки стає істотним фактором виробництва і подібно до праці, матеріалів і капіталу створює багатство [2, с. 93].

Дедалі більшого значення набуває реалізація проблеми загальносуспільної інформатизації, створення якісно нового ареалу інформаційних обмінів всередині суспільства [3, с. 323]. Сьогодні сукупність інформаційних потоків навколо кожної людини, особливо молоді, настільки велика, різноманітна і розгалужена, що вимагає від неї не тільки знання законів інформаційного середовища й уміння орієнтуватися в них, а й безпосередньої участі в його формуванні та перетворенні, сприянні інформаційним контактам. Інформаційна культура особистості органічно пов'язана з особливостями інтелектуального розвитку. Саме тому в багатьох