

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 070.482

РОЛЬ РЕЛІГІЙНИХ МЕДІА В СИСТЕМІ МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ЗАСАД СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Бурдейна М.В.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Розглядається роль релігійних засобів масової комунікації у формуванні світогляду українського суспільства за нових суспільно-політичних реалій. Зазначається, що Церква завдяки правильному їх використанню могла б стати вагомим авторитетом чи арбітром у державотворчих процесах. У статті акцентовано увагу на ряді нових проблем, притаманних сьогодні релігійним медіа в інформаційно-комунікативному просторі України.

Ключові слова: інформаційно-комунікативний простір, релігійні медіа, Церква, релігійна проблематика.

Постановка проблеми. Релігійний чинник протягом тривалого часу був одним із найбільш важливих складників суспільного життя. І хоч історія Церкви на пострадянському просторі є досить складною, сьогодні вже неможливо говорити про певні події в політичній, економічній чи суспільній сфері, не беручи до уваги релігійний аспект. Події останніх років вивели Церкву поряд з армією та благодійними організаціями до числа інституцій, яким найбільше довіряють українці. Про це свідчать дані дослідження населення України віком від 18 до 55 років щодо довіри населення до різних соціальних інститутів, проведеного компанією TNS [6]. Також про високий рівень довіри до Церкви з-поміж інших соціальних інституцій свідчить опитування респондентів віком від 18 років у всіх регіонах України, за винятком Криму та окупованих територій Донецької та Луганської областей, проведене соціологічною службою Центру Разумкова [2].

У сучасних суспільно-політичних реаліях варто звернути увагу на той факт, що Церква, як впливовий громадський інститут, нині отримала новий кредит довіри від суспільства. І йдеться не лише про вірян тієї чи іншої конфесії, а суспільство в цілому, адже навіть громадяни, які не є активними практикуючими християнами, розглядають Церкву як носія цінностей та духовності. Внаслідок цього, релігійні організації мають можливість впливати на суспільні процеси, активно розвиваючи комунікацію з громадськістю, адже, за словами А. Бойко, «релігія є тим неодмінним чинником, який формує світогляд людини і суспільства» [1].

В умовах затяжної політичної кризи, конфлікту на Донбасі, інформаційного тиску з боку Росії та відсутності нових авторитетних політичних та громадських діячів, Церква могла б стати вагомим авторитетом чи арбітром у державотворчих процесах.

Дослідження та публікації. Конфесійна періодика як важлива складова загальноукраїнської журналістики стала об'єктом наукового розгляду значної кількості науковців та вчених. Дослідженню релігійної проблематики присвя-

чені роботи таких авторів як М. Балаклицький, А. Бойко, Ю. Комінко, С. Кость, А. Юраш. Конфесійні медіа детально розглядали С. Гурьєва, І. Жердева, М. Левчук, І. Мілясевиц, І. Скленар, А. Смуся, А. Стародуб, О. Тищук. Так, науковець А. Бойко підкреслює: «Церква як соціальна структура, що коригує, регулює і надихає особистість та суспільство на духовні пошуки в лоні християнства, завжди знаходила адекватні часу і соціальним вимогам засоби впливу на віруючих та взагалі на суспільство. <...> Сьогодні в нашій державі розповсюджуються десятки видань, що належать різним конфесіям, церквам, релігійним організаціям, до них треба додати значну кількість теле- і радіопередач, які разом здійснюють значний вплив на світогляд особистості, а отже, й на формування громадської думки» [1].

Метою цієї статті є аналіз ролі релігійних медіа у формуванні світогляду українського суспільства за нових суспільно-політичних реалій, що ставить перед нами завдання виявити нові особливості релігійної проблематики в сучасному інформаційно-комунікативному просторі України, адже й досі не втрачають актуальності слова дослідника А. Смуся, який зауважив, що «обходитися без якісної релігійної інформації суспільству стає складно» [5, с. 386].

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи релігійні медіа у сучасних суспільно-політичних реаліях, необхідно проаналізувати завдання, які ставить перед собою релігійна журналістика. Зокрема, дослідник А. Юраш виділяє: 1) роз'яснювати релігійну доктрину з метою зміцнення релігійних переконань віруючих, виробляти у них стійкий імунітет до атеїстичних та іншо-конфесійних впливів, формувати вміння свідомо й аргументовано відстоювати свої переконання; 2) популяризувати основи релігійного вчення для іншо-конфесійної та атеїстичної аудиторії, вести теологічну та церковно-історичну полеміку та дискусії; 3) інформувати прихильників цього віросповідання та всіх, хто потенційно цікавиться релігійною проблематикою, про різні аспекти церковного життя; оцінювати з позицій певної ідеології події всіх сфер (політичної, економічної, куль-

турної тощо) життєдіяльності суспільства задля вироблення специфічно церковного погляду на всі ці проблеми [7]. При вивченні цього питання не можемо не погодитися з думкою Ю. Комінко, що зазначені завдання стосуються не стільки релігійної журналістики в цілому, скільки власне релігійних ЗМК «як системи інформаційно-пропагандистського і видавничого забезпечення всіх сторін функціонування релігійних структур різного статусу і різних рівнів» [3].

Розглянемо детальніше проблеми, що виникають у цій спеціалізованій сфері внаслідок викликів сучасності.

Перш за все варто зауважити, що релігійні засоби масової комунікації мають здебільшого постійну реципієнтську аудиторію. Зокрема, періодичні друковані видання поширюються переважно за передплатою або ж через храми, спеціалізовані крамниці – тобто серед прибічників конфесії чи релігійної організації, якій належить конкретне видання. Охоплення та розповсюдження лише серед вузького традиційного сегменту аудиторії є недостатнім для того, аби повноцінно й ефективно виконувати свої основні функції.

Слід також зазначити, що популяризація релігійних медіа була й залишається досить низькою. І цей аспект жодним чином не сприяє зростанню популярності та розширенню аудиторії. Проте, існує позитивна тенденція, яку спостерігаємо останнім часом: релігійні ЗМК дедалі активніше засновують свої представництва в соціальних мережах як у формі офіційних сторінок, так і у вигляді окремих публікацій на сторінках соціально активних вірян із посиланнями на першоджерела. За даними дослідження компанії TNS, у березні 2017 року до ТОП-25 найбільш відвідуваних українськими користувачами сайтів належать соціальні мережі [4], отже, використання цих актуальних часових каналів комунікації свідчать про позитивні зрушення у бік популяризації конфесійних ЗМК та розширення аудиторії, зокрема можна сподіватися на привернення уваги молодіжної аудиторії.

Таким чином, спостерігаємо ситуацію, яка має два протилежні аспекти: з одного боку, релігійні медіа мають значний потенціал для впливу на суспільну думку та формування світогляду, висвітлюючи проблеми сучасності через призму релігійного вчення. Завдяки довірі широких верств населення країни, вони теоретично можуть підкріплювати морально-етичні орієнтири для утвердження добра і справедливості, знизити рівень напруги (не лише в міжконфесійній сфері, але й, наприклад, у соціально-економічній). Враховуючи ситуацію, що склалася сьогодні в українському суспільстві, Церква могла б виступити авторитетною інстанцією, а її вплив міг би стати неоціненою допомогою на шляху до стабілізації ситуації в країні. Та цей величезний потенціал втрачається через низку причин. Зокрема, церковні ЗМК не враховують нових реалій інформаційного суспільства, не відповідають на інформаційні виклики, вдовольняючись вузьким сегментом власної традиційної аудиторії та не докладають достатньо зусиль для її розширення. Проблема очевидна: значна кількість потенційних читачів, глядачів і слухачів залишається осторонь, не отримуючи інформації, яка могла би посприяти переосмислен-

ню їхніх переконань і позицій, переоцінці тих чи інших явищ і ситуацій.

Утім, це не єдина проблема. Значно серйознішим викликом для релігійних медіа є почасти набуття ними форм учасника політичного процесу. Донині не є рідкістю таке явище, як політизація релігійних засобів масової комунікації. Періодичні видання, теле- та радіопроекти втягують у політичне протистояння, а їхні редакційні колективи, відмовляючись від принципів об'єктивності та неупередженості, починають відстоювати інтереси політичних партій та організацій різної орієнтації. Не рідко в конфесійних ЗМК трапляються спроби маніпулювання окремими сегментами аудиторії, внаслідок чого відбувається свідоме формування в реципієнтів хибних уявлень про ті чи інші події в релігійному житті суспільства. Як правило, така маніпуляція спрямована на користь конкретної конфесії чи релігійної організації. Часто подібні явища суперечать моралі та навіть вченню конфесії – адже викривлення інформації саме по собі вже є відходом від правди. І все ж іноді принцип «мета виправдовує засоби» можна простежити в публікаціях чи передачах церковних медіа, попри неприпустимість подібного підходу в сфері релігії.

Не втішає і те, що останнім часом почасти стали випадки використання інструментів інформаційного протиборства на міжконфесійному рівні, публікацій матеріалів провокаційного характеру задля розпалення міжрелігійної ворожнечі, загострення міжконфесійних конфліктів і протистоянь. Враховуючи напруженість, яка панує в країні, кризу та бойові дії на Сході, подібна політика релігійних ЗМК не сприяє нормалізації морально-етичних засад та утвердженню цінностей громади, а лише посилює напруженість.

Водночас спостерігаємо й надмірну консервативність, стриманість в інформативному наповненні релігійних засобів масової комунікації, хоча наразі суспільство очікує (навіть більше – потребує) більш чіткого, відвертого висвітлення тем і проблем сучасності через призму релігійного світосприйняття.

Повертаючись до ролі релігійних медіа у справі впливу на морально-етичні принципи людської взаємодії у суспільстві, знову доходимо невтішного висновку: в реаліях сьогодення замість злагодженої дії на користь усього суспільства, кожний із конфесійних медіа бореться з іншими, і це не боротьба з недоліками чи вадами суспільства в цілому і його членів зокрема. Це боротьба за прихильність членів суспільства до тієї чи іншої конфесії. Й оскільки ця боротьба передбачає суперництво (іноді зовсім не шляхетне), то вона не сприяє покращенню морально-етичних принципів у взаєминах серед наших співгромадян. Адже суперництво, що допускає викривлення інформації та наклепи один на одного, викликає негативну реакцію серед аудиторії релігійних ЗМК – люди, які готові були довіряти їм, починають більш критично ставитися до ідей, що доносять церковні інформаційні структури, коли бачать невідповідність між ідеалами, які пропагує та чи інша конфесія, і діями ЗМК, що належать до неї.

Утім, є й позитивні моменти. Так, більшість релігійних засобів масової комунікації не залишилася осторонь проблем, що нині виникають в

українському суспільстві у боротьбі за власну територіальну цілісність та збереження національної ідентичності. Значний їх тематичний спектр регулярно знаходить відображення на сторінках релігійних друкованих видань, сайтів, у теле- й радіопрограмах. Це, зокрема, інтерв'ю та бесіди зі священнослужителями, які духовно опікуються військовими як у зоні збройного конфлікту, так і в центрах, де вони проходять реабілітацію після повернення з зони проведення АТО; публікації патріотичного характеру; оголошення про збір гуманітарної допомоги для військових і мирного населення; оголошення про збір коштів для надання адресної допомоги постраждалим; молитви за мир в Україні; прохання про молитовну підтримку та єднання.

Саме такі аспекти діяльності релігійних засобів масової комунікації здатні нині виправити ситуацію, що склалася довкола них. Адже такі публікації та передачі якнайкраще відповідають основним функціям релігійної періодики та ідеям, які пропагує релігія – ідеалам любові, терпимості, взаємодопомоги. І якщо релігійні конфесії йтимуть саме шляхом допомоги суспільству, а не конкуренції між собою, то довіра суспільства до них та, як наслідок, їхня роль у державотворчих процесах лише зростатиме.

Висновки. У суспільно-політичних реаліях сьогодення Церква – вагомий і впливовий громадський інститут у справі формуванні світогляду як конкретної особистості, так і суспільства загалом. Вона повинна активно розвивати комунікацію з громадськістю і таким чином позитивно

впливати на формування системи цінностей суспільства у складний для нашої держави період.

Але, як бачимо із наведеного вище, вона не робить цього повною мірою через низку проблем, притаманних сьгодні конфесійним засобам масової комунікації. Основні з них: обмеженість реципієнтської аудиторії, недоступність для широкого загалу через низьку популяризацію релігійних медіа, непоодинокі політизованість, заангажованість релігійних ЗМК, надмірна консервативність, наявність інформаційних наклепів, матеріалів провокаційного характеру. Все це обмежує аудиторію релігійних ЗМК і знижує рівень довіри до них, адже Церква, передусім, покликана прищеплювати суспільству високі духовні й моральні цінності й у жодному разі не має поступатися цими принципами задля вирішення минутих проблем.

Позитивним чинником є намагання конфесійних медіа комунікувати із суспільством за допомогою соціальних мереж, де зосереджена значна кількість користувачів. Більшість релігійних ЗМК не залишилися осторонь нагальних потреб суспільства. Інформаційна наповненість стосовно цієї проблематики дає досить сильне відчуття єдності, співпереживання та співучасті у проблемах як певної особи, так і українського суспільства загалом.

Релігійні засоби масової комунікації мають значні можливості для впливу на суспільні процеси через призму моралі, а Церква завдяки правильному їх використанню могла б стати вагомим авторитетом у державотворчих процесах. Але для реалізації потенціалу слід усвідомити та подолати недоліки, властиві їм на цьому етапі.

Список літератури:

1. Бойко А. Церковна преса. Якою вона має бути / А. Бойко // [Електронний ресурс]. – За даними електронної бібліотеки Інституту журналістики. – Режим доступу до джерела: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1896> (28.04.17).
2. Зараз я називатиму окремі соціальні інституції. Якою мірою Ви їм довіряєте? [Електронний ресурс] / Центр Разумкова. Соціологічне опитування: Web-сайт. – URL: http://old.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=1030 (28.04.17).
3. Комінко Ю. Релігійна тематика на сторінках українських загальнонаціональних видань [Електронний ресурс] / Ю. Комінко // Наукові записки Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – К., 2006. – Режим доступу до джерела: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1455> (28.04.17).
4. Рейтинг популярних сайтів за березень [Електронний ресурс] / KANTAR TNS: Web-сайт. – URL: <https://tns-ua.com/who-we-are/youtube-posunuv-vkontakte-reyting-populyarnih-saytiv-za-berezen> (28.04.17).
5. Смуць А. Поняття «релігійна журналістика» та висвітлення новин на християнську тематику у вітчизняних електронних ЗМІ / А. Смуць // Теле- та радіожурналістика. – Львівський національний університет імені Івана Франка. – 2013. – № 12. – С. 386–394.
6. Українці більше довіряють астрологам, ніж політичним партіям [Електронний ресурс] / KANTAR TNS: Web-сайт. – URL: <https://tns-ua.com/news/ukrayintsi-bilshe-doviryayut-astrologam-nizh-politichnim-partiyam> (28.04.17).
7. Юраш А.В. Українська Церква в контексті сучасних політико-конфесійних та комунікативних процесів (історико-політологічний аспект): Дис. канд. політ. наук: 23.00.01 / Львів. держ. ун-т імені Івана Франка. – Л., 1996.

Бурдейная М.В.

Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

РОЛЬ РЕЛИГИОЗНЫХ МЕДИА В СИСТЕМЕ МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ СОВРЕМЕННОГО УКРАИНСКОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация

Рассматривается роль религиозных средств массовой коммуникации в формировании мировоззрения украинского общества в новых общественно-политических реалиях. Отмечается, что Церковь благодаря правильному их использованию могла бы стать весомым авторитетом или арбитром в государственных процессах. В статье акцентировано внимание на ряде новых проблем, присущих сегодня религиозным медиа в информационно-коммуникативном пространстве Украины.

Ключевые слова: информационно-коммуникативное пространство, религиозные медиа, Церковь, религиозная проблематика.

Burdeyna M.V.

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

THE ROLE OF RELIGIOUS MEDIA IN THE SYSTEM OF MORAL AND ETHICAL PRINCIPLES MODERN UKRAINIAN SOCIETY

Summary

The article examines the role of religious media in shaping the outlook of Ukrainian society in the new social and political realities. It is noted that the Church through the proper use of them could become an important arbiter or authority in the state-building process. In the article, the emphasis is put on the number of new problems inherent today religious media in the information and communication space of Ukraine.

Keywords: information and communication space, religious media, church, religious issues.