

Передумови виникнення релігійного контенту в сучасному українському мас-медійному просторі

Стаття є спробою здійснити глибокий аналіз передумов, функціонування та особливостей виникнення в мас-медійному просторі України такого явища, як релігійний контент. Здійснивши наукове опрацювання документів трьох найбільших християнських деномінацій, ми змогли отримати повну інформацію щодо бачення церкви змістових та концептуальних функцій як друківаних засобів масової інформації, так і телебачення.

Окремо у статті ми зосередили увагу на причинах виникнення та затребуваності такого різновиду масової комунікації, як релігійний телеканал. Також зупинилися на наукових працях авторів, котрі досліджували цю тему.

Ключові слова: релігійна журналістика, релігійний контент, релігійні телеканали України, духовно-просвітницьке телебачення, християнське телебачення, основи соціальної концепції.

Вступ. Релігійна мережа в Україні станом на 31 січня 2014 р. представлена 55 віросповідними напрямками, у межах яких діють 36995 релігійних організацій, зокрема 87 центрів та 295 управлінь, 35460 релігійних громад. Висвітлюють релігійне життя 380 церковних друківаних засобів масової інформації [1]. Також інтереси віруючих громадян у всеукраїнській цифровій сітці мовлення обслуговують 5 православних телеканалів, 1 католицький, 3 протестантські, 1 мусульманський.

Актуальність нашого дослідження полягає в активній появі в телепросторі України нових телеканалів із релігійною програмною концепцією (для України переважно християнською) та їх намаганні змінити змістові акценти у сприйнятті телеінформації глядацькою аудиторією, запропонувавши альтернативну загальнонаціональним телеканалам модель телемовлення.

Питання співпраці релігії та телебачення у такому вузькому ракурсі досліджене мало. Утім вивчення взаємин між релігією та медіа загалом відтворені у працях А. Бойко, В. Перехейди. Сюди можна долучити й науковий доробок Л. Вежель, Л. Дениско, А. Колодного, Ю. Комінко, М. Левчук, Н. Романенко, І. Скленера, А. Стародуба, Т. Старченко та ін. Теоретичною й методологічною основою дослідження слугували також роботи у галузі релігієзнавства Р. Кухарчука, М. Балаклицького, С. Вельбовця, М. Шевченка, Є. Мільта.

А. Бойко вперше у вітчизняному журналістикознавстві та зарубіжній україніці «знайшла, описала, дослідила і виокремила в певну систему більше 110 періодичних видань, що належали православній церкві». Доведено, «що цей сегмент періодики був сформований за аудиторним принципом і охоплював майже всі верстви

населення тогочасної України. Це зумовило широкий діапазон репрезентації газет і журналів, що видавалися православним духовництвом» [2].

В українському протестантизмі передумови та наслідки медіатизації цієї сфери дослідив М. Балаклицький. У своїй монографії «Медіатизація протестантизму в Україні» він проаналізував ефекти медіатизації релігійної сфери з використанням досвіду протестантської комунікації незалежної України, вивчив ідеологію комунікаційної діяльності українських протестантів, організаційні принципи, типологічні особливості та функції протестантських медіа [3].

Католицьку та греко-католицьку періодику України досліджували Ю. Щербяк, Н. Гадьо, у працях яких було розглянуто ставлення Католицької церкви до соціальної комунікації загалом та інтернету зокрема, охарактеризовано головні офіційні документи та звернення.

Проблему участі Католицької церкви в українських комунікативних процесах розглядали А. Юраш, І. Склена, Т. Різун, її вчення щодо соціальної комунікації загалом у межах свого дослідження торкаються С. Іскра, М. Петрушкевич та автори посібника «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння». Важливість християнської методології для сучасної журналістики вивчають Й. Лось, Х. Давидчак, а про сучасні засоби соціальної комунікації Римо-католицької церкви в українському сегменті інтернету у своїх дослідженнях згадують О. Керц і Я. Грановська.

Метою цієї статті є вивчення причин, передумов, історії створення релігійного телебачення України на прикладі окремих християнських телеканалів, котрі транслюються в нашій державі.

У статті поставлені та виконуються такі завдання: дослідити зміст внутрішньоцерковних



документів трьох найбільших християнських деномінацій на предмет позиції церкви щодо співпраці із ЗМК; проаналізувати історико-концептуальні передумови появи релігійного контенту на телебаченні.

Методи дослідження. Методологічна база статті поєднує такі методи наукового пізнання, як історичний та порівняльно-історичний, статистичний аналіз, порівняння, аналітичні методи систематизації, класифікації, групування.

Результати й обговорення. Свій перший офіційний документ стосовно засобів поширення інформації Католицька церква видала ще в 1766 р. Це Енцикліка папи «Про небезпеки антихристиянських писань».

Важливою для нашого дослідження є теза католицького душпастирства стосовно того, що релігійні видання, телепрограми і кінофільми мають щонайменше зрівнятися за своєю якістю зі світськими медіаматеріалами [4, с. 131].

Окрім того, у католицьких доктринах добре розуміли, що телебачення призначене не тільки для людського дозвілля й відпочинку, а й насамперед нести цінності, які допомагають розвинути душі й плеканню чеснот [5, с. 42].

У пункті 49 Енцикліки Папи Пія XII «Про кіно, радіо й телебачення» (1957) згадується про моральний бік подання інформації в ефірах телеканалів. Католицьке вчення наголошує на тому, що усі новини, навіть якщо вони передають тільки голі факти, завжди мають певний аспект, що так чи інакше торкається моралі. «Цей моральний аспект ніколи не можна нехтувати, адже всі новини викликають у людини розумове судження й чинять вплив на її волю [5, с. 42]. Саме така концепція в подальшому частково і лягла в основу формування самого поняття релігійного телебачення, його функцій та завдань.

Відповідні документи щодо шляхів співпраці православ'я України зі світськими ЗМІ подано в «Основах соціальної концепції Руської Православної Церкви». Передрук українською мовою був підготовлений у 2002 р. Це документ, який відображає офіційну позицію Української православної церкви у сфері взаємин із державою і світським суспільством та встановлює низку визначальних принципів, що застосовуються в зазначеній сфері єпископатом, кліром і мирянами.

В УПЦ закликають пам'ятати, що інформування глядача, слухача й читача має ґрунтуватися не тільки на твердому дотриманні правди, а й на піклуванні про моральний стан особи й суспільства, що передбачає розкриття позитивних ідеалів, а також боротьбу з поширенням зла, гріха та розпусти [6].

Неприпустимими в православ'ї вважають пропаганду насильства, ворожнечі й ненависті. Водночас просвітницька, навчальна та суспільно-миротворча місія Церкви спонукають її до співпраці зі світськими засобами масової інформації, здат-

ними нести її послання різним верствам суспільства.

В УПЦ вважають, що кожний священнослужитель або мирянин покликаний з належною уважністю ставитися до контактів зі світськими ЗМІ. При цьому потрібно виявляти мудрість, відповідальність і обережність, зважаючи на позицію конкретного засобу масової інформації щодо віри й Церкви, моральну спрямованість медіа, стан узаємовідносин церковного священноначалля з тим чи тим органом інформації.

В Українській православній церкві жорстко борються з журналістами, які публікують матеріали, що призводять до розтління людських душ. Такі автори, з позиції Церкви, повинні підлягати канонічним покаранням у разі їх належності до православ'я.

УПЦ в «Основах соціальної концепції» припускає, що можуть виникнути ускладнення і навіть серйозні конфлікти, спричинені неточною або перекрученою інформацією про церковне життя, уміщенням її в неналежний контекст.

Також це відбувається у разі хуління імені Божого, інших проявів блюзнірства, систематичного свідомого викривлення інформації про церковне життя, навмисного наклепу на Церкву та її служителів.

Гадаємо, що саме вищеперераховані непорозуміння, які останнім часом почастишали в ефірах провідних вітчизняних телеканалів, частково активізували намагання РПЦ, митрополією якої є УПЦ в Україні, оголосити курс на створення мережі власних «закритих» православних ЗМК як альтернативи секулярним.

УПЦ КП також має відповідні документи, що регулюють присутність Церкви в медіа. У декларації ювілейного помісного собору «Церква і ЗМІ» (розділ XII) ідеться про те, що всі види ЗМК покликаний забезпечувати широкі верстви населення інформацією про все, що відбувається у світі, орієнтуючи людей у складних обставинах сьогодення. Також у документі Церква наголошує на відповідальності медійників, закликаючи їх у своїй роботі дотримуватися моральних принципів і не сприяти розповсюдженню зла [7].

У розділі XIII «Проблема глобалізації» УЦ КП констатує, що в культурно-інформаційній сфері глобалізація зумовлена розвитком інформаційних технологій, за допомогою яких інформація швидко розповсюджується. Насамперед мається на увазі інтернет. Позиція Церкви: у результаті такої глобалізації породжується єдина бездуховна культура. УПЦ КП застерігає суспільство стосовно такого розвитку ситуації, що може призвести до катастрофічних наслідків для суспільства.

Представники протестантизму в Україні намагаються скоригувати роботу нових електронних ЗМІ в русло проповіді Євангелія. Телебачення тут посідає важливу роль. На відміну від традиційних церков протестантські громади здебільшого самостійно визначають напрям своєї



медіадіяльності. Яскраво, на наше переконання, відображає роботу протестантських громад в Україні у сфері ЗМК Асоціація незалежних християнських мовників «Новомедіа» на чолі з відомим журналістом та громадським діячем Р. Кухарчуком. Високу оцінку діяльності цієї структури дав директор Інституту журналістики В. Різун. На його думку, «Новомедіа» взялася за важливу для української журналістики справу – пропагувати християнські цінності та впровадження їх у професійну діяльність. За твердженням науковця, українській журналістиці не вистачає саме цих принципів [8, с. 2].

Сьогодні вітчизняні та зарубіжні медіакритики очікують від протестантизму посилення деяких ініціатив у царині державно-церковних і міжцерковних взаємин. Найперспективніші галузі самореалізації конфесії – моральне виховання, освіта і філантропія.

Вартою уваги є програмова стаття пастора євангельських християн міста Маріуполя Г. Мохненка «Роль інформаційного служіння в сучасній церкві на пострадянському просторі». У статті автор чітко дає зрозуміти: якщо ми хочемо успіху в євангелізації, нам необхідно максимально для цього залучити засоби масової інформації. Переклавши Євангелію на економічну термінологію, автор зазначає, що Церква має найкращий у світі товар. Християнський спосіб життя поза конкуренцією на ринку людських ідей, речей і псевдодуховних послуг. Те, що має Церква, – шукає увесь світ [5].

Висновки. Отже, порівнявши ключові положення Католицької та Православної церков щодо співпраці із ЗМК, бачимо деякі суттєві відмінності. У першому випадку Церква скеровує всі свої зусилля та концептуальне бачення на «модернізацію католицизму», подаючи в сучасних формах викладу інформації власні церковні послання до аудиторії. Представники Римокатолицької церкви намагаються розширювати та збільшувати чисельність своїх медіа як у світі, так і в нашій державі. В Україні активно у цьому напрямі працює і УГКЦ: з'явилося інтернет-телебачення. Вона готова змінюватись і використовувати у проповіді Євангелія всі сучасні медіаресурси.

Щодо Православної церкви, то простежується відчуття «закритості структури» у напрямку співпраці зі ЗМІ, принаймні роботу ведуть винятково з «обраними» журналістами. Така пересторога, вочевидь, пов'язана з можливими перекручуваннями інформації, підмінами понять, порушеннями православних церковних доктрин з боку журналістів. Саме ці чинники, на нашу думку, в подальшому і спричинили розробку та створення власних православних засобів масової інформації та, за аналогією до Римокатолицької церкви, максимальне осучаснення форми подачі релігійної інформації читацькій та глядацькій аудиторії.

УПЦ КП претендує на право бути серцевиною створення на території України єдиної помісної Церкви. Утім через брак фінансування та слабку підтримку прихильних телеменеджерів зробити у цьому напрямі вдається не так багато, як хотілося б. Чимало релігієзнавців пророкують велике майбутнє УПЦ КП та УГКЦ після об'єднання їхніх ресурсів та можливостей, як, зрештою, і церков.

Протестантів, поруч із православними й католиками, характеризує помітна активність щодо розвою церковних ЗМК та участі у світському медіапросторі. Євангельські християни випускають сотні періодичних видань, кількість назв і накладів яких більша порівняно з православними й католицькими часописами, і активно використовують можливості інтернету. Міжконфесійне (для консолідації зусиль і ресурсів) протестантське ТБ використовує кабельне, супутникове й інтернет-мовлення.

Активна підтримка Заходу та постійне збільшення кількості прихожан у самій Україні роблять представників протестантизму одними із найактивніших у напрямі медіадіяльності, що породжує відчуття конкуренції з боку православ'я. Як наслідок, саме п'ять телеканалів цієї деномінації за останні 10 років з'явилися в телепросторі України («Глас», «Спас», «Союз», «Покров», дитячий канал «Радость моя»).

Отже, представники всіх християнських громад нині чітко усвідомлюють необхідність «рухатися в ногу з часом» у сфері мас-медіа. Особливий акцент робиться на телебачення. Тут головною ідеєю є виховання та пропагування шкали релігійних цінностей певної деномінації, відтворених прямо або частково у різних за жанрами програмах та телепроектах. Фундаментальними орієнтирами для формування саме такого контенту, на наше переконання, і слугують досліджені церковні документи та праці.

1. РІСУ. Статистичні дані релігійних громад в Україні [Електронний ресурс]. – URL: <http://risu.org.ua/ua/index/resources/statistics/ukr2014/55893/>.

2. Бойко А. Преса православної церкви в Україні 1900–1917 рр.: Культура. Суспільство. Мораль : монографія / А. Бойко. – Дніпропетровськ, 2002. – 305 с.

3. Балаклицький М. Медіатизація протестантизму в Україні 1991–2010 років : монографія. – Х. : Харк. іст.-філол. т-во, 2011. – 379 с.

4. Miranda prorgpus папи Пія XII про кіно, радіо і телебачення. 1957 // Церква і соціальна комунікація: найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, Інтернет та інші медіа / упоряд., наук. ред. М. Перун. – Львів : Вид-во Укр. кат. ун-ту, 2004. – С. 39–72.

5. РІСУ. Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння [Електронний ресурс] // Київський православний портал. – К. : Ездра, 2001. – URL: <http://arhistratig.in.ua/2012/11/15/pravoslavna-zhurnalistika-ce-poyednannya-profesionalizmu-z-virnistyu-svoij-tradicij/>.



6. *Основи соціальної концепції української православної церкви*. – К. : Інф.-вид. центр УПЦ, 2002. – 80 с.

7. *Декларація Ювілейного Помісного Собору УПЦ КП «Церква і світ на початку третього тисячоліття»* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.risu.org.ua/ukr/region/>.

8. *Кухарчук Р.* Що треба знати журналістам, які висвітлюють релігійну тематику [Електронний ре-

сурс] / Р. Кухарчук. – URL: <http://www.pravmir.ru/patriarx-kirill-prizval-svyashhennikov-ne-uchastvovat-v-tok/>.

9. *Мохненко Г.* Роль інформаційного служення в сучасній церкві на постсоветському просторі [Електронний ресурс]. – URL: www.risu.org.ua.

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.

Smus Andriy. Pre-conditions of origin of religious content in a modern ukrainian mas-media space.

This article is an attempt to carry out the deep analysis of pre-conditions, functioning and features of origin in mas-media space of Ukraine of such phenomenon, as religious content. Carrying out scientific secret service of constituent documents of three most christian denominations, we were able to get complete information on vision a church semantic and conceptual functions of both mass medias on the whole and television in particular.

Separately in the article we gave mind on reasons of origin and claimed exactly of such variety of mass communication as a religious tv channel. Also separately stopped for scientific labours of authors, which probed this theme in a that or other degree.

Keywords: religious journalism, religious content, religious TV channels of Ukraine, spiritually elucidative television, christian television, bases of social conception.

Смусь А. Г. Предпосылки возникновения религиозного контента в современном украинском мас-медийном пространстве.

Статья является попыткой осуществить глубокий анализ предпосылок, функционирования и особенностей возникновения в мас-медийном пространстве Украины такого понятия, как религиозный контент. Осуществив научную обработку документов трех основных христианских деноминаций, мы смогли получить полную информацию относительно видения церковью смысловых и концептуальных функций как печатных средств массовой информации, так и телевидения.

Отдельно в статье мы сосредоточили внимание на причинах возникновения и востребованности такой разновидности массовой коммуникации, как религиозный телеканал. Также остановились на научных трудах авторов, которые исследовали данную тему.

Ключевые слова: религиозная журналистика, религиозный контент, религиозные телеканалы Украины, духовно-просветительское телевидение, христианское телевидение, основы социальной концепции.