

І. Л. Михайлин,
д-р філол. наук

УДК 007: 304: 001 (049.32)

**Протестантська журналістика
на модернізаційному роздоріжжі
(Рецензія на монографію М. А. Балаклицького
«Медіатизація протестантизму в Україні
1991–2010 років»)**

Історично журналістика виникла як протестантський проект. Вона була неможливою в суспільстві, де утвердилася монополія на Істину, особистість живе у замкнутому просторі світоглядного канону, а її пізнавальні можливості заблоковані. Реформація усунула монополію церкви на правду та єдино правильне тлумачення й розуміння Святого письма, відкрила людині шлях до Істини, утвердила її вільне право на інформацію, на пізнання світу всіма можливими засобами. Протестантські країни, завдяки протестантській етиці, захопили світове лідерство. Журналістика була активним складником протестантського проекту, у межах якого вироблялися уявлення та реалізувалися громадянські свободи: совісті, слова, спілок, зібрань.

Унаслідок репрезентованого в протестантизмі високого рівня свободи ця релігійна конфесія відразу поділилася на відмінні течії: лютеранство, кальвінізм, англіканство. Цю тенденцію успадкував і пізній протестантизм, у якому й далі виникали нові конфесійні утворення: баптизм, п'ятдесятництво, адвентизм. У сучасній Україні цю течію репрезентують переважно пізньопротестантські конфесії. За радянських часів, слушно відмітив М. Балаклицький, протестантизм став «відносно масовою формою політичного дисидентства релігійного походження» [1, 302]. І далі незайве пояснення: «Релігійний консерватизм сформував особу, здатну опиратися машині державного тоталітаризму, готову на особисті жертви (іноді цілком буквальні) заради надприродних ідеалів» [1, 302].

З автором, звісно ж, хочеться вступити в діалог. Обережно слід говорити в цьому місці про консерватизм. Адже протестантизм народився саме з побороювання ортодоксального католицизму, відкинувши чимало його канонічних постулатів: безшлюбність священників, не-

погрішимість папи, можливість купити за гроші прощення гріхів і скасувати тим самим особисту відповідальність перед Богом за свої вчинки, ганебність фізичної праці та збагачення. Отже, первісно, це була революційна конфесія, яка спричинила переворот саме в галузі людського духу, світогляду.

З другого боку, протестантська особа була здатна протистояти не стільки державній машині, скільки психозові більшості, що дало їй змогу залишитися на традиційних позиціях загальнолюдських цінностей та уявлень. Це ставить під сумнів позицію «надприродних ідеалів». Мені здається, що ідеали протестантизму якраз не були «надприродними», а вирізнялися прагматизмом та ужитковістю.

Використовувати журналістику для своєї репрезентації в світі – шлях традиційний для протестантів. Можливо, вони перші дали підстави говорити про медіатизацію публічної сфери життя як про явище модерних суспільств, реалізоване в площині сучасності.

Про актуальність книжки М. Балаклицького слід вести мову у двох аспектах. *По-перше*, на рівні об'єкта. Навряд чи хто в Україні професійно цікавився сучасною протестантською комунікацією, намагався з'ясувати її обсяги, функції, окреслити змістову парадигму, жанрові особливості. *По-друге*, на рівні предмета. Різноманітні дослідники охоче говорять про медіатизацію, розуміючи під нею процес зростання в різноманітних галузях людської діяльності ролі журналістики до такої міри, що вона набуває значення істотного чинника у визначенні порядку денного, репрезентації осіб і в артикуляції та розв'язанні проблем. Але такі розмови мають переважно глобальний характер. А щоб хто-небудь узяв та пояснив, як саме ці процеси відбуваються в конкретному часі й просторі, то такого в нас поки що немає. М. Балаклицький перший виконав

прагматичне дослідження медіатизації протестантства в Україні в роки незалежності.

Мені вже доводилося в іншому місці говорити про колізію між широтою охоплення емпіричного матеріалу та глибиною його осмислення в наукових дослідженнях. У молодих науках, до яких належать соціальні комунікації в цілому і теорія та історія журналістики як їх питомий складник, час від часу спалахують дискусії про достойність того чи того предмета для окремого монографічного дослідження. На жаль, часто ці суперечки ведуться а priori, незалежно від досвіду, конкретного розгляду об'єкта і предмета вивчення. Часто наполягають на врахуванні суто кількісного показника: скільки конкретних явищ буде охоплено в дослідженні. А тимчасом зовсім забувається така особливість наукової методології: чим вузьчий узятий об'єкт, тим глибше може бути розглянутий, під кутом зору більш розмаїтих аспектів.

З погляду цієї методологічної настанови зовсім не варто боятися досліджень, присвячених, як може здатися, локальній проблематиці. Та й чи така вже вона локальна в дослідженні М. Балаклицького? Коли автор подав у вигляді схеми повний перелік адвентистської преси України періоду незалежності, то це в нього зайняло 56 позицій. Є тут внутрішні видання громад із накладом 200 примірників, але є й газети з накладом 100 чи навіть 400 тисяч примірників. На теперішній час і далі виходять 29 періодичних видань з місячним накладом 724,5 тисяч примірників. До цієї групи мас-медіа належить телеканал «Надія», радіопрोगрами та передачі, численні ресурси в електронній мережі. Автор справедливо зазначає, що протестантські медіа «притягують далеко не конфесійну і навіть не тільки протестантську аудиторію» [1, 122]. Як може наука ігнорувати такий величезний обсяг соціальної комунікації? Ми повинні бути вдячні М. Балаклицькому за те, що він зробив цей комунікаційний простір нашим надбанням, перетворив його з речі-в-собі на річ-для-нас.

Це дослідження збагатило українську науку про соціальні комунікації багатьма цікавими спостереженнями.

Автор стисло розглянув історію адвентистської преси в Україні, побачивши тут два періоди: перший – це 1918–1933 роки і другий, який припав на час незалежності. Не зовсім переконливо звучить віднесення початку цього періоду до 1993 року, оскільки розгляд конкретного матеріалу ведеться від львівського журналу «Моя надія», який розпочато ще

в 1990 році [1, 103; 1, 109]. Автор уперше запропонував типологію протестантських видань, виокремивши в загальній масі дві основні групи: 1) офіційні всеукраїнські часописи й 2) авторські локальні та регіональні видання. Слушною є пропозиція М. Балаклицького розрізняти протестантську аудиторію і аудиторію протестантських ЗМК в Україні. Його масштабне соціологічне дослідження аудиторії протестантських ЗМК засвідчило великий інтерес у суспільстві до проблематики протестантських медіа. Окремий розділ автор присвятив «методам оцінки ефективності» конфесійної журналістики, які, безумовно, можуть бути застосовані й багатьма іншими ученими.

Відкриттям автора є розробка та застосування на українському ґрунті концепції міні-медіа. Цим терміном пропонується називати невеликого накладу часописи, спрямовані на висвітлення життя локальних територіальних, професійних, корпоративних чи світоглядних громад і поширюваних у середовищі цих громад.

Міні-медіа – це альтернатива до мас-медіа. Якщо мас-медіа орієнтується на охоплення якомога ширшої аудиторії, несуть односпрямовану інформацію, не передбачають спілкування з читачами, то міні-медіа працюють для вузької цільової аудиторії, розгортаються як симетрична комунікація, потребують діалогу з реципієнтами. Мас-медіа передбачають горизонтальне поширення, міні-медіа – вертикальне проникнення. Незначний наклад компенсується максимальною прочитуваністю медіа, засвоєнням його контенту і наявністю потужного зворотного зв'язку. Міні-медіа відрізняються особливою ефективністю журналістики. Поряд із поняттям міні-медіа паралельно вживаються терміни «малі медіа» та «міні-комунікація» («міні-ком»).

Про наукову сумлінність автора свідчить той факт, що він не приписав собі відкриття поняття «міні-медіа», а вказав на джерела концепції в американській комунікативістиці, де до її формування мають стосунок У. Шрамм, Дж. Давнінг, Д. Макквейл, Д. Сміт. Такий підхід лише підкреслив пріоритет М. Балаклицького: в українських соціальних комунікаціях він перший звернув увагу на це явище й компетентно висвітлив його на прикладі адвентистської преси.

Локалізація об'єкта дала можливість залучити до вивчення репрезентації освітніх осередків протестантської журналістики та викласти засади підготовки в них працівників для медіа. Автор слушно зазначив, що пер-

шими освітніми проектами були візити в Україну представників іноземних протестантських часописів, які намагалися тут передати свій досвід українським колегам. Другим напрямом стало заснування факультетів і відділень журналістики в протестантських ВЗО. Третій шлях реалізації освітніх ініціатив у галузі журналістики запропонували громадські організації. Четвертий тип журналістської освіти сформували редакції протестантських медіа, які готували кадри для самих себе чи для своєї галузі.

У дослідженні М. Балаклицького оптимально зрівноважено аналіз конкретних медіа з описом загальних явищ протестантської журналістики. Часто в цьому питанні важко досягти гармонії. У нас можна зустріти емпіричний опис матеріалу без глибокого його узагальнення та виходу на рівень осмислення явища; або, навпаки, з поданням певних висновкових положень, які невідомо звідки взялися, не обіперті на емпіричну базу. У М. Балаклицького в цій галузі панує мало не ідеальна гармонія: його дослідження містить чимало конкретних прикладів, аналізів часописів та їх матеріалів, рубрик, принципів ведення, роботи авторів. Його висновки не взяті з повітря, а є наслідком вичерпного опрацювання емпіричного матеріалу.

Протестантську комунікацію науковець бачить у вигляді живої, рухливої системи. Незважаючи на те, що в дослідженні охоплено період усього лише в двадцять років, автор зумів накреслити еволюцію явища. На 1990-ті роки припадає, за М. Балаклицьким, доба «психологічного самвидаву» [1, 180], коли панувала ілюзія легкого прогресування релігійної свідомості та журналістики. Це час бравади й аматорства. На початку 2000-х років медійна діяльність протестантських церков рушила в бік помірної комерціалізації та укрупнення. У середині 2000-х виник план порятунку збиткових медіа шляхом їх перекочовування в електронні мережі. У другій половині 2000-х років, з одного боку, зазнали краху сподівання на блискавичне релігійне відродження країни, а з другого боку, настало розуміння могутності медіа-впливу, який потребує професійного підходу, піднесення якості інформування.

У сенсі розкриття змісту цього четвертого періоду авторові довелося цілком виправдано говорити про протестантську публіцистику у книжковому форматі. Тут репрезентовано книжки П. Залізного, О. Кривобок, В. Райчинця, П. Гараджі, О. Опаріна. Розгляд змістових

і жанрових особливостей цих книжок ведеться зовсім не апологетично. Зазначивши, що нариси, які ввійшли до збірки П. Залізного, були раніше опубліковані в редакovanій ним газеті, автор зауважив, що у книжці вони згруповані за тематикою механічно, і це призвело до повторення фрагментів тексту завбільшки зі сторінку [1, 182].

Серед функцій протестантських ЗМІ автор виокремив передусім проповідництво християнського вчення, просування релігійних організацій та соціальну критику. Його позиція не розчинена в досліджуваному матеріалі, а винесена назовні, на висоту метапозиції, яка дозволяє бачити описувані явища у світлі наукової об'єктивності. Наприклад, він цілком усвідомлює, що «моральна зарозумілість протестантів заважає їм відчувати власну естетичну короткозорість» [1, 264]; їхнє майже однастайне критичне ставлення до світських медіа та масової культури не співвідноситься з пропозицією виразної культурної альтернативи, яку вони могли б запропонувати всьому суспільству. Редактори видань, на думку автора, яка спирається, однак, на його ж соціологічне дослідження, погано уявляють цільову аудиторію своїх часописів. Доволі суворо оцінено й самі релігійні організації, в яких «немає політичної перспективи, інтелектуального багажу, культуротворчого потенціалу, однак є широкий спектр соціальної роботи за незрівнянно менших можливостей, ніж у держави» [1, 308].

Критичний погляд автора на явище протестантської журналістики лежить в основі бачення його комунікативної перспективи. Протестантські церкви можуть надати українській журналістиці можливість запозичити їх досвід опору владному та економічному диктату. Автор бачить численні точки дотику протестантського та українського національного рухів у добровільних об'єднаннях громадян без державної підтримки. Про це із соромом треба говорити після двох десятиліть української незалежності, але від правдивості цього факту нікуди подітися не можна. Обидва рухи засновані на дотриманні ідеалів свободи, істини, поваги до людини, хоч би яке становище вона мала в суспільстві. Для обох у стратегії й тактиці головними (принаймні – істотними) виявляються просвітницькі завдання, які розв'язують проблему конфесійної чи національної ідентичності. Їх члени (учасники) не продаються і працюють більше задля ідеї, аніж за гроші. Протестантська журналістика пропонує українцям цілком прийнят-

ний ідеал – «основою впливовості журналіста за сучасних умов може бути єдність його професійного та морального авторитету» [1, 311].

«Головна перевага і мета християнської журналістики, – доводить М. Балаклицький, – правдивість» [1, 304]. Причому, правдивість тут передбачає пошук Істини, відображення автентичної картини світу з позицій біблійних цінностей, християнських заповітів. Така концепція протистоїть світоглядіві постмодернізму, який усунув категорію Істини з людського життя, оголосив правдивою першу-ліпшу версію подій, яка перемаже на ринку ідей. У такій ситуації журналістика прямує до загибелі. Журналістові ні на що зіпертися. Якщо об'єктивність – це змагальність суб'єктивностей, то де йому брати сили для захисту справедливості, добра, людської гідності, національної ідентичності?

Християнська концепція повертає журналістиці її первісне гносеологічне призначення – пізнавати світ, відвертає від тенденції перетворити її на суцільну «розважалівку». Об'єктивність у цій концепції тлумачиться

як наближення до Істини, максимально доступне пізнавальному суб'єктові [1, 312]. Журналіст знову відчуває твердь під ногами. Ця твердь – у переконанні, що журналістика не тільки спроможна, а й зобов'язана служити суспільству правдою, що одвічні загальнолюдські цінності та ідеали потребують сьогодні не тільки захисту в журналістиці, – вони повинні бути для неї засадами інформаційної діяльності.

Такі вагомні висновки випливають з дослідження М. Балаклицького. Його з великою корисністю для себе прочитає і журналіст-початківець і досвідчений автор публіцистичних текстів, дослідник зі стажем і аспірант чи студент. Кожен знайде тут поживу для розуму. А наукова журналістська спільнота має порадіти з появи талановитого, сумлінного дослідника-професіонала.

1. Балаклицький М. А. Медіатизація протестантизму в Україні 1991–2010 років : монографія / Максим Балаклицький. – Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2011. – 379 с.

Подано до редакції 18. 06. 2012 р.

Mykhaylyn Igor. Protestant journalism at the parting of the ways of modernism.

(Review of monograph of Balaklytsky M. «Mediatization of Protestantism in Ukraine in 1991–2010»)

Михайлин И. Л. Протестанская журналистика на модернизационном раздорожье.

(Рецензия на монографию М. А. Балаклицкого «Медиадизация протестантизма в Украине 1991–2010 годов»)

