

НАУКОВА РЕЦЕНЗІЯ

УДК 070.1:2-12

НОВЕ НАВЧАЛЬНЕ ДЖЕРЕЛО ПРО РЕЛІГІЙНУ ТЕМАТИКУ В МЕДІЯХ: СТРУКТУРА І ПРОБЛЕМАТИКА

Ігор Скленар

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: isklenar@gmail.com

В рецензії розглянуто структуру одного з найновіших підручників, присвяченого релігійній журналістиці. Автор рецензії розмірковує про тематику нового навчального видання крізь призму актуальних проблем зі сфери «Церква-мас-медіа».

Ключові слова: релігійна журналістика, інформація, тематика, проблематика; християнські медіа, конфесійні ЗМІ.

Наприкінці 2016 року на базі Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка вийшов друком підручник «**Релігійна журналістика**» (К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. – 307 с.) – перший з такою назвою в сучасному журналістикознавстві України. Її автор – професор названого ДУР, один з провідних українських дослідників релігійної журналістики Алла Бойко, в доробку якої – наукові праці, численні статті, присвячені здебільшого православному сегменту релігійної періодики, а також стану й проблемам релігійної тематики у світських мас-медіях. По суті цей підручник логічно продовжив наукові пошуки авторитетної дослідниці, зроблені ще в 2009 році у книзі-конспекті лекцій «Релігія в мас-медіа»*.

Одним із приводів для його написання є непрофесійне тлумачення і подання релігійної інформації в українських ЗМІ, про що автор зауважує у своїй передмові: «Українські журналісти лише починають підходити фахово до висвітлення релігійних проблем, тому поки що цю тематику в медіа подано неповно, непереконливо, іноді із прикрими помилками. Нарікають на працівників ЗМІ і віруючі, і науковці-релігієзнавці. Як результат, – аудиторія не сприймає інформацію про релігію, оскільки вона публікується не професійно, отже, нецікаво; журналісти не пишуть про релігію, оскільки аудиторія не зацікавлена в цій темі» (С. 4). Авторка роками «колекціонує» приклади непрофесійного подання інформації про релігію. Зрештою, багато з нас можуть часто на прикладі журналістських виступів переконатися в тому, як у найвпливовіших сьогодні медіа – на телебаченні і в інтернеті – навіть якимось релігійне свято називають неправильно, не кажучи вже про тлумачення його змісту.

* Бойко А. Релігія в мас-медіа України: тексти лекцій / А. Бойко. – К., 2009. – 158 с.

© Скленар І., 2018

Свій виклад матеріалу д-р А. Бойко базує на великому обсязі наукової і навчальної літератури, який охоплює релігійні мас-медіа і релігійну інформацію в мас-медіях. Чотири частини підручника органічно пов'язані між собою за тематикою.

У першому розділі «Релігійна тематика і проблематика в медіа: загальна характеристика» авторка одразу робить чіткий поділ між інформацією про релігію і темами й проблемами, які впливають із цієї сфери у журналістських виступах. Це відкриває дорогу для подальшого розуміння сформульованих у навчальному виданні питань. Проф. А. Бойко пропонує розподіляти релігійну журналістику за такими блоками: богословська (теологічна), релігійно-історична, релігієзнавча, релігійно-політична, релігійно-правова або правозахисна. Авторка відмежовує від цих різновидів журналістики релігійні медіа та Інтернет. Чітко сформульовані релігійні теми й проблеми показано на прикладі окремих публікацій, з допомогою завдань користувач зможе їх самостійно аналізувати. Більше того, авторка пропонує практичні вказівки для того, щоб навчитися конкретну релігійну тему (наприклад, релігія/влада) реалізувати у відповідному жанрі журналістики.

Стислий огляд релігійних мас-медіа в різних частинах світу, зроблений у другому розділі видання, може бути корисним гуманітаріям, адже короткий аналіз стану цих медіа у контексті відносин «Церква – держава» фактично доповнює навчальний процес.

Якщо розвиток християнських медіа Західної Європи у другій половині ХХ ст. був невід'ємно пов'язаний із розвитком демократій, то у Східній Європі, у зв'язку із пануванням атеїстичної ідеології, існувала практично заборона на функціонування релігійних медіа, а сьогодні, на думку дослідниці, «розвинена мережа конфесійних медіа сприяє активному й толерантному діалогу, який складається з ланок *держава – церква – соціум* і допомагає нормальному функціонуванню суспільства» (С. 107). Авторка підручника окремо аналізує медіа Ватикану – міні-держави, яка, як відомо, надає важливого значення інформації як засобу донесення католицького віровчення. Далі у своєму викладі А. Бойко «переміщається» на американський континент, де релігійна ситуація, порівняно з Європою, є трохи іншою, а «релігія посіла четверте місце серед тем американських ЗМІ, традиційно поступившись політиці, міжнародним відносинам та економіці» (С. 116). Тут А. Бойко звертає увагу на два основні питання: релігійна тематика в новинних програмах і проблеми релігії на телебаченні. Розглядаючи стан релігійних медіа в Російській Федерації, де, за даними автора видання, у період 1990-2014 рр. зареєстровано майже 900 друкованих видань, проф. А. Бойко звертає увагу на те, що їх засновники характеризують як релігійні або духовно-моральні (С. 124). Дослідниця аналізує православні, католицькі, мусульманські, буддистські ЗМІ, на тлі багатоконфесійної ситуації в Росії, з акцентом на домінуючій ролі православ'я.

У третьому розділі зроблено загальну характеристику конфесійних ЗМІ в Україні. Оперуючи соціологією про приналежність українців до т.зв. традиційних Церков, А. Бойко всебічно розглядає стан ЗМІ православних і католицьких Церков. Для дослідників історії журналістики початку ХХІ ст. стане в нагоді типологізація релігійної преси й інших ЗМІ за різними критеріями. Оскільки цей аспект релігійної журналістики дотичний до моїх наукових інтересів, то я відкрив і собі новий пласт церковних видань й веб-ресурсів за останнє десятиліття в Україні. Хоч сьогодні вони виходять невеликими накладками і мають незначний веб-перегляд (за винятком

РІСУ, «Релігія в Україні»), все ж, на переконання д-ра А. Бойко, виконують в українському суспільстві духовно-просвітницьку місію. Окремо охарактеризовано медіа протестантських Церков в Україні, зокрема, Церкви євангельських християн-баптистів, адвентистів сьомого дня та ін., медіа мусульман, буддистів, індуїстів, іудеїв, представників неорелігій у державі. Хочу зазначити, що аналіз текстів, присвячених релігійній журналістиці, системний аналіз медіа т.зв. нетрадиційних Церков й релігійних організацій в українському науковому корпусі зроблено вперше.

Новизною підручника є акцентування на міфологемах в українських ЗМІ щодо новітніх релігійних рухів (передостанній підрозділ цієї частини підручника), які також становлять неабияку практичну цінність для тих журналістів, що висвітлюють у медіа теми, присвячені діяльності Свідків Єгови, мормонів, «Посольства Божого» і подібних неорелігій. Наприкінці третього розділу д-р А. Бойко аналізує атеїстичну тематику в українських медіа в історичному зрізі й сучасності і це, на наш погляд, відкриває для користувача підручника світогляд тих, хто не вірить у трансцендентне. Текстовий матеріал другого і третього розділів супроводжується широким ілюстративним матеріалом – обкладинками релігійних друкованих видань, логотипами європейських й американських медіа.

Практична реалізація в медіа знань про релігію є «родзинкою» останнього розділу. Тут, зокрема, йдеться про професійні стандарти журналістики із конкретизацією аспектів та перенесенням у площину релігійних тем; про етноконфесійну проблематику. Використовуючи базу попередніх наукових текстів, автор доповнює їх порадами професійних журналістів, які є авторитетними в релігійній тематиці, зокрема, із зарубіжних видань. Положення проф. А. Бойко підкріплені численними прикладами із українських медіа, частина з яких, на нашу думку, показує те, наскільки бувають неточні й некомпетентні журналісти під час висвітлення релігійної проблематики.

Цінністю довідкового матеріалу, поданого наприкінці підручника, – можливість почерпнути основні поняття з релігієзнавства.

У своїй рецензії я неодноразово вживав слово «вперше». Тому й критика в цьому випадку може бути зведена до мінімуму. Як редактор релігійних текстів, маю дещо інший погляд на написання окремих релігієзнавчих термінів і понять, можливо, бібліографія наукових текстів про релігійну журналістику не включає певних знакових праць за останні три роки. Водночас наші зауваження й рекомендації не применшать тієї титанічної праці, яку, на нашу думку, зробила проф. А. Бойко. Вона полегшила студентам-журналістам, журналістам-практикам, релігієзнавцям, богословам, усім, хто цікавиться релігійною тематикою в медіа, шлях до розв'язання непростих питань із цієї сфери. Ще один факт, який не дотичний до теми навчального видання, але заслуговує на оприлюднення: Алла Анатоліївна Бойко має чітку громадянську позицію. Поширюючи електронний варіант підручника і через соціальні мережі збираючи кошти на лікування Юрія Скорика, воїна новітньої Російсько-української війни, вона не шукала собі жодних додаткових лавр, а чинила як справжня Людина.

NEW TEXTBOOK ON RELIGION IN MEDIA: ITS STRUCTURE AND CONTENT

Ihor Sklenar

*Lviv National Ivan Franko University,
General Chuprynka street, 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: isklenar@gmail.com*

Ihor Sklenar is analyzing content and structure of a newest textbook «Religious journalistic» by Alla Boiko, who is a professor in the Institute of Journalistic at the Kyiv National University in honor of Taras Shevchenko. He admits that Alla Boiko studied numerous examples of media activity in the sphere of Religious journalistic, and also had examined a large set of scientific and tutorial literature in a way of making her own conclusions well grounded. The textbook includes 1) analysis of Religious media in Ukraine and abroad; 2) investigations of using information in Religious mass-media. There is a strict logic in the discourse of textbook's paragraphs. All paragraphs are firmly united in one complex.

The reader appreciates textbook's practical section where the author held an inquiry over low-quality media products from secular media. In addition, Ihor Sklenar highly appraised the glossary of religious terms that is the Appendix of the textbook. The reader made a conclusion that the «Religious journalistic» indeed could be interesting and advantageous resource for journalists in secular and religious media, media experts, and for those who are studying Religious activity in public sphere.

Key words: Religious journalistic, information, Christian media.