

ІСЛАМ КРИЗЬ ПРИЗМУ УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА: ОСНОВНІ НАПРЯМИ СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У статті проаналізовано праці українських науковців, які вивчали проблеми релігійної журналістики з погляду висвітлення ісламської (мусульманської) тематики в українських ЗМІ, та в хронологічному вимірі визначено коло актуальних питань, що становили науковий інтерес дослідників. Виокремлено проблеми, пов'язані з формуванням образу мусульман та ісламської або національної ідентичності українськими медіа в умовах різновекторності інформаційного впливу (з боку Росії та країн Західної Європи), а також дуальності російського вектора впливу. Відзначено ситуативність і бінарність у висвітленні етнорелігійних питань українськими ЗМІ, що зумовлені як геополітичною ситуацією в Україні та світі, так і впливом зовнішнього медійного поля, а також рівнем компетентності журналістів у питаннях релігії.

Ключові слова: українські медіа, стереотипізація ісламу, етнорелігійні стереотипи, образ мусульман у ЗМІ, наклеювання ярликів, вектор інформаційного впливу.

I. Вступ

Останніми роками український релігійний ландшафт зазнав значних трансформацій у зв'язку з геополітичними змінами: окупація та анексія території України та, як наслідок, міграція кримських татар й утворення або розширення мусульманських громад поза межами АРК; індивідуальний перехід парафій або масовий перехід парафій до УПЦ КП через позицію УПЦ МП стосовно подій у країні та через її інформаційну політику, орієнтовану на просування чужої ідеологічної концепції; і нарешті – утворення Православної церкви України (ПЦУ) й об'єднання церков (УАПЦ та УПЦ КП), перехід деяких парафій УПЦ МП до нової помісної церкви. Усі ці події та зміни знаходили висвітлення в засобах масової інформації, у тому числі у світовому контексті. Найпопулярнішою релігійною тематикою в українських медіа найчастіше є християнство, що цілком зрозуміло і з погляду статистичної звітності (християнські конфесії кількісно переважають інші релігійні громади [6]), і з погляду ситуації, яка склалась у православ'ї та внаслідок якої регулярно виникають інформаційні приводи для публікацій або сюжетів (церковні скандали, участь церкви у громадському житті, стосунки між конфесіями, утворення помісної церкви тощо). Навіть не вдаючись до глибокого аналізу (адже християнська тематика в ЗМІ наразі не є предметом нашого дослідження), можна узагальнити, що журналісти, які готують відповідні матеріали, часто працюють у такій системі координат: «сенсації і скандали – політизація релігії – піар “улюбленої” конфесії». Що ж стосується подій у житті мусульман, ісламського світу, то їх, як правило, розглядають крізь призму певного етносу, нації, вдаючись при цьому до стереотипного мислення й не проводячи чіткої межі між поняттями «іслам», «ісламізм», «тероризм»; а також маркуючи в ЗМІ політичну позицію етносу, що сповідує іслам, тощо. Загалом в українських новинах останніх років пальму першості тримає питання кримських татар, у топі новин світу – відомі «карикатурні скандали», що прямо пов'язані з образою релігійних почуттів; питання міграційної кризи, пов'язаної з напливом мігрантів у Європу з охоплених війнами країн Близького Сходу й Африки; проблема терористичних атак (напад на редакцію Charlie Hebdo; потрійний теракт у Ємені, листопадові теракти в Парижі тощо, відповідальність за які часто брало на себе терористичне угруповання «Ісламська держава»). Відтак, матеріали, які так чи інакше стосуються етнорелігійної проблематики, потрапляють у матрицю «доля етносу – мігранти – тероризм», акценти у якій зміщуються з етнічної до ісламської складової. Вищесказане накреслює таке питання релігійної журналістики, як висвітлення в ЗМІ проблем національних та релігійних відносин, зокрема в аспекті їх розмежування чи взаємопроникнення. Однак з-поміж досліджень, присвячених релігійному виміру українських мас-медіа, найбільшу частку становлять ті, що стосуються контенту християнського спрямування, тоді як вивченню ісламських ЗМІ або ісламської (мусульманської) проблематики науковці приділяли значно менше уваги.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета статті – проаналізувати праці українських дослідників, які вивчали контент засобів масової інформації, присвячений питанням національних і релігійних відносин, та визначити в хро-

нологічному вимірі актуальні проблеми релігійної журналістики з погляду висвітлення ісламської (мусульманської) тематики.

Основою дослідження є інформаційний підхід; використано метод аналізу наукової літератури – для здійснення загальної розвідки теми, визначення рівня теоретичного вивчення такого аспекту релігійної журналістики, як ісламська (мусульманська) тематика; метод узагальнення – для визначення в хронологічному вимірі актуальних проблем релігійної журналістики з погляду висвітлення ісламської (мусульманської) тематики.

III. Результати

Окреслену проблему досліджували науковці різних галузей знань. З-поміж журналістикознавчих студій на особливу увагу заслуговують праці А. Бойко, яка проаналізувала характер висвітлення в мас-медіа проблем ісламського світу, а також виокремила ознаки некоректного висвітлення етноконфесійних проблем [1]; М. Бутиріної, яка вивчала явище етнорелігійних стереотипів у медійному середовищі, зокрема особливості мас-медійної стереотипізації ісламу, формування його негативного образу через використання кліше з радянського періоду, спотворення основних понять ісламу, застосування поняття «ісламське» лише в повідомленнях про теракти, війни, міжетнічні конфлікти [2; 3]; О. Гнесь, яка досліджувала роль ЗМІ в генеруванні ісламофобних стереотипів у громадській думці, а також конфлікт цивілізацій (ісламської та західної) в українських мас-медіа [4].

Д. Саїдахметов досліджував причини виникнення такого поняття, як «ісламський тероризм», а також місце й роль ЗМІ в цьому процесі [7]. Про роль ЗМІ у формуванні ісламофобії говорив к. і. н. М. Якубович [9]; проблему формування українськими медіаобразу мусульманина та ісламської ідентичності в політичній культурі України розглядала І. Федорів [8], спираючись на погляди Е. Саїда, який свого часу зазначав, що підґрунтям для міжетнічних, міжнаціональних та міжрелігійних конфліктів часто служать конфліктні тенденції в ЗМІ, зокрема акцентування уваги на національності терористів чи злочинців [10]. Тему ісламської ідентичності та образу мусульманина в ЗМІ України порушувала також Г. Яворська, яка розглянула стереотипи та кліше, що застосовують у медіа, а також їх вплив на громадську думку [5, с. 80–125].

Загалом проведений аналіз дає можливість стверджувати, що більшість науковців у своїх дослідженнях відзначає такі тенденції в українських ЗМІ, як політизація й стереотипізація ісламу через його ототожнення з тероризмом, а також акцентування під час висвітлення терактів на національній складовій: «спалах ісламського екстремізму», «релігія, яку вважають найбільш воєнничою», «іслам – загроза стабільності Європи», «кримський іслам – друга Чечня», «іслам – тероризм» [2], «ісламський тероризм», «мусульманський тероризм» [1; 7], «ісламське угруповання», «мусульманські сепаратисти» [4].

У цьому контексті М. Бутиріна наголошує також на такому прийомі стереотипотворення, як «наклеювання ярликів», що є засобом дискредитації певної етнорелігійної групи, наприклад кримських татар («В Україні теж є своє потенційне Косово» (Українська правда. 2008); «У Криму може бути друга Чечня» (Газета по-українськи. 2007)) [2].

Загалом у розвідках науковців можна виокремити два напрями. Так, до поля їх наукових досліджень у питанні висвітлення етнорелігійної проблематики українськими ЗМІ потрапляють новини, пов'язані із життям кримських татар, та події у світі (відомий карикатурний скандал, проблеми війни та мігрантів, терористичних актів з акцентом на національній та релігійній складовій). При цьому варто зауважити, що окремі дослідники (зокрема, І. Федорів) відзначають вплив російського та західноєвропейського векторів у подачі новин засобами масової інформації, які формують образ мусульманина та визначають ставлення до ісламу в цілому. Продовжуючи думку дослідниці, підкреслимо, що висвітлення українськими медіа найгучніших терактів, які відбулись у Росії, Чечні, Північній Осетії, зазнавало впливу російського інформаційного поля, і в ЗМІ вироблялось вороже або підозріливе ставлення до мусульман (власне до етносів, які сповідують іслам). Західний вектор так само формував недружній образ мусульманського світу: у повідомленнях ЗМІ про терористичні атаки акцент, як правило, було зроблено на релігійній складовій – «ісламський тероризм».

У хронологічному вимірі, спираючись на праці дослідників, ми можемо відзначити такі характеристики, як ситуативність і бінарність у формуванні образу мусульман та ісламської або національної ідентичності українськими медіа. Так, з одного боку, на висвітлення подій, що мають стосунок до етнорелігійної проблематики, мала і має вплив геополітична ситуація у країні та світі, а також соціальні потрясіння й резонансні події (наприклад, терористичні атаки тощо), які служать інформаційним приводом і які часто розглядають крізь призму певного етносу чи віросповідання. З іншого боку, зміна риторики в інформаційному полі щодо якоїсь етнічної групи, у тому числі з прив'язкою до релігійної складової, іноді може залежати від мети, яку мають власники ЗМІ, а також від зовнішнього інформаційного впливу, адже, як уже згадували вище, певні ісламофобські настрої свого часу були запозичені з Росії або, особливо останніми роками (у зв'язку зі зростанням кількості терористичних актів), із Західної Європи. Важливе значення в

цьому питанні має також рівень компетентності журналістів з питань релігії. Так, наприклад, А. Бойко стверджує, що в 2006 та 2007 рр. характер мас-медійних звернень до висвітлення проблем кримськотатарського населення майже завжди мав скандальне забарвлення. Зокрема, вчена говорить про підміну понять у трактуванні окремих подій, коли конфлікти в Криму подавали в медіа як зіткнення двох різних культур і релігій, наводячи як приклад конфлікт земельних інтересів у Бахчисараї, коли кримські татари хотіли встановити мечеть на ринковій площі, яка виникла на місці старовинного ісламського цвинтаря, а працівники ринку були проти, оскільки боялися втратити робочі місця через перенесення ринку [1].

Схожу думку висловлює історик М. Якубович, наголошуючи, що в 2007–2008 рр. «в українському Криму теж розкручували проблему ісламістів, ... самозахоплені земель», однак тоді як про незаконні обгородки на решті території, учасниками яких могли бути інші національності, у тому числі й українці, говорили спорадично, про кримських татар згадували постійно [9].

У 2009 р. повідомлення, пов'язані із життям кримських татар, мали бінарний характер: від звинувачень в екстремізмі до висвітлення спроб стримати радикальні настрої. Наприклад, М. Бутиріна говорить про риторику повідомлень, у яких ішлося про викриття й затримання кримськими правоохоронцями в жовтні 2009 р. прибічників ісламістської організації «Ат-Такфір валь-Хіджра». Події здобули в українських медіа негативну характеристику – «спалах ісламського екстремізму», що зумовило протидію в інформаційному полі з боку ДУМУ «Умма», які назвали це «розігрування ісламської карти в політичних цілях» (День. 2009. № 202) [2, с. 292–317].

Натомість А. Бойко наводить позицію духовних лідерів ісламу щодо радикальних дій деяких мусульман, які вони засудили і виголосили свою думку в медійному просторі (стаття «Джихад тільки за дозволом батьків» у газеті «Вечерние вести»), де йшлося про те, що шейх Муххамед аль-Лухайдан заборонив молоді брати участь у воєнних діях без дозволу батьків і держави [1].

Незважаючи на те, що І. Федорів [8] звертає увагу на вплив російського вектора (зокрема у 2009–2010 рр.) на процес формування українськими медіа стереотипів про радикальну мусульманську ідентичність, на нашу думку, поза увагою дослідників все ж таки залишається його дуальний характер, особливо в 2013–2014 рр.: інформаційна політика в українських ЗМІ до анексії Криму та після. Загалом на це певною мірою звертає увагу М. Якубович, але не стільки з погляду вивчення медіапростору, скільки з погляду історико-політичних реалій: «...аналізуючи події 2014 р., стає зрозуміло, хто й для чого тримав “градус напруги” в Криму, кому була потрібна демонізація кримських татар. ... очевидно, що Російська Федерація розігрувала антитатарську карту, щоб мобілізувати проросійську частину населення півострова» [9].

Узгодивши власні спостереження з твердженнями науковців, можемо дійти висновку, що Україна в етнорелігійному питанні мала певний бекграунд, успадкований ще за радянських часів: упереджене ставлення до мусульман через негативну риторику у подачі новин про війну в Афганістані радянськими ЗМІ. Відтак, сформовані стереотипи зумовлювали сприйняття кризь призму релігії подій у Європі (наприклад, матеріалів про мігрантів чи теракти), а також у Криму, у яких брали участь кримські татари. Тому риторику повідомлень не завжди була позитивною, стосовно чого ми вже наводили думку М. Бутиріної [3]. Однак зауважимо, що останніми роками, коли говорять про ситуацію в Криму, то все ж таки більше акцентують на етнічній складовій, а не на ісламі.

Загалом у 2014–2018 рр. у медійному полі, як вважає М. Якубович, «з'явився певний “проісламський сентимент”», коли почали згадувати про депортації кримськотатарського народу, життя етносу після окупації острова, писати про кримських татар-переселенців [9]. На нашу думку, це було також зумовлено позицією кримських татар щодо української державності, їх участю в АТО тощо. Відтак, геополітична ситуація й соціальні потрясіння в країні спонукали журналістів під час висвітлення окресленої проблематики до використання бінарної семантичної опозиції «свій» (Україна) і «чужий» (Росія), яка в новому історичному контексті набула іншого звучання, оскільки до цього науковці відзначали її застосування виключно як протиставлення двох цивілізацій, культур – західної і східної (ісламської). Крім того, відзначимо, що, незважаючи на оптимістичні висновки вчених щодо повідомлень на окреслену тематику в 2018 р., в інтернет-виданнях все ж таки траплялись публікації про «радикальний іслам» в Україні, однак це поки що залишилось на маргінесі журналістичнознавчих досліджень.

IV. Висновки

Отже, спираючись на праці українських науковців, які вивчали проблеми релігійної журналістики з погляду висвітлення ісламської (мусульманської) тематики в українських ЗМІ, можемо виокремити коло актуальних проблем у цій сфері, що становили найбільший науковий інтерес і визначали напрями їх досліджень: 1) згадування ісламу в повідомленнях вітчизняних медіа, як правило, в обов'язковому зв'язку з національною (етнічною) складовою; 2) політизація й стереотипізація ісламу через його ототожнення з тероризмом, а також завдяки існуванню кліше, закріплених у свідомості ще з радянських часів, навішуванню ярликів; 3) змішування понять «іслам» та «ісламізм», спотворення основних понять ісламу й однобічне їх потрактування (наприклад,

«джихад»), підміна понять та роздмухування на цьому ґрунті теми міжетнічних відносин; 4) існування двох напрямів у вивченні проблеми висвітлення окресленої проблематики українськими ЗМІ: події, пов'язані із життям кримських татар, та події, пов'язані з проблемами мігрантів, терористичних атак, карикатурних скандалів; 5) використання в українських ЗМІ бінарної семантичної опозиції «свій-чужий», з одного боку, як протиставлення двох цивілізацій (культур, світоглядів) – західної і східної (ісламської), а з іншого – як протиставлення двох державних ідеологій (України та Росії) в аспекті міжетнічних відносин у контексті нових історичних реалій.

Крім того, на нашу думку, науковий інтерес можуть також становити такі явища, як ситуативність і бінарність у формуванні образу мусульман та ісламської або національної ідентичності українськими медіа. До того ж поза увагою дослідників залишається різновекторність інформаційного впливу на сприйняття етнорелігійного питання: з боку Росії (у часи висвітлення найбільш гучних терористичних актів у РФ, Чечні, Північній Осетії, а також подій у Сирії) та з боку західноєвропейських країн (через висвітлення численних терористичних атак останніх років, проблем мігрантів). При цьому важливо також узяти до уваги дуальний характер російського вектора: інформаційна політика в українських ЗМІ до анексії Криму та після. Усе вищесказане може становити основу подальших наукових досліджень у цій сфері.

Список використаної літератури

1. Бойко А. А. Характер висвітлення етнорелігійної проблематики у мас-медіа України. *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1968> (дата звернення: 15.10.2018).
2. Бутиріна М. В. Мас-медіа як середовище створення та функціонування стереотипів масової свідомості : дис. ... д-ра соц. ком. Київ, 2009. 434 с.
3. Бутиріна М. В. Стереотипізація ісламу у мас-медіа. *Українське релігієзнавство*. 2010. Спецвип. 1. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/44218> (дата звернення: 15.10.2018).
4. Гнесь О. Стереотипізація ісламу і формування ісламофобії в Україні засобами масової інформації. *Українське релігієзнавство*. 2010. Спецвип. 1. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/44219> (дата звернення: 15.10.2018).
5. Богомолів О., Данилов С., Семиволос І., Яворська Г. Ісламська ідентичність в Україні. Київ : AMES, 2005. 130 с.
6. Релігійні організації в Україні (станом на 1 січня 2018 р.): дані Департаменту у справах релігій та національностей Міністерства культури України. *Релігійно-інформаційна служба України*. URL: https://risu.org.ua/ua/index/resources/statistics/ukr_2018/70440/ (дата звернення: 15.10.2018).
7. Саїдахметов Д. «Ісламський» тероризм як штучний феномен сучасної геополітики крізь призму українських друкованих ЗМІ. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2013. Вип. 37. С. 160–166.
8. Федорів І. П. Формування засобами масової інформації образу мусульманина та ісламської ідентичності в політичній культурі незалежної України. *Наукові записки*. Київ, 2010. Т. 108. Політичні науки. С. 34–38.
9. Якубович М. Ісламізм, якого немає. *Тиждень.ua*. 2017. 8 вересня. URL: <https://tyzhden.ua/Society/199096> (дата звернення: 15.10.2018).
10. Said E. W. *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World*. Revised edition. New York : Vintage, 1997. 272 p.

References

1. Boiko, A. A. Kharakter vysvitlennia etnorelihiinoi problematyky u mas-media Ukrainy [The nature of the coverage of ethno-religious issues in the mass media of Ukraine]. *Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky*. Retrieved from: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1968> (in Ukrainian).
2. Butyrina, M. V. (2009). *Mas-media yak seredovishche stvorennia ta funktsionuvannia stereotypiv masovoi svidomosti* [Mass media as an environment for the creation and operation of stereotypes of mass consciousness]. Kyiv. (in Ukrainian).
3. Butyrina, M. V. (2010). *Stereotypizatsiia islamu u mas-media* [Stereotyping of Islam in Mass-media]. *Ukrainske relihiieznavstvo*, 1. Retrieved from: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/44218> (in Ukrainian).
4. Gnes', O. (2010). *Stereotypizatsiia islamu i formuvannia islamofobii v Ukraini zasobamy masovoi informatsii* [Stereotyping of Islam and forming of Islamophobia in Ukraine by mass Medias]. *Ukrainske relihiieznavstvo*, 1. Retrieved from: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/44219> (in Ukrainian).
5. Bohomolov, O., Danylov, S., Semyvolos, I., & Yavorska, H. (2005). *Islamska identychnist v Ukraini* [Islamic Identity in Ukraine]. Kyiv : AMES. (in Ukrainian).
6. *Relihiini orhanizatsii v Ukraini (stanom na 1 sichnia 2018 r.): dani Departamentu u spravakh relihii ta natsionalnostei Ministerstva kultury Ukrainy* [Religious organizations in Ukraine (as of January

- 1, 2018): data from the Department of Religious Affairs and Nationalities of the Ministry of Culture of Ukraine]. *Relihiino-informatsiina sluzhba Ukrainy*. Retrieved from: https://risu.org.ua/ua/index/resourses/statistics/ukr_2018/70440/ (in Ukrainian).
7. Saidahmetov, D. (2013). «Islamskyi» teroryzm yak shtuchnyi fenomen suchasnoi heopolityky kriz pryzmu ukrainskykh drukovanykh ZMI [«Islamic» terrorism as artificial phenomenon of modern geopolitics in ukrainianmedia]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii zhurnalistyka*, 37, 160–166. (in Ukrainian).
8. Fedoriv, I. (2010). Formuvannia zasobamy masovoi informatsii obrazu musulmanyna ta islamskoi identychnosti v politychnii kulturi nezaleznoi Ukrainy [How mass-media shape muslim image and the islamic identity in political culture of independent Ukraine]. *Naukovi zapysky*, 108, 34–38. (in Ukrainian).
9. Yakubovych, M. (2017). Islamizm, yakoho nemaie [Islamism, which is not]. *Tyzhden.ua*. Retrieved from: <https://tyzhden.ua/Society/199096>. (in Ukrainian).
10. Said, E. W. (1997). *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World*. Revised edition. New York: Vintage. (in English).

Стаття надійшла до редакції 21.10.2018.

Козыряцкая С. А. Ислам сквозь призму украинских масс-медиа: основные направления современных научных исследований

В статье проанализированы труды украинских ученых, которые изучали проблемы религиозной журналистики с точки зрения освещения исламской (мусульманской) тематики в украинских СМИ, и в хронологическом измерении определен круг актуальных вопросов, которые составляли научный интерес исследователей. Выделены проблемы, связанные с формированием образа мусульман и исламской или национальной идентичности украинскими медиа в условиях разновекторности информационного воздействия (со стороны России и стран Западной Европы), а также дуальности российского вектора влияния. Отмечено ситуативность и бинарность в освещении этнорелигиозных вопросов украинскими СМИ, обусловленные как геополитической ситуацией в Украине и мире, так и влиянием внешнего медийного поля, а также уровнем компетентности журналистов в вопросах религии.

Ключевые слова: украинские медиа, стереотипизация ислама, этнорелигиозные стереотипы, образ мусульман в СМИ, наклеивание ярлыков, вектор информационного воздействия.

Kozyryatska S. Islam in the Light of Ukrainian Mass Media: the Main Directions of Modern Academic Researches

Research methodology. *The research ground is the information approach; the method of scientific literature analysis was used for the general exploration of the subject, for the detection of level of theoretical study of such aspect of religious journalism, as Islamic (Muslim) topics; the generalization method was used to determine in chronological dimension the topical issues of religious journalism in the context of Islamic (Muslim) topic coverage.*

Results. *The article analyzes the papers of Ukrainian scholars engaged in studying of religious journalism problems in regard to the Islamic (Muslim) topic coverage in Ukrainian mass media and in chronological dimension defines the spectrum of topical issues relevant for researchers' academic interest. The article highlights problems related to the shaping of image of Muslims and Islamic or national identity by Ukrainian media in the context of different vectors of information influence (from Russia and Western Europe countries) and duality of Russian influence vector. The article notes the situationalness and binarity in the coverage of ethnic and religious questions by Ukrainian mass media, determined not only by geopolitical situation in Ukraine and the world, but also by external media field influence, as well as by a level of journalist competence in religious questions.*

Novelty. *The novelty of the article consists in the systematization of academic achievements of Ukrainian scholars in the field of religious journalism in the context of Islamic (Muslim) topics coverage in Ukrainian mass media and the determination in chronological dimension the number of topical issues relevant for their academic interest. The article defines a spectrum of promising trends of academic research in this sphere, determined by geopolitical situation in Ukraine and the world, and also by external media field influence (from Russia and Western Europe countries).*

The practical significance. *The results of the research may serve as a theoretical basis for the further study of problems religious journalism.*

Key words: *ukrainian media, stereotyping of Islam, ethno-religious stereotypes, Muslims image in mass media, labelling, information influence vector.*