

МІСЦЕ І РОЛЬ ЗМІ В ІНФОРМУВАННІ ПРО РЕЛІГІЙНЕ ЖИТТЯ В КОНТЕКСТІ ПОТРЕБ ОПТИМІЗАЦІЇ МІЖКОНФЕСІЙНОГО ДІАЛОГУ В УКРАЇНІ

В сучасному світі, зокрема і в Україні, лєвова частка різноманітної інформації про явища релігійного життя приходить до громадян не безпосередньо. Адже воцерковлених українців, котрі добре знають життя, принаймні своєї Церкви, менше за тих, хто спостерігає його спорадично, вибірково, а то й знайомий з ним переважно заочно, вже не кажучи про знайомство з іншими релігійно-церковними традиціями. «Посередниками» в цьому виступають переважно школа, де у змісті різних предметів містяться згадки про релігійні феномени, художня література та засоби масової інформації.

Проблематика місця й ролі ЗМІ в інформуванні про релігійне життя виправдано входить в поле уваги низки релігієзнавців. На ті чи інші її аспекти акцентували увагу А.Колодний¹⁵¹, В.Климов¹⁵², М.Новиченко¹⁵³, А.Бойко¹⁵⁴ та ін. Л.Филипович¹⁵⁵ та С.Свистунов¹⁵⁶ звернули особливу увагу на великі можливості інформування про релігійне життя мережі Інтернет. Дослідники (зокрема, І.Скленар¹⁵⁷, А.Антошевський та Л.Коваленко¹⁵⁸, М.Васін¹⁵⁹) здійснювали аналітичний огляд українських ЗМІ на предмет наявності в них релігійно-толерантних та нетолерантних матеріалів, в тому числі таких, що розпалюють міжрелігійну та міжконфесійну ворожнечу.

Науковці виявили чимало проблем у подачі релігійної чи ж релігієзнавчої інформації в мас-медіа, у чому, як у дзеркалі, відбиваються всі складнощі релігійно-церковного і духовно-культурного розвитку українського суспільства. Разом з тим, досі бракує комплексного фахового осмислення можливостей ЗМІ в плані релігієзнавчого інформування, порівняльного аналізу опосередкованого та особистого ознайомлення з виявами релігійного життя, досліджень особливостей засвоєння дистанційно переданої інформації про нього для різних верств віруючих та

-
- 151 Колодний А. Свобода совісті для і в мас-медіа // Релігійна свобода. Науковий щорічник. – К., 2001. – № 5. – С. 66-70.
- 152 Климов В. Питання свободи совісті в координатах національного законодавства про інформацію та засоби масової інформації // Там само. – С. 70-73.
- 153 Новиченко М. Висвітлення релігійної свободи в Україні засобами масової інформації // Там само. – С. 74-77.
- 154 Бойко А. Обережно, релігія: католицизм в мас-медіа України // Україна і Ватикан в контексті культурно-цивілізаційного діалогу: історія і сучасність. – К., 2009. – С. 339-344.
- 155 Филипович Л. Сучасна релігійна ситуація в Україні й український Інтернет // Релігійна свобода. Науковий щорічник. – К., 2001. – № 5. – С. 88-89.
- 156 Свистунов С. Голос церкви має бути почутий в Інтернеті // Там само. – С. 90-92.
- 157 Скленар І. Релігійна толерантність в українських ЗМІ // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://old.risu.org.ua/freedom/analytics/article;14247>.
- 158 Антошевський Т., Коваленко Л. Моніторинг релігійної свободи в Україні: 2005-2007. – Львів: РІСУ, Центр правових та політичних досліджень «СІМ», 2008. – 168 с.
- 159 Васін М. Реалії релігійної свободи в Україні: факти 2006 року // Антошевський Т., Коваленко Л. Моніторинг релігійної свободи в Україні: 2005-2007. – Додатки. – Львів: РІСУ, Центр правових та політичних досліджень «СІМ», 2008. – С. 156-161.

невіруючих споживачів медійного продукту, відповідного впливу на їхнє світоглядне, духовне й культурно-цивілізаційне орієнтування широко доступного релігієзнавчого матеріалу різного змісту, якості та спрямованості тощо.

А між тим в сучасній інформаційній добі саме ЗМІ стають для дедалі більшої кількості людей посередниками в їхньому знайомстві з явищами релігійного життя. І така ситуація має свої відповідні можливі та вже наявні плюси та мінуси, котрі варто аналізувати в контексті актуальних потреб оптимізації міжконфесійного і міжсвітоглядного діалогу, що особливо актуально для України.

Як це не парадоксально на перший погляд, відповідні плюси і мінуси часто є «двома боками однієї медалі», двома «полюсами» функціональних та інших особливостей роботи ЗМІ в плюралістичному поліконфесійному й полісвітоглядному, ідеологічно неструктурованому, дезорієнтованому суспільстві. І негативні «полюси» мають властивість взаємно підсилувати свою дію, до того ж доповнюючись збитками діяльності масмедіа як засобів масової культури, що, за влучним висловом С.Кримського¹⁶⁰, посилено креолізується.

Розглянемо це докладніше, акцентуючи увагу на релігієзнавчих зрізах проблем, які відтак виникають.

1. Доступність та реальна запрошеність релігієзнавчої інформації ЗМІ. З одного боку, завдяки ЗМІ для великої кількості сьогоднішніх землян став доступніший величезний масив різноманітної інформації про релігійні феномени: новинної та аналітичної, документальної та художньої, історичної та гостро злободенної. Це – інформація про релігійно-церковне життя у традиціях предків та сучасників: від знайомого з реального життя та особистого досвіду до баченого в ближніх та дальших сусідів та аж до найекзотичніших культів далеких земель або древніх часів. Трансляції релігійних служб та найрізноманітніших інших видів релігійних практик різних релігійних груп та Церков, слово проповідників, міжцерковні зустрічі та міжрелігійні й міжцерковні конфлікти постають перед споживачами інформації ЗМІ щодня, було б лише бажання все те дивитися, слухати й читати. До послуг – ціла енциклопедія знань про релігії, їхні різноманітні інтерпретації й оцінки, весь величезний «супермаркет релігій» «з доставкою» в зручне місце й у зручний час.

З іншого боку, скільки людей реально користуються цією доступною інформацією, скільки вибирають з її нескінченного потоку якісні частини? Колись, щоб вибратися на прощу, до святих відпустових місць чи на проповідь видатного проповідника, треба було прикласти чимало зусиль. Про це мріяли, цього добивалися, навіть важачи життям, це ставало великою подією в біографії, про яку потім нескінченно розповідали зацікавленим родичам, сусідам та нащадкам. Тепер легка доступність споглядання (слухання, читання) таких та багатьох інших явищ релігійного життя може знецінювати їх, тим паче, що відповідна інформація пропонується поряд з іншою інформацією з різних сфер і мусить витримувати досить жорстку конкуренцію за увагу споживача (а це далеко не завжди вдається).

Таким чином, доступність релігійної та релігієзнавчої інформації через ЗМІ не завжди прямо пропорційна її запитанню. Для оптимізації міжконфесійного і міжсвітоглядного діалогу, здавалося б, поінформованість про різні релігійні феномени та духовні явища є початком кращого порозуміння. Але можливості такої

160 Кримський С.Б. Під сигнатурою Софії. – К., 2008. – С. 296.

поінформованості за посередництвом ЗМІ значною мірою залишаються потенцією, а не досягнутою реальністю.

2. Різноманітна релігійозна інформація в ЗМІ та проблеми персональної і спільнотної інформаційно-світоглядної безпеки. Сучасний інформпотік (в тому числі й подача релігійної та релігійнознавчої інформації) характеризується плюралістичністю, багатоальтернативністю та світоглядною різновекторністю. Така ситуація може й мала б розширювати кругозір, спонукати до самостійного порівняльного аналізу, надавати широкі можливості особистої орієнтації й вибору, однак на практиці так буває далеко не завжди. Великий різнобарвний потік інформації - не лише через ЗМІ, але й звідусіль в оточенні сучасної людини - не лише, бува, притуплює гостроту сприйняття, викликаючи пересичення і втому, але й може завдати іншої шкоди.

Якщо це стосується інформації про різні релігії й релігійні практики, то для людей, котрі втратили родинні традиції, духовно-культурні традиції середовища свого походження, не успадкували чи не виробили чіткої системи поглядів на себе і на світ (що може стосуватися не лише дітей і молоді, спраглих до нового та незвичайного), можливі й інші негативні наслідки. Питання інформаційної безпеки релігійнознавчих матеріалів ЗМІ правомірно наголошуються колегами¹⁶¹. І йдеться не лише про страшилки від так званих деструктивних сект (ними можуть виявитися цілком лояльні неорелігійні течії), але і про різні екстремістські вияви позавіросповідної містики, сумнівні ритуали нечистоплотних «пророків», відверто комерційні пропозиції шарлатанів. Більш того, якщо говорити не тільки про індивідуальний рівень, але і про суспільний, то некритичне засвоєння деяких настанов навіть традиційних Церков, робота котрих небезпроблемна для духовного й культурного розвитку тієї чи іншої країни, також може виливатися в ту чи іншу об'єктивно деструктивну діяльність для місцевої громади та цілої держави і не сприяти цивілізованому міжконфесійному діалогу. Яскравий приклад тому приклад – пропаганда московсько-православного «русского мира» в Україні, котру частина священнослужителів УПЦ МП та мирян цієї Церкви втілюють в різноманітні українофобські акції.

3. Дистанційність подання релігійної й релігійнознавчої інформації в ЗМІ та ступінь глибини і адекватності її сприйняття. На перший погляд, легка доступність інформації про релігії через ЗМІ робить її споживання комфортним, а відтак і заохочувальним, бо ж читати газету чи Інтернет, слухати радіо чи дивитися телевізор можна в будь-який зручний час і в зручних обставинах: у транспорті, вдома за кавою після роботи, на ходу, виконуючи якусь домашню чи іншу механічну працю тощо. Водночас можна «побувати» на церковній службі, дізнатися релігійні новини із всіх усяд, послухати екуменічні дискусії та навіть побачити відзняте диво.

Зрозуміло, що для людини віруючої, практикуючої свою віру, воцерковленої, яка має свій особистий досвід релігійного пережиття в реалії, заочне споживання релігійнознавчої інформації буде справді зручним доповненням, а для допитливого пошуківця смисложиттєвих цінностей та для науковця-дослідника – нагодою розширити їхні знання. Однак для більшості сучасних людей дистанційна релігійнознавча інформація, не будучи пріоритетно важливою, не «лягає» на їх особистий досвід і не підпадає під цілеспрямоване критичне співставлення (а слід

161 Зокрема див: Климов В. В. Питання свободи совісті в координатах національного законодавства про інформацію та засоби масової інформації // Релігійна свобода. Науковий щорічник. – К., 2001. – № 5. – С. 76.

мати на увазі той факт, що в ЗМІ сусідує релігієзнавча інформація дуже різного гатунку). На прикладі саме релігієзнавчої інформації, яка апелює і до розуму, і до серця, особливо явно видно: можливість навіть докладно продемонструвати і компетентно пояснити не гарантує адекватного її сприйняття без особистої участі та включеності, навіть якщо йдеться про трансляцію в техніці 4Д (із запахами ладану та повіями від кадила), адже особливу ауру священнодійства чи диво сцілення вповні не передати «заочно».

Взагалі слід відзначити, що кількість хаотично споживаної інформації через ЗМІ про високе й вічне не обов'язково переростає у якість духовного розвитку проінформованого, якщо ця інформація й не залишила його байдужим, а відтак не конче служить надійним матеріалом для конструювання плідного міжконфесійного і міжсвітоглядного діалогу, хоч може лягати у його фундамент.

Також варто мати на увазі, що дистанційність подання релігієзнавчої, як і будь-якої іншої інформації, як правило призводить до її спрощення (міру цього спрощення перевірити споживачеві складно, коли при цьому він не спостерігає за описуваними чи демонстрованими явищами релігійного життя в його реаліях і не може верифікувати інформацію особисто). Справді, сказати чи написати про все, що відбувається і зафільмувати все, що діється в рамках розповіді чи спостереження за тим чи іншим релігійним феноменом, практично не є можливим. А це також впливає і на відповідне, спрощене його сприйняття.

Таке об'єктивно обумовлене (самим методом трансляції) спрощення резонансно «накладається» на агресивно розповсюджену в мас-медіа тенденцію подачі інформації: внаслідок орієнтації на «середнього» масового читача, слухача та глядача, в ЗМІ відбувається свідоме «полегшення» інформації для її споживання. Це досягається низкою професійних технологічних прийомів та відтворює відповідний «полегшений» попит. «Легкість» – це другий, після доступності, аргумент масмедійників у їхній гонитві за клієнтами. Продукт пропонується у «розжованому вигляді», без «зайвих» деталей, навіть якщо йдеться, скажімо, про інтерв'ю з першоієрархами чи провідними релігієзнавцями: тих і других чемно втискують у прості чи й примітивні, недалеко й поверхові питання і спонукають до однозначних відповідей (що вихолощує розмову), до того ж у стислий час чи у дискусії з не завжди адекватними та компетентними візаві.

Легкість також досягається й мусуванням тем, котрі найвразливіше привертають невибагливу увагу: скандали, сенсації, плітки (наприклад, священики-гомосексуалісти, вбивство у секті, народження двоголового «втілення бога» і т.д.), а це, особливо у делікатній релігійній проблематиці, у складній царині духу, призводить до спосування навіть потенційно змістовних сюжетів. Всім цим не лише виявляється неповага до вдумливих читачів, слухачів і глядачів, до людей віруючих, але й відбувається сприяння зменшенню кількості таких споживачів та збільшенню любителів сурогатного, примітивного медіа-продукту.

Таким чином, спрощення, полегшення релігійної й релігієзнавчої інформації у ЗМІ призводить до відповідного викривленого її сприйняття, що, у свою чергу, не сприяє адекватному знайомству з різними релігійними феноменами, а відтак і адекватному розумінню та порозумінню, в тому числі й міжконфесійному діалогові. Окремі журналісти, як, наприклад, світлої пам'яті Клара Гудзик та наша сучасниця Катерина Щоткіна, намагалися й намагаються протистояти такій «моді» подачею власного якісного матеріалу. Виходять зі своїми фаховими статтями й виступами у ЗМІ окремі науковці-релігієзнавці, проте поки що це є невеличка кількість колег,

котрі фізично неспроможні встигати писати і розповідати стільки, щоб «витискати» з медіа-простору профанну релігієзнавчу інформацію.

Частково компенсують проаналізовані недоліки подачі мас-медіа релігійної й релігієзнавчої інформації релігійно-церковні ЗМІ (серед них переважають електронні – сайти, журнали та ін. Церков, релігійних організацій, товариств тощо, яких нараховується 568¹⁶², та друковані, яких в Україні видається 386¹⁶³), однак роблять це вони, зрозуміло, конфесійно заангажовано. І, не рахуючи спеціалізованих наукових релігієзнавчих періодичних видань, лише поодинокі інформаційно-аналітичні ресурси (переважно інтернетні), як от «Релігійно-інформаційна служба України», «Релігія в Україні» та електронне видання Інституту релігійної свободи, підбирають свій ґрунтовний контент більш-менш збалансовано.

Доступність інформування через ЗМІ спокушує журналістів, а надто їх замовників і господарів ЗМІ, до свідомого маніпулювання споживачами інформації. Релігійна й релігієзнавча царина – не виняток, а радше навпаки. Як пов'язана з питаннями світоглядно-ідеологічними, вона і в мас-медіа стає ареною жорсткого змагання, тонких чи не дуже підтасовок та небезпечних ігор з масовою свідомістю. Маніпулювання стосуються як підбору, так і обробки й коментування документального матеріалу та будь-якої іншої дотичної інформації - від історичної до найсучаснішої.

Відбувається цілеспрямоване обидлення масового споживача, якому і в інформації з релігійного життя пропонуються здебільшого «гарячі фактики» зі скандалами та «сунічкою», гороскопи та ворожки, на чому виправдано наголошують релігієзнавці¹⁶⁴. Цим особливо грішать друковані «бульварні» видання, але і в «глянцевих» журналах для «серйозних людей» релігійна й релігієзнавча інформація, якщо і подається, то в дуже «полегшеному» форматі, який по суті небагато відрізняється у краший бік своєю якістю. На радіо й телебаченні, крім нечастих принагідних запросин на інтерв'ю в час свят чи резонансних суспільних подій священнослужителів та релігієзнавців, тих та других інколи можна почути серед гостей якихось соціальних шоу, де їм рідко випадає нагода встигнути сказати щось довше кількох хвилин. Якусь кількість ефірних годин купують ті чи інші проповідники, але їхня аудиторія є досить обмеженою. Якщо ж і трапляються змістовні передачі про релігію з участю науковців, з документальними зйомками, цікаві художні стрічки на релігієзнавчу тематику, то вони подаються, як правило, в непопулярний час.

Непропорційно перебільшену (і не рівну відносно різних конфесій) увагу приділяють ЗМІ різним подіям, пов'язаним з приїздами першоієрархів Церков. Наприклад, здійсненим за кілька останніх років візитам Патріарха Московського Кирила віддавалося безпрецедентно багато часу в прам-тайм на українських державних телеканалах, що перетворилися фактично з погодинних хронікарів цих візитів, з тенденційно підібраним супроводом коментаріату. Водночас, «незручні» для можновладних замовників медіа-продукту події релігійного життя замовчуються або подаються надто лаконічно та коментуються негативно-заангажовано.

162 Релігійний веб-каталог // Електронний ресурс. Режим доступу: http://risu.org.ua/ua/index/resources/webcatalog/intro_catalog.

163 Релігійні організації в Україні (станом на 1 січня 2011 р.) // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://risu.org.ua/ua/index/resources/statistics/ukr2011>.

164 Наприклад, див: Колодний А. Свобода совісті для і в мас-медіа. – С. 68.

Наприклад, відзначення УПЦ Київського Патріархату тієї ж річниці Хрещення України-Русі в 2010 році, коли до Києва приїхала тисяча священнослужителів цієї Церкви, чи ж подія інтронізації глави УГКЦ в квітні 2011 року.

Через подання дотичної релігійної інформації в ЗМІ, як це слушно відзначають дослідники¹⁶⁵, нерідко відтворюються старі міфи та творяться нові, зокрема посередництвом безкінечних повторів у телепрограмах старих радянських фільмів про історичні події різної давності (де або засуджується церковне мракобісся взагалі, або ж, як вороги, подаються західні християни), трансляції шовіністичних російських серіалів про доблесних православних воїнів, які громлять підступних мусульман, вже не кажучи про тиражування сучасних лекцій адепта «русского мира» для українців – Патріарха Московського Кирила. Щодо стосується державних українських каналів, то тут постає правомірне питання: чи замовляли такий продукт українці – платники податків? Питання щодо всіх ЗМІ, кому це вигідно, виглядає в таких умовах не лише риторичним, але й безнадійно наївним.

Зрозуміло, що такі вади подачі релігійного й релігієзнавчого матеріалу в мас-медіа не сприяють ані об'єктивному інформуванню українців про різні явища релігійного життя, ані оптимізації міжконфесійного й міжсвітоглядного діалогу, оскільки підживлюють неадекватні, неконструктивні в сучасності стереотипи взаємосприйняття віруючих різних Церков та прихильників різних церковних традицій, компрометують віруючих в очах їхніх невіруючих співгромадян.

Очевидно, що проаналізовані «мінуси» подачі релігієзнавчої інформації в ЗМІ частково зумовлені їхніми функціональними особливостями і є неунікними. Однак пропорція всіх «плюсів» та «мінусів» залежить як від постачальників, так і від отримувачів цієї інформації. Всім в Україні суцільним, кому не байдуже міжконфесійне порозуміння і співпраця, вартувало б не лише здійснювати зусилля з оптимізації міжконфесійного діалогу, але й піклуватися про те, як він висвітлюється в мас-медіа, як сприяють (чи не сприяють) ЗМІ його налагодженню й успішному перебігу.

Загалом, місце ЗМІ в інформуванні про релігійне життя реально не таке велике, як воно потенційно могло би бути, а його роль – неоднозначна, не завжди очікувана й конструктивна. Об'єктивне і збалансоване представлення релігійних традицій, явищ релігійного життя, зокрема й міжконфесійного спілкування, та відповідний фаховий коментаріат залишаються надзавданням і потенцією. Актуальна потреба оптимізації міжконфесійного і міжсвітоглядного діалогу в Україні запитує більш відповідальне ставлення громадян як до свого особистого споживання релігієзнавчої інформації через ЗМІ, так і до суспільного замовлення на таку інформацію від мас-медіа. Вивчення змістовної наповненості, культурно-цивілізаційної спрямованості потоку релігійної й релігієзнавчої інформації в мас-медіа та реакції на це споживачів їхньої продукції, є для науковців цікавим професійним, суспільно значущим викликом.

165 Наприклад, див.: Бойко А. Обережно, релігія: католицизм в мас-медіа України. – С. 340-341.