

УДК 050:322

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА РЕЛІГІЙНУ СФЕРУ

Тетяна СОКОЛ

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», кафедра політичних інститутів та процесів,

вул. Шевченка, 57, 76018, Івано-Франківськ, Україна

e-mai: tanyasokol04@gmail.com

Стаття присвячена вивченню засобів масової інформації як інструменту впливу на різні сфери життя суспільства, в тому числі і на релігійну. Простежуються особливості формування конфесійних стереотипів у соціумі як напрямку розвитку мас-медіа. Розглядаються особливості висвітлення релігійних тем засобами масової інформації. Досліджуються особливості подачі проблем національних і конфесійних відносин. Розглядаються ознаки некоректного висвітлення етноконфесійних проблем. Метою статті є дослідження взаємозв'язків Церкви і засобів масової інформації, які відображаються у медіапрактиці.

Ключові слова: *засоби масової інформації, вплив, релігія, конфесія, православ'я.*

The media as an instrument of influence on various spheres of society life, including religious ones. The features of the formation of confessional stereotypes in society as a direction of development of media-media are traced. The peculiarities of coverage of religious themes by mass media are considered. The peculiarities of the problems of national and confessional relations are studied. The signs of incorrect coverage of ethnoconfessional problems are considered. The purpose of the article is to study the relationship between the Church and the media, which are reflected in the media practice.

Keywords: *mass media, influence, religion, confession, Orthodoxy.*

Сьогодні релігійні питання та суто церковна проблематика стають однією з найпопулярніших тем не тільки для теологічних або наукових досліджень, до них все частіше звертаються у засобах масової інформації. Результатом цього процесу стає активне обговорення місця релігії та церкви у розвитку суспільства і особистості, їх ролі у соціальних процесах та рухах, яка стає все більш значущою та активно впливає на політику, культуру, світогляд тощо. В умовах поліконфесійності в Україні формування релігійних поглядів часто проходить під впливом засобів масової інформації. Цим і пояснюється актуальність дослідження. Проблема вивчення та збереження всіх граней християнської культури, яка асоціюється з культурою європейською, особливо актуальною стає сьогодні, коли світ розколовся на два табори і розділяється не за національними, класовими чи будь-якими іншими ознаками, а за принципами релігійного світосприйняття та розбіжностей у трактуванні філософсько-етичних цінностей.

З розвитком засобів масової комунікації багаторазово зросла можливість впливу на свідомість. На жаль, цю можливість використовують не тільки для вдосконалення громадянського суспільства, а й як бажання керівників мати народ (або населення), який би поведився у всіх сферах життя так, як вигідно, зручно і приємно саме їм. Згідно з Пауло Фрейре,

маніпуляція розумом людини “є засобом його поневолення, одним із способів, за допомогою яких правлячі еліти намагаються підпорядкувати маси своїм цілям” [7].

ЗМІ використовують майже всі канали сприйняття. Завдяки цьому вони відіграють велику роль у культурному обміні, у вихованні молоді, а також у процесах управління різними галузями соціальної сфери [8].

ЗМІ через повідомлення, інформування, навчання, переконання, навіювання та інші психологічні методи впливають на маси. У результаті культивування і тиражування інформації стосовно духовних цінностей, соціальних вимог стандартизуються і стереотипізуються поведінкові й світоглядні норми суспільного життя [1].

ЗМІ мають справу з інформацією, і саме контроль за інформацією дає змогу маніпулювати масовою свідомістю, створювати у ній модель вигідної суб'єкту впливу дійсності та вирішувати, які проблеми на сьогодні є найбільш актуальними. Штучно відтворюється таке явище, як медіа-свідомість (тобто свідомість, заснована на хибних цінностях, маніпулятивних інтерпретаціях, подвійній моралі), коли реальність, пропонована ЗМІ, відрізняється від дійсної. Громадська думка через медіа-свідомість значно спотворюється та має значні відмінності з реальністю» [2].

Суспільно-політичні конфлікти в усьому світі дедалі відчутніше отримують релігійне забарвлення. Як відомо, релігійні ідеї розповсюджуються в медіа, тим самим впливаючи на настрої, емоції, оцінки і, врешті-решт, на поведінку мас. Майже всі релігійні організації майстерно володіють пропагандистськими засобами. Варто згадати, що саме слово «пропаганда» виникло у Католицькій церкві, воно похідне від назви *Congregatio de Propaganda Fide* (Конгрегація поширення віри), яку створив Папа Григорій XV у 1622 р. З того часу засоби і канали поширення вчень релігійних організацій лише удосконалювались [3].

За всіма соціологічними дослідженнями останніх років, в Україні визначено суспільні інститути, які користуються найбільшим рівнем загальної довіри. На першому місці – інститут церкви. На другому місці – засоби масової інформації. Й от саме це населення (надзвичайно релігійне й віруюче) є аудиторію засобів масової інформації [6].

За роки незалежності України авторитет релігії та релігійних організацій у державі значно зріс, збільшилась у кілька разів чисельність тих, хто вважає себе віруючими, – авторитетні релігієзнавці свідчать, що їх кількість становить 70 % від загальної кількості мешканців країни. Сформувалася розвинута система релігійних засобів масової інформації, зараз їх налічується 380 найменувань, і кількість їх зростає з кожним роком. Діячі різних конфесій ведуть теле- і радіопрограми з релігійної тематики, виступають у ЗМІ. Відповідно, у суспільних і політичних мас-медіа значно зросла частка публікацій, присвячених проблемам церков. Усі ці факти свідчать про те, що функціонування релігійних організацій та їхні проблеми

увійшли в інформаційний простір України і стали сферою зацікавлень мас-медіа [5].

Церква століттями була однією з найважливіших складових частин суспільного життя. Тому ігнорування, недооцінка впливу релігії чи релігійних інституцій на людську думку, свідоме замовчування проблем релігійного світосприймання або заборона ревних відправ і відлучення церкви від державного та суспільного життя можуть призвести до серйозних соціальних катаклізмів і несподівано відбитися на тих формах існування які, на перший погляд, прямо не пов'язані з релігією.

Людина є релігійним створінням апріорі. Природний пошук Істини та абсолютного етичного Авторитету закладений у неї Творцем. Як наслідок – суспільство є також релігійним апріорі. Й воно стає таким дедалі більше. Саме релігійні переконання в широкому розумінні є рушійною силою політичних, економічних, геополітичних і навіть військових процесів. Своєю чергою журналістика – це об'єктивне відображення дійсності та її інтерпретація за допомогою жанрів і технологій. Отже, ігнорування цієї дійсності, ігнорування релігійної тематики або викривлене її висвітлення є маніпуляцією свідомістю.

На тлі релігійності аудиторії українські світські засоби масової інформації тотально не розуміються на актуальності питань віри, а коли й беруться щось про це писати, демонструють повну відсутність відповідної культури й елементарних тематичних знань.

Постійне протистояння Київського і Московського патріархатів Православної церкви в Україні, конфлікти, з мусульманськими та іудейськими громадами, ексцеси з греко-католиками, скандали, викликані самим фактом існування неорелігійних організацій, а іноді й асоціальною поведінкою деяких їхніх членів, та інші численні проблеми стають надбанням мас-медіа, а отже, громадськості. Варто зазначити, що часто в інтерпретації ЗМК усі ці питання прямо чи опосередковано мають національне підґрунтя, а це дає змогу виокремити етнорелігійну проблематику в журналістиці України [4].

В сучасній Україні склалася своєрідна релігійна ситуація існування двох патріархатів Православної церкви. При цьому одна церква – Київського патріархату – позиціонує себе як українська, друга – Московського патріархату – як російська. Ця різниця виявляється не лише на рівні мови богослужіння (відповідно, і мови ЗМК, які виходять під егідою цих церков), а й на рівні трактування історичних та сучасних фактів і реалій, висвітленні художньо-естетичних проблем, у суспільно-політичних позиціях, ментально-світоглядних засадах тощо.

Протистояння Київського і Московського патріархатів Православної церкви на теренах України, крім того, що призводить до внутрішньо-церковних проблем, набуває політичного забарвлення завдяки тому, що воно інспірується різними політичними силами. УПЦ МП своєрідно

позиціонується як проросійська церква, такою вона є і у масовій свідомості. Варто зазначити, що ЗМК постійно наголошують на цьому.

Штучно спровоковані конфлікти, які викривлено висвітлюються у мас-медіа, можуть бути фактором формування хибних уявлень про міжконфесійні стосунки двох народів і призвести не лише до небажаного суспільного протистояння, а й до етнічних і міжконфесійних конфліктів, в яких незацікавлені ні УПЦ КП, ні влада України, ні український народ.

Були сформовані такі ознаки некоректного висвітлення етноконфесійних проблем:

- формування у ЗМК негативного етнічного стереотипу нації, релігії, раси;

- публічне твердження про перевагу однієї нації, релігії, раси над іншими чи висловлювання думок про неповноцінність якої-небудь нації;

- висловлювання думок про споконвічну ворожнечу певної нації, релігії, раси щодо інших і неаргументовані висновки стосовно їх конкретних дій, спрямованих проти інших;

- безпідставне твердження про властиве всім представникам нації чи раси дотримання старовинних звичаїв чи традицій, які негативно оцінюються сучасною культурою або культурою певного народу, серед якого поширюється ця інформація;

- вимоги у засобах масової інформації щодо обмеження прав і свобод громадян чи створення привілеїв за національними, расовими, етнічними або релігійними ознаками;

- пояснення будь-яких соціальних чи природних катаклізмів діями тієї чи тієї нації, бездоказові твердження про наявність таємної змови представників однієї нації, етносу, релігії, раси проти інших;

- схвалення в ЗМІ геноциду чи репресій щодо представників певної нації чи конфесії, погрози чи заклики до примусових дій щодо осіб, ідентифікованих за національними, расовими, релігійними чи етнічними ознаками;

- сатиричне чи іронічне зображення у ЗМІ національних, расових, релігійних особливостей окремих представників нації чи етносу в цілому в будь-якій формі, а також твердження про їх принципову невідповідність нормам цивілізованого світу [5].

На жаль, сьогодні світські засоби масової комунікації лише в деяких аспектах використовують свої потенції, їх функції штучно звужені, що призводить до невисокого рівня висвітлення та аналізу подій, фактів духовного життя, суспільно-політичних рухів, культурно-мистецьких процесів тощо. Часто засоби масової інформації стають інструментом маніпулювання в темах релігії, духовності та конфесій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабкіна О. В., Горбатенко В. П. Політологія / К.: ВЦ, 2006.- 568 с.

2. Бабюк М. И. Социальная манипуляция (Философский анализ): Автореф. канд. дисс. – Москва, 2004. – 19 с.
3. Бойко А. А. Релігійні медіа в державах Євросоюзу: правовий аспект [Електронний ресурс] / А. А. Бойко. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nzizh_2014_56_43.pdf.
4. Бойко А. А. ЦЕРКОВНА ПРЕСА: ЯКОЮ ВОНА МУСИТЬ БУТИ [Електронний ресурс] / А. А. Бойко – Режим доступу до ресурсу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1896>.
5. Бойко А. А. Характер висвітлення етнорелігійної проблематики у мас-медіа України [Електронний ресурс] / А. А. Бойко – Режим доступу до ресурсу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1968>.
6. Кухарчук Р. Чи є місце Богу й вірі в секулярних медіа? [Електронний ресурс] / Р. Кухарчук. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: https://ms.detector.media/ethics/standards/chi_e_mistse_bogu_y_viri_v_sekulyarnikh_media/.
7. Леонов Н.С. Информационно-аналитическая работа в загранучреждениях. - М.: Москва, 2014. - С. 120.
8. Турчак А. Л. Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування здорового способу життя молоді [Електронний ресурс] / А. Л. Турчак – Режим доступу до ресурсу: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/6072/1/ilovepdf_com-157-160.pdf.

Дата надходження до редакції: 09.10. 2018