

МЕДІАКУЛЬТУРА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2018: 44; 165–171 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2018.44.9365>

УДК 070.1-051:2-765(477)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХРИСТІЯНСЬКИХ МАС-МЕДІА УКРАЇНИ: ПРОФЕСІЯ РЕЛІГІЙНОГО ЖУРНАЛІСТА

Христина Вишивана

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, Львів, 79044, Україна,
e-mail: vyshyvana_khrystyna@ukr.net*

Українська релігійна журналістика перебуває у стані формування концепцій і визначення пріоритетів. Дослідження християнських мас-медіа дасть змогу оцінити їхню ефективність, окреслити перспективи продуктивного функціонування, продовжити якісну підготовку фахівців.

Ключові слова: релігійна журналістика, діалог Церкви і ЗМІ, релігійний журналіст, християнські мас-медіа України, релігійна толерантність.

Актуальність наукового дослідження. Із відновленням незалежності України у 1991 році розпочалось релігійно-духовне відродження, відповідно, зросла кількість різноманітних ЗМІ, які стали рупорами конфесій. Медіа взяли на себе відповідальність у справі духовного виховання та єднання українського народу; такі ЗМІ, безперечно, відстоюють позиції своїх церков та релігійних організацій. Також є медіа, які не позиціонують себе з жодною релігійною конфесією, це незалежні ЗМІ, головною метою яких є інформування читачів щодо релігійної ситуації в Україні.

Стан дослідження теми. У статті містяться посилання на наукові праці релігійних медіа-експертів, журналістів, дослідників релігійної журналістики, зокрема: Ігоря Скленара «Церква і засоби масової інформації», Олени Артемчук «Екуменічна публіцистика: зародження, розвиток та історична перспектива», Джона Аллена «Церква та світські ЗМІ – «однаково винуваті», Майкла Дж. Герсона «Біла пляма в журналістиці», Террі Меттінглі «Влучити в ціль». Позицію Церкви щодо сприйняття засобів масової інформації висвітлено у збірнику документів «Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа». Практичний аспект взаємодії Церкви і медіа пропонують автори посібника «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння».

Об'єктом наукового дослідження є взаємодія християнських мас-медіа України з Церквою задля окреслення перспектив діяльності християнських ЗМІ і вдосконалення української релігійної журналістики.

Предметом наукового дослідження є роль релігійного журналіста у налагодженні безперервної комунікації Церкви з аудиторією, яка потребує відповідей на запитання, а тому звертається по допомогу, у пошуках інформації, до християнських ЗМІ.

Розвиток діалогу між християнською Церквою та українськими засобами масової інформації залежить від їхньої конструктивної позиції і прагнення до співпраці заради ефективного висвітлення релігійних подій християнського життя. Ба більше – Церква і ЗМІ взаємопов'язані, а *«ігнорування релігійного виміру подій збіднює журналістику, не дозволяє їй побачити цікаві історії чи змушує невиправно переключувати їх»* [1]. Церква сьогодні відкрита для комунікації з журналістами, тож діалог може відбуватись, однак за яких умов?

Одним із чинників, від якого залежить розвиток української релігійної журналістики, є співпраця християнських ЗМІ з іншими мас-медіа. До прикладу: *«1993-1995 роки відзначаються тим, що у релігійній пресі відчувалася хвиля творчого пошуку. Численні релігійні видання, що виникли на хвилі відродження Церкви, притягували до себе авторів із нерелігійних видань, які, очевидно, разом із бажанням працювати привносили у релігійну журналістику певні журналістські навички, здобуті у виданнях нерелігійних»* [2: 100].

Перспективи релігійної журналістики безпосередньо залежать від журналістів, які є фахівцями з питань церковно-релігійного життя, адже *«їхня чітка моральна та громадянська позиція, глибоке професійне зацікавлення та максимум докладених творчих зусиль у вирішенні міжконфесійних суперечок на теренах сучасної України»* [3] є запорукою успішного розвитку релігійної журналістики в країні. Певна річ, християнські журналісти мають інформувати своїх читачів так, аби не нав'язувати власну суб'єктивну думку, а висвітлити проблему чи питання зусібіч, щоб читачі (слухачі/глядачі) самостійно формували свої погляди. Водночас журналіст, який пише на релігійну (християнську) тематику, *«має особливе пророче покликання: він повинен чітко висловлюватися проти фальшивих ідолів сьогодення – матеріалізму, гедонізму, споживацького мислення, вузьколобого націоналізму, керуючись ідеалами людської гідності, любові до ворогів і абсолютної поваги до кожного людського життя»* [4: 271].

На розвиток християнських мас-медіа в Україні впливає й релігійна толерантність українських ЗМІ. Християнські мас-медіа передовсім мають *«ширити цінності животворного Христового послання, робити так, щоб увесь світ пройнявся їхніми переконаннями, голосом їхньої віри і Словом Бога»* [5: 244]. Релігійний публіцист Клара Гудзик свого часу наголошувала: *«Перш за все, вони (мас-медіа – авт. прим.) мають забути слово «секта», яке всі релігії світу сприймають як образу»* [6]. Громадянські згода та єдність залежать від релігійної освіченості усіх верств населення, тож християнські ЗМІ мають говорити про справжнє поняття толерантності, а також про втілення його в життя, про повагу до релігійного вибору кожної особистості, адже *«українське розуміння християнських цінностей дуже важливе нашому суспільству для того, щоб воно пізнало і зрозуміло себе»* [7]. Тож, комунікація Церкви й ЗМІ є ще одним чинником розвитку українських релігійних мас-медіа.

Імідж Церкви, ставлення й довіра людей до неї залежать також від того, як і яку інформацію про її діяльність подають мас-медіа. Лариса Івшина, головний редактор газети «День», прогнозує: *«Вдумлива і якісна журналістика здатна змінювати*

імідж Церкви і налагоджувати це порозуміння, презентуючи аудиторії особистостей серед духовенства» [7]. Зі свого боку, мас-медіа залежать і від того, чи Церква готова йти їм назустріч. Правдива журналістика може стати запорукою не тільки комунікації між Церквою й медіа, але й якісного і кількісного зростання християнських мас-медіа, тому запити аудиторії будуть задоволені і релігійна журналістика, вдосконалюючись, підвищуватиме рівень духовності суспільства.

Зручною платформою для релігійних медійників є Інтернет, адже він відкриває цілком нові мультимедійні можливості інформування читачів, оскільки поєднує в собі переваги кожного з традиційних ЗМІ та подає їх у доступному форматі. Християнські мас-медіа мають оперативно реагувати на події, що відбуваються, тому доступ у режимі онлайн дає змогу людям швидко відшукати потрібну інформацію. Аудиторія самостійно фільтрує інформацію, розставляє пріоритети, тому завдання журналістів – бути незалежними й об'єктивними щодо інформації, яку вони висвітлюють у своїх матеріалах.

Перспективи розвитку християнських мас-медіа України залежать як від новітніх технологій, так і від людського фактору, в якому почуття гідності й життя у правді нерозривно пов'язані між собою. Релігійна журналістика, яка ґрунтується на таких засадах, завжди буде успішною і потрібною.

Завдання Церкви – діалог із людиною до зустрічі з Христом, завдання християнських мас-медіа – дати аудиторії якнайповнішу інформацію про релігійні події, йти з людиною поруч дорогою до Христа.

Запити аудиторії на релігійну інформацію зростають, тож журналісти мають не тільки подавати матеріали, які цікаві в певний час, але й говорити про передісторію, прогнозувати, тобто урізноманітнювати і вдосконалювати контент.

Християнські мас-медіа потребують журналістів, які розуміли б завдання християнської Церкви в Україні і запити аудиторії на відповідну інформацію. Незалежність таких ЗМІ від конкретних релігійних організацій залежить безпосередньо від внутрішньої політики кожної з редакцій. Тому професійна підготовка релігійних медійників впливає на завдання, які перед собою ставить українська релігійна журналістика, на наповнення й перспективи розвитку таких засобів масової інформації.

Посібник «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння» [8] містить кілька ключових вимог до медійників, які висвітлюють релігійні питання:

– Знання, досвід, талант, які характеризують професійного журналіста; якщо в редакції немає такого медійника, то потрібно його знайти;

– Обережність у висловлюваннях, а особливо – при вживанні релігійної лексики;

– Два головних правила для написання текстів на релігійну тематику: доступність викладу для читача та точність із точки зору Церкви (духівництва, наукових співробітників, вірян);

– Журналіст не має брати за основу лише факт, адже свідчення і погляди людей, які ґрунтуються на власному релігійному досвіді, можуть стати цінними прикладами у реальній історії [9]. Террі Меттінглі стверджує: «Коли репортери перетинаються з людьми, котрі розповідають, як Бог відповів на їхні молитви, вони чомусь просто ігнорують це та закривають свої записники. Складно співпереживати вірянам, якщо ви переконані, що вони марять». Террі Меттінглі аргументує думку тим, що в історіях про релігію є факти й погляди на істину, а чимало журналістів цього не

усвідомлюють: *«Так, може бути важко підтвердити, що Бог відповідає на молитви. Але, напевне, можливо підтвердити факт, що мільйони людей вірять у те, що отримують відповіді на молитви, і що це впливає на їхні вчинки в особистому та суспільному житті. Журналісти, які продовжують ігнорувати погляди релігії на істину, сліпо пропускатимуть багато важливих історій у вирії релігійної тематики»* [9].

Писати про релігію складно, адже *«часто ми бачимо, що Церкви недолюблюють журналістів, які постійно лізуть зі своїми камерами й диктофонами у «святая святих», а журналісти побоюються церковників, бо не завжди знають, де і як стати, як правильно звернутися і як називається та чи та річ у храмі»*. Церква й журналістика взаємозалежні завдяки людському фактору: *«Журналісти пишуть для своєї аудиторії, яку серед усього іншого цікавить і релігія, а Церква потребує журналістів, щоб її голос лунав сильніше – люди не завжди йдуть до церкви, а ось медіа самі до них приходять у дім»* [8: 11].

Журналістика буде недосконалою без дослідження й висвітлення питань релігії, яка є одним із головних компонентів глобальних змін. Зі свого боку, Церква потребує комунікації з мас-медіа задля духовного інформування вірян. Папа Римський Павло VI наголошує в одній із своїх проповідей: *«Сьогодні ми закликаємо всіх католиків, а особливо тих, хто працює в мас-медіа, до позитивних змін, закликаємо їх ширити цінності животворного Христового послання, робити так, щоб увесь світ пройнявся їхніми переконаннями, голосом їхньої віри і Словом Бога»*. Папа Павло VI каже, що це справді важливе покликання і велике служіння світу, закликає всіх людей доброї волі співпрацювати задля того, щоб утвердити спільні засади, які є гідними й людськими. *«Ми просимо всіх тих, хто зайнятий у сфері соціальної комунікації, розповідати про самопожертви й самопосвячення, про те добро, якого стільки є на світі, про діяльні поривання, завзяття й самозречення багатьох чесних людей, особливо молодих. Ми знаємо, що в царині мас-медіа працює чимало людей доброї волі, які палко заповзялися поставити свої «безживні знаряддя» (пор. *Communio et Progressio*, 72) на службу своїм ближнім. Ми закликаємо цих людей з подвійним завзяттям взятися до справи й перетворити мас-медіа на полум'яні смолоскипи, на світлосяйні маяки, що освітять людям шлях до єдиного справжнього щастя»* [5]. Християнські ЗМІ мають сприятливий ґрунт для праці, можливим є діалог із Церквою, тому релігійна журналістика має виконувати свої завдання вчасно й достовірно, будучи містком для комунікації між Церквою і вірянами.

Інтернет у цьому сенсі, як уже було зауважено, міг би допомогти у налагодженні діалогу між вірянами і Церквою, проте *«у ставленні до інтернету люди Церкви часто притримуються позиції, що краще не мати з ним справу, тому що там «суцільна порнографія», а «в соцмережах лише даремно витрачається час»*. Проте інтернет – це канал комунікації, який Церква не може ігнорувати, якщо хоче достукатися до більшої кількості людей. *А сьогодні в інтернеті «сидить» більше людей, аніж приходять до храму»* [8: 73]. Варто зауважити, що є спеціальні церковні документи Католицької Церкви про ЗСК, до прикладу, душпастирська інструкція для виконання Декрету II Ватиканського Собору про ЗСК *Communio et Progressio* (Єдність і поступ) 1971 року, в якій сказано, що кожен, хто посідає відповідальні посади в Церкві, повинен проголошувати всю повноту правди через засоби соціальної комунікації. *«Ми наполегливо закликаємо єпископів, священників, ченців та мирян – тобто всіх представників Церкви – друкувати статті в пресі, промовляти на радіо*

й телебаченні, брати участь у зніманні кінофільмів», – вчить Католицька Церква через *Communio et Progressio* (п. 106) [8: 34]. Тобто духовенство розуміє, що ЗМІ є ключовим каналом зв'язку між Церквою і світом, водночас усвідомлює, що роль кожного вірянина в утвердженні Церкви така ж важлива, як і завдання журналіста щодо висвітлення релігійних подій. «Нехай католики поміркують над своєю відповідальністю в цих справах і приймуть її щирим серцем, бо ж не годиться, щоб діти Церкви своєю пасивністю сприяли тому, щоб технічні труднощі або буцімто великі витрати притушували слово спасіння чи заважали його поширенню (*Communio et Progressio*, 133)» [8: 35]. Якщо Церква так вболіває за правдивість і необхідність висвітлення релігійних подій, то й діяльність релігійних журналістів має відповідати вимогам суспільства: професійно працювати й подавати інформацію, яка не лише відповідає дійсності, а й є суспільно значимою, об'єктивною й актуальною.

Ігор Скленар, дослідник релігійної журналістики, окреслює такі найважливіші проблеми, які порушують релігійні медійники: «морально-етичне виховання сучасного громадянина, соціальний захист широких верств населення, відновлення історичної пам'яті, зближення українських Церков та їхнє об'єднання в єдину помісну, повернення законного церковного майна, поширення сектантства у нашій державі та багато інших» [10]. Майкл Дж. Герсон у передмові до книги «Біла пляма», переклад якої є на сайті «Телекритика», пише: «Журналістика, що ігнорує чи нівелює роль релігії в повсякденному житті, пропускає вагомі моменти історії нашого часу. Центральна роль релігії в процесі реформування суспільства сьогодні також очевидна, про що свідчить рух на захист людського життя, антивоєнні демонстрації, зростаюче занепокоєння стосовно глобального зубожіння, розповсюдження хвороб, сексуальної торгівлі та геноциду» [11].

Запити на інформацію про релігійні події в Україні й світі щоразу зростають, адже люди сприймають ЗМІ як посередників між ними й Церквою, тож намагаються знайти в журналістських матеріалах відповіді на особисті питання. Джон Аллен дає чітку вказівку, як мають співпрацювати медіа і Церква: «Якщо ми зможемо яким зором подивитися на проблеми, які нас спіткали, знайти шлях виходу за межі цих дисфункціональних відносин між нами і мас-медіа, якщо зможемо це зробити з живим почуттям гумору, то матимемо прекрасну стратегію для католицької комунікації на початку XXI століття» [12].

Релігійна журналістика несе в собі історичну, культурну та духовну цінності, тому читання таких матеріалів і роздуми над ними є частиною соціальної доктрини Церкви, яка прагне виховати і вести дорогою життя своїх вірян. Сьогодні аудиторія прагне бути обізнаною в усіх сферах життя, а релігія завжди була одним із незамінних чинників формування громадянського суспільства й інституту держави.

Отже, перспективи розвитку християнських мас-медіа України цілком реальні, і втілювати їх у життя – це підтримувати діалог із Церквою, вдосконалювати наповнення християнських мас-медіа, збільшувати їхню кількість, професійно навчати релігійних медійників бути відповідальними за своє слово перед людьми і Богом.

REFERENCES

1. Балаклицький М. Що об'єднує журналістів і вірян [Електронний ресурс] / Максим Балаклицький. – 03. 01. 2013. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/scho_obednue_zhurnalistiv_i_viryam/
2. Дідула П. До питання аналітичного жанру в сучасній релігійній пресі УГКЦ / Петро Дідула. – Львів: Львівська Богословська Академія. Інститут релігії та суспільства, 1998.
3. Артемчук О. Екуменічна публіцистика: зародження, розвиток та історична перспектива [Електронний ресурс] / Олена Артемчук. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1289>
4. Лось Й. Слово має визволяти, а не поневолювати / Йосип Лось. – Світло, 2001. – Ч. 7-8.
5. Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упоряд. і наук. ред. М. Перун. – Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2004. – 440 с.
6. Гудзик К. Релігійна толерантність: «свої» і «чужі» [Електронний ресурс] / Клара Гудзик. – 14.04.2007. – Режим доступу: <http://day.kyiv.ua/uk/article/podrobici/religiyna-tolerantnist-svoyi-i-chuzhi>
7. Лавриш Ю. Лариса Івшина: «Якісна і вдумлива релігійна журналістика здатна змінювати імідж Церкви у суспільстві» [Електронний ресурс] / Юліана Лавриш. – Режим доступу: <http://velychlviv.com/larysa-ivshyna-yakisna-i-vdumlyva-religijna-zhurnalistyka-zdatna-zminyuvaty-imidzh-tserkvy-u-suspilstvi/>
8. Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння / С. Бабинська, Ю. Завадська, М. Карпінка, О. Кулігіна. – Вид-во «Ездра», 2012. – 240 с.
9. Меттінглі Т. Влучити в ціль [Електронний ресурс] / Террі Меттінглі. – 13.03.2009. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/2009-03-13/44316>
10. Скленар І. Церква і засоби масової інформації [Електронний ресурс] / Ігор Скленар. – 12.07.2000. – Режим доступу: http://www.franko.lviv.ua/faculty/jur/Internet/PART-3_12.htm
11. Герсон М. Біла пляма в журналістиці [Електронний ресурс] / Майкл Дж. Герсон. – 23.03.2009. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/view/2009-03-23/44522>
12. Аллен Дж. Церква та світські ЗМІ – «однаково винуваті» [Електронний ресурс] / Джон Аллен. – 20.10.2012. – Режим доступу: <http://www.patriarkhat.org.ua/statti-zhurnalu/tserkva-ta-svitski-zmi-odnakovo-vynuvati/>

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE CHRISTIAN MASS MEDIA OF UKRAINE: THE PROFESSION OF RELIGIOUS JOURNALIST

Vyshyvana Khrystyna

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: vyshyvana_khrystyna@ukr.net*

Ukrainian religious journalism is in the stage of its concepts' formation and its priorities definition. The survey of the Christian mass media helps to evaluate their effectiveness, outline the prospects for their productive functioning and continue the high quality training of their specialists.

Relevance of scientific research. With the rebirth of Ukraine's independence in 1991 a religious and spiritual revival began, and, accordingly, the number of various mass media, that became denominators, began to grow. Media took over responsibility for the spiritual education and uniting of Ukrainian people; such media, undoubtedly, defend the positions of their churches and religious organizations. There are also media, that do not position themselves as any religious confessions, they are independent media, whose main purpose is to inform readers about the religious situation in Ukraine.

The object of scientific research is the interaction of the Christian mass media of Ukraine with the Church in order to outline the prospects for the activities of Christian mass media and to improve Ukrainian religious journalism.

The subject of scientific research is the role of a religious journalist in establishing permanent communication of the Church with its audience, who needs answers to questions, and therefore addresses the Christian mass media for help, while searching for necessary information.

Prospects for the development of the Christian mass media of Ukraine depend on both the latest technologies and the human factor, in which the sense of dignity and life in truth are closely connected. Religious journalism, which is based on such principles, will always be successful and necessary.

The Christian mass media needs journalists, who understand the mission of the Christian Church in Ukraine and the demands of the audience for the relevant information. Journalism will be imperfect without exploring religious issues, which is one of the main components of global change.

The Christian media have a favorable ground for labor; the dialogue with the Church is possible; therefore, religious journalism must fulfill its tasks on time and in a credible way, being a bridge for communication between the Church and its believers.

Key words: religious journalism, the dialogue between the Church and mass media, religious journalist, Christian mass media of Ukraine, religious tolerance.