

## Секулярні віяння у контенті матеріалів на релігійну тематику: новомедійний аспект

У статті йдеться про те, як сучасні позиції секуляризму впливають на новомедійний український мережевий дискурс, зокрема на контент релігійної тематики. Ці впливи, відповідно, є ключовими для рецепції аудиторії та формування духовних позицій у суспільстві. Тематичні віяння секуляризму впливають на контент-підбір матеріалів на релігійну тематику саме у нових медіа, які чутливі до популярних мейнстрімів, інформаційних удосконалень та проблематичних наповнень. Позиції сучасних суспільств також визначають пріоритети інформаційних потоків та циркуляції змістів, зокрема на платформі соціальних мереж та блогосфери. Тому важливо зосереджувати увагу, як ці мислинневі і світоглядні перспективи впливають на журналістський інструментарій, визначають основні точки дотику між матеріальним і духовним. На основі популяризації секуляризму у Європі аналізуємо, наскільки ці тенденції помітні в українському соціумі та мережевих ЗМК.

**Ключові слова:** нові медіа, секуляризм, Церква, контент.

**Актуальність досліджуваної теми та її значення.** Щораз більше у світі стає модною тенденція про те, аби залишатись поза Церквою. У світі все більше пропагують концепцію секуляризму, себто ідею держави, де соціум живе за мірками «необмеженої свободи», приймаючи рішення виключно ті, які вважатиме за потрібне. Про це, зокрема, важливо говорити у новомедійному контексті.

Яскравим прикладом зіткнення секулярних течій із, наприклад, радикальним ісламізмом є зразок терактів у Франції, пов'язаних із карикатурами «Charlie Hebdo». У коментарях редакторів багатьох впливових видань, які вийшли із жалобними передовицями у січні 2015 року, є думка, про можливу загрозу свободі слова і демократії. 2006 року «Charlie Hebdo» на основі публікацій карикатур на пророка Мухаммада потрапив у світовий медіаскандал [9]. Як і тоді, так і сьогодні, головний аргумент виправдання – дотримання свободи слова. Без сумніву, журналісти французького часопису не могли не передбачити обурення серед своїх читачів, адже карикатури не тільки ображали мусульман, більше того – там чимало огидних малюнків і про християнський світ [6].

**Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Український соціум – особливий за релігійним спектром. Сьогодні, за свідченнями дослідників, маємо більше, ніж 50 релігійних напрямків в Україні. У нашій державі функціонує Всеукраїнська рада Церков і релігійних організацій, представлена членами ключових християнських Церков та релігійних деномінацій. Через релігійне багатоманіття залишається чимало невирішених конфліктів, непорозумінь, образ на майданчиках міжконфесійного і міжрелігійного діалогу. Проте згідно з останніми статистичними даними залишається незмінно високий рівень довіри до двох інституцій – Церкви і ЗМІ. Через те розуміємо наскільки важливо висвітлювати проблеми цього спектру разом із стандартною рубрикацією медіа: політикою, культурою, економікою, суспільством. Релігійна журналістика пропонує для журналіста нестандартно підходити до висвітлення тих чи тих подій, окрім того, важливо зазначити, що не менш вагомо звертатися до проблеми подання релігійної тематики у світських медіа. Та все ж у цьому контексті незмінно присутні впливи секулярних віянь, про що можна метафорично почерпнути із словацької короткометражки «Футболка», у якій два герої сваряться через картинку з висловом Ф. Ніцше у одного із них на футболці: «Бог помер. Ніцше». Коли конфлікт доходить до бійки і, врешті-решт, до загибелі одного із персонажів, власник футболки повертається до глядача спиною, де зазначено: «Ніцше помер. Бог».

Появу напряму секуляризму філософи пояснюють зміною культурно-часових епох, а саме – появою модерну. Людина – як особистість – потребує простору для саморозвитку і вдосконалення. На нашу думку, цей шлях починається з самого початку її самоусвідомлення, розуміння лоції у світі, проте дедалі більше це розуміння виходить із раціоналізації світу і прагнення всього у ньому пояснити, зокрема, ми більш детально розуміємо це у контексті епохи Просвітництва. Проте у

людини все ж залишалася потреба віри у Бога. Про це, зокрема, докладно рефлектує у своїй праці «Секулярна доба» Ч. Тейлор. Дослідник вважає, що на це впливають щонайменше три основні чинники. По-перше, природний світ, розташований в уявному для людей космосі, свідчив про божественну мету та дію. Народи витворили сотні легенд, заклинань, дій, щоб покращити урожай, пришвидшити настання дощів чи припинити посуху. Люди вважали, що там, де завершується матеріальне втручання, починається дія Бога. По-друге, про Бога, на думку Ч. Тейлора, свідчило саме існування суспільства (але не як такого – бо «суспільство» є модерним терміном – а як поліса, королівства, Церкви). Королівство могло розумітися як укорінене у чомусь вищому від суто людських дій у секулярному часі. Окрім того, життя багатьох інституцій було тісно пов'язане із Богом. По-третє, люди жили ніби у зачаклованому світі, у якому вони не обов'язково знову-таки вірили у традиційного Бога. Однак, наприклад, у світогляді європейських селян 1500 років попри всі неоднозначності християнський Бог все ж займав першу позицію [8, с. 49–50]. Незважаючи на таку присутність божественного начала у суспільстві, людина все ж намагалася якось знайти свій простір, осмислити себе, зрозуміти власне призначення. Секуляризація пропонує відмовитися від апелювання до будь-яких рівнів буття, крім зосередженості на теперішньому та повсякденному. Тобто це, у свою чергу, спрямовує нас не лише до самоідентифікації, але пошуків нового рівня реальності та нової ідентичності [1, с. 13]. Знову-таки, звертаючись до праці Ч. Тейлора, зазначимо, що людина, яка осмислювала себе у контексті різних духів і вірувань, відчула потребу самоізоляції і самоусвідомлення. У Ч. Тейлора цей термін називається «ізольоване я» [8, с. 53]. Для формування такого «ізольованого я» мало було лише самого розчаклування; потрібно було впевнитися у моральних силах власного впорядкування.

Епоха нових цифрових технологій або ж ера Web 2.0 також впливає на ці процеси плекання «ізольованого я» в умовах постійної трансформації. Дж. Гербнер виділяє такі етапи у розвитку комунікації: доіндустріальний, друкований, телевізійний, електронних технологій [3, с. 20–21]. Отож епоха цифрового суспільства спонукає до того, що люди, а насамперед молодь, починають думати твіттами чи короткими «Фейсбук»-постами. Менш популярними для них видаються традиційні ЗМІ – телебачення, радіо чи преса, проте не можна говорити, що аудиторія відмовляється від споживання цього контенту. Навпаки, тут також є свої потреби і запити. Власне, в цьому аспекті варто говорити про інший рівень комунікації чи, зрештою, про потребу нового діалогу в суспільстві з позиції всіх наявних у ньому інституцій, насамперед – Церкви, яка пропонує людині жити за дещо іншими орієнтирами. Якщо розглядати явище соціальних мереж, то варто наголосити на певних секулярних пастках, які тут є, – формат гри, маніпуляції, фальсифікації. Вважаємо, що цей виклик є істотно важливим для розвитку комунікації, наприклад, на акаунтах соціальних мереж духовенства та мирян-користувачів. Дослідники моделей комунікації визначали мотив гри як один із елементів маніпуляції. Наприклад, це примітно у класифікації маніпуляційних процесів дослідника О. Федорова, де «гра у простонароддя передає спотворення інформації, нівеляцію цінностей» [3, с. 22]. Поняття «медіагри» і «вульгаризації» інформації варто відмежовувати від процедури марнування часу та власне гри. Сучасна медіагра – це не лише привід для розкутих веселощів, вона, як доречно зазначив К. Сігов, є не лише гедоністичним проведенням часу, але і «елементом і ступенем духовного майстрівства, що виростає із зібраності» [7, с. 61]. Отож карнавалізація дійсності вносить певні корективи у розумінні духовності, знецінюючи прекрасне.

Вважаємо, що феномен гри проникає у веб-комунікацію між духовенством і мирянством, тому існують із цього приводу певні небезпеки. Прикладом карнавалізації соціальних мереж, на наш погляд, можна вважати недоречні жарти духовенства, пости чи навіть невміло використані фотожаби, які призначені не для іронічно-саркастичного самозаглиблення і роздумів про власне життя чи життя суспільства, а заради створення акаунт-іміджу, а отже, збільшення кількості друзів чи фолловерів.

Релігійна тематика у контексті українських нових медіа є дуже важливою складовою. По-перше, важливого говорити про діалог між конфесіями, релігійними деномінаціями. Відслідковуючи українську історію, розуміємо, що наша держава перебувала на культурно-релігійних перехрестях; окрім того, сьогодні маємо різномірну палітру національних меншин усередині суспільства. Тому на це треба, безумовно, зважати. Релігійний журналіст має також чітко знати про виникнення і специфіку розвитку християнства у тій державі, про яку він пише. Наприклад, в Україні не можна

розділяти Українську Греко-Католицьку Церкву від Православної Церкви, маємо на увазі виділяти різнобічність конфесії, оскільки обидві Церкви вийшли з одного джерела – Володимирового хрещення; тільки кожна зі спільнот переживала свою історію розвитку і відповідала на певні виклики. Тому перший фокус сучасної журналістики, насамперед в Україні, – міжконфесійний діалог із метою побудови, а не руйнації. По-друге, сучасна релігійна журналістика повинна спрямувати всі зусилля на формування живого образу Церкви. Насамперед маємо на увазі світські ЗМІ, у яких висвітлюють релігійні теми. Це не означає, що до того всі матеріали в ЗМІ репрезентували Церкву в іншому спектрі. Проте коли аналізуємо контент, який стосується релігійної проблематики, бачимо лише корупційні схеми, непорозуміння, образи псевдослужителів. Варто зазначити, що такий підхід презентує секуляризованість у професійних підходах журналістів так званих світських ЗМІ. Звісно, що ми не заперечуємо негативні явища у середовищі тієї чи тієї конфесії, проте знову-таки маємо втримувати баланс – разом із негативом висвітлювати позитив, кардинально змінюючи підходи суспільства: від Церкви «як пам'ятки архітектури і закритої бізнес-системи» до Церкви як живого організму. По-третє, сьогодні важливо порушувати теми, які стосуються інституту сім'ї. Як відомо, здорова сім'я – фундамент для ефективного функціонування будь-якого суспільства. Окрім того, саме із проблематики цієї соціальної інституції витікає спектр ключових тем для релігійного журналіста: тема творення «живого» подружжя, тема материнства, батьківства, опіки дітей, сирітства. А також сегмент біотичних питань: аборти, штучне запліднення, евтаназія, самогубство, трансплантація органів.

Аналізуючи матеріали на релігійну тематику, вбачаємо чимало секулярних позицій у текстах, зокрема, це примітно у жанрі інтерв'ю. Розглянемо кілька прикладів. Інтерв'ю з Блаженнішим Святославом (Шевчуком) для «Української правди» [5]. Насамперед звернімо увагу на заголовок, зокрема, на представлення Глави УГКЦ. Це вже перша помилка, оскільки професійний етикет передбачає правильне звертання до представників духовенства. Варто зазначити, що саме правильне звертання є одним із ключів успіху розмови, адже інтерв'юваний сприймає вас, як професіонала. Звісно, що журналіст у своєму звертанні повинен також розрізняти приналежність духовної особи до тієї чи тієї традиції – західної чи східної. Друге – проаналізуємо вріз цього інтерв'ю. Відчуваємо розхитаність журналіста, неструктурованість, а зрештою – відсутність перебування в темі. Третє – проаналізуємо запитання. У цьому випадку журналіст демонструє власну некомпетентність не лише у релігійній проблематиці, але й законодавстві, використовуючи у розмові такий же алгоритм підходу, як до інтерв'юваного політика чи представника найвищих щаблів влади. Такий підхід нівелює основні положення статті 35 Конституції України, яка вказує на відокремлення Церков і релігійних організацій від держави. Четверте – розуміти, що коли публікуємо матеріал на інтернет-ресурсах, очікуємо інтерактивне обговорення аудиторії у коментарях. Варто пам'ятати про процеси рецепції опублікованого читачем, слухачем чи глядачем, зокрема те, що журналістський настрій наскрізно передається аудиторії. Журналіст повинен передбачити результати свого інтерв'ю, розуміючи, що найважливіший процес сприйняття, оскільки професійна журналістика працює для своєї аудиторії, а не сама для себе. На жаль, публікація вказаного інтерв'ю на ресурсі викликала шквал брудних коментарів, а у розумінні читачів, очевидно, посіяла сумніви. На нашу думку, журналіст представила у цьому матеріалі концепт «ізольованості» суспільства від Церкви, прагнення не заглиблюватись у проблеми релігійного світовиміру.

Важливо також звернути увагу на ще один матеріал із сайту «24» – «П'ять років на престолі: як Шевчук вирішує конфлікти Церкви» [4]. Гадаємо, варто зосередити увагу на трьох моментах, зважаючи на загальні характеристики висвітлення релігійної тематики крізь призму секуляризму у світських медіа. По-перше, у медійному, особливо мережевому, просторі дедалі більше стає модним «скорочувати людину», обмежуватися лише прізвищем, без вказівки імені. Контент-редактори аргументують це тим, що довгі заголовки неприпустимі для мережових текстів. Тому ми знову звертаємося до радянської культури, за якої людина не мала імені, а лише прізвище. У запропонованому заголовку також до глави Церкви звертаються просто на прізвище. Проте, мабуть, у цьому контексті йдеться не лише про етичні принципи журналістики, а, знову-таки, впливає з власне людського ставлення, зрештою, дотримання конституційних норм і свобод нашого суспільства, де кожен громадянин, незалежно від віку, статі, сфери діяльності, матеріального становища і статусу, має право на гідність і шанобливе ставлення до себе як особистості. По-друге,

крізь призму цього заголовку, але загалом через матеріали про Церкву в інших медіа, впливає викривлене розуміння цієї інституції у суспільстві. Вважаємо, що треба чітко ставити маркери, відрізняючи справжнє від фанатизму, духовне від політичної ідеології. У Церкві немає престолів чи тронів. Якщо такі атрибути присутні, то це не Церква, а просто організація, яка під неї маскується. Попереднє судження плавно переплітається з третім висновком. На жаль, у світських медіа найбільш комфортно висвітлювати Церкву лише крізь призму скандалів і сенсацій. І це ще одна ознака секулярності. Якщо ж звернутися до згаданого заголовку, то виникає таке враження, ніби глава Церкви більше нічого і не робив п'ять останніх років, як тільки вирішував конфлікти. Знову-таки, відсутнє відчуття балансу, бо журналіст не хоче і не має бажання зануритись у життя Церкви, проаналізувати різні його боки, зважити для себе все добре і погане, а тоді писати матеріал. Тут постає проблема, про яку вдало пише Н. Дейвіс у «Новинах пласкої Землі». Аналізуючи медіаринок Великобританії, автор вважає, що однією із головних проблем сучасної фабрики новин є «прес-релізм», або ж поверховість висвітлення. Журналісти скаржаться на те, що не мають часу писати якісні аналітичні тексти. Насправді йдеться не про час, а про бажання, про медіалінощі, коли простіше скопіювати новину чи текст в інформаційної агенції, яка «годує» медіасферу, додати кілька перчинок, і ось – трафік чи рейтинг досягнуто [2, с. 159].

**Висновки.** Запропоновані до розгляду два матеріали – це лише кілька прикладів із моніторингу контенту на релігійну тематику у мережі. На наш погляд, проникнення секулярних віянь у смислове насаження публікацій впливає на ідейність та консистенцію; водночас має відбиток і на загальній рецепції аудиторії. Окрім того, це також індикатор того, як реагує українське суспільство на світоглядні зміни у світі, своєрідний зріз, наскільки відбувається перехід від постатеїстичної ідеологічної платформи до постмодерністично-секулярної. Вважаємо, що журналісти міжконфесійних, світських відповідно спеціалізованих на темах релігії чи суспільно-політичних веб-платформ, для яких релігія є однією із тем загального контенту, мають зважати на ці ідейно-позиційні впливи, які формують і формуватимуть мислинневий простір соціуму.

#### *Література*

1. Вододіли секуляризації / Український інститут стратегій глобального розвитку та адаптації. – Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. – 240 с.
2. Дейвіс Н. Новини Пласкої Землі / Н. Дейвіс. – К. : Темпора, 2011. – 548 с.
3. Косюк О. М. Теорія масової комунікації : навч. посіб. / О. М. Косюк. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. – 384 с.
4. Кочмар С. П'ять років на престолі: як Шевчук вирішує конфлікти Церкви [Електронний ресурс] / С. Кочмар. – Режим доступу : [http://24tv.ua/pyat\\_rokiv\\_na\\_prestoli\\_yak\\_shevchuk\\_virishuye\\_konflikti\\_tserkvi\\_n671254](http://24tv.ua/pyat_rokiv_na_prestoli_yak_shevchuk_virishuye_konflikti_tserkvi_n671254).
5. Лісовська А. Святослав Шевчук: Я – проти революцій [Електронний ресурс] / А. Лісовська. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/articles/2011/07/8/6369441/>.
6. Редакція «Шарлі Ебдо» насміхається з католиків, які висловили їй підтримку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.t.credo-ua.org/2015/01/128850>.
7. Сігов К. Б. Людина поза грою і людина, яка грає / К. Б. Сігов // Філософська і соціальна думка. – 1990. – № 4. – С. 28–44.
8. Тейлор Ч. Секулярна доба / Ч. Тейлор ; пер. з англ. – Книга 1. – К. : ДУХ І ЛІТЕРА, 2013. – 664 с.
9. In Memoriam. Карикатури із видання «Charlie Hebdo» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.istpravda.com.ua/artefacts/2015/01/8/146490/>.

#### *References*

1. Vododily sekularizatsii / Ukrainskyi instytut stratehii hlobalnoho rozvytku ta adaptatsii. – Vinnytsia : TOV «Nilan-LTD», 2015. – 240 s.
2. Deivis N. Novyny Plaskoi Zemli / N. Deivis. – K. : Tempora, 2011. – 548 s.
3. Kosiuk O. M. Teoriia masovoi komunikatsii : navch. posib. / O. M. Kosiuk. – Lutsk : VNU im. Lesi Ukrainky, 2012. – 384 s.
4. Kochmar S. Piat rokiv na prestoli: yak Shevchuk vyrishuie konflikty Tserkvy [Elektronnyy resurs] / S. Kochmar. – Rezhym dostupu : [http://24tv.ua/pyat\\_rokiv\\_na\\_prestoli\\_yak\\_shevchuk\\_virishuye\\_konflikti\\_tserkvi\\_n671254](http://24tv.ua/pyat_rokiv_na_prestoli_yak_shevchuk_virishuye_konflikti_tserkvi_n671254).
5. Lisovska A. Sviatoslav Shevchuk: Ya – proty revoliutsii [Elektronnyy resurs] / A. Lisovska. – Rezhym dostupu : <http://www.pravda.com.ua/articles/2011/07/8/6369441/>.

6. Redaktsiia «Sharli Ebd» nasmikhaitsia z katolykiy, yaki vyslovyly yii pidtrymku [Elektronnyy resurs]. – Rezhyim dostupu : <http://www.t.credo-ua.org/2015/01/128850>.
7. Sihov K. B. Liudyna poza hroiu i liudyna, yaka hraie / K. B. Sihov // *Filosofska i sotsialna dumka*. – 1990. – № 4. – S. 28–44.
8. Teilor Ch. Sekuliarna doba / Ch. Teilor ; per. z anhl. – Knyha 1. – K. : DUKh I LITERA, 2013. – 664 s.
9. In Memoriam. Karykatury iz vydannia «Charlie Hebdo» [Elektronnyy resurs]. – Rezhyim dostupu : <http://www.istpravda.com.ua/artefacts/2015/01/8/146490/>.

**Лаврыш Ю. Секулярные веяния в контенте материалов на религиозную тематику: новомедийный аспект.** В статье идет речь о том, как современные позиции секуляризма влияют на новомедийный украинский сетевой дискурс, в частности на контент религиозной тематики. Эти влияния, соответственно, являются ключевыми для рецепции аудитории и формирования духовных позиций в обществе. Тематические веяния секуляризма влияют на контент-подбор материалов на религиозную тематику именно в новых медиа, которые чувствительны к популярным мейнстримам информационных усовершенствований и проблематичных наполнений. Позиции современных обществ также определяют приоритеты информационных потоков и циркуляции смыслов, в том числе на платформе социальных сетей и блогосферы. Поэтому важно концентрировать внимание, как эти розмишления и мировоззренческие перспективы влияют на журналистский инструментарий, определяют основные точки соприкосновения между материальным и духовным. На почве популяризации секуляризма в Европе анализируем, насколько эти тенденции заметны в украинском социуме и сетевых СМИ.

**Ключевые слова:** новые медиа, секуляризм, Церковь, контент

**Lavrysh Yu. The Secular Trends in the Content of Materials on Religious Themes: New Media Aspect.** In the article there is a speech about how the modern position of secularism influence on new media Ukrainian network discourse, in particular on the content of religious subjects. These effects, respectively, are the key to the reception of the audience and the formation of moral positions in society. Thematic secularism trends affecting on the content selection of materials of the religious themes as the new media that are sensitive to popular mainstream, data improvements and problematic fillings. Positions of modern societies and prioritize data flows and circulation of contents, particularly on the platform of the social networks and the blogosphere. It is therefore important to focus as these positional and ideological perspectives affect journalistic tools, determine the main point of contact between the material and spiritual. On the basis of promoting secularism in Europe analyzed how these trends are apparent in the Ukrainian society and online media.

**Keywords:** new media, secularism, Church, content.

**Адреса для листування:** [yulianaloverysh@gmail.com](mailto:yulianaloverysh@gmail.com).

*Стаття надійшла до редакції 12.05.2016.*

УДК 316.776.2 + 327.8

**Анна Ліченко** – викладач кафедри журналістики

Навчально-наукового інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету

### **Мас-медіа як засіб реалізації зовнішньополітичних концепцій «soft power» і «smart power»**

Статтю присвячено проблемі використання провідними державами світу нових медіа як інструменту впливу на зарубіжну аудиторію з метою досягнення зовнішньополітичних цілей, формування привабливого іміджу, пропаганди ідей тощо. Виокремлено функції, які виконують медіа у контексті реалізації зовнішньополітичних концепцій «soft power» і «smart power». Окреслено явище інформаційної гегемонії медіакорпорацій, які спричиняє одновекторність комунікаційних потоків, як наслідок країни «третього світу» виступають лише як пасивні споживачі новин, які продукують держави-лідери. Розкрито поняття «астротурфінгу» як технології створення штучної громадської думки.

**Ключові слова:** медіавпливи, зовнішня політика, «soft power», «smart power», зарубіжна аудиторія, астротурфінг.

---

© Ліченко А., 2016