

Марія Петрушкевич

Релігійна преса в Україні: спроба світоглядно-статистичного аналізу

Maria Petrushkevych

The religious press in Ukraine: an attempt of ideological and statistical analysis

The religious press demonstrates the communicative processes that are taking place in the information society and simultaneously are guided by traditional religious communication. Qualitative and quantitative characteristics of religious press give us the possibility to analyze this segment of the religious media.

Keywords: religious communication, religious press, newspaper, magazine, audience, printed media

Релігійна преса демонструє комунікативні процеси, що відбуваються в інформаційному суспільстві та одночасно орієнтуються на традиційну релігійну комунікацію. Якісні та кількісні характеристики релігійної преси дають можливість проаналізувати цей сегмент релігійних мас-медіа.

Ключові слова: релігійна комунікація, релігійна преса, газета, журнал, аудиторія, друковані мас-медіа

Актуальність питання релігійної преси пов'язана із низкою особливостей, які обов'язково потрібно окреслити, щоб зрозуміти специфіку функціонування релігійної масової комунікації. По-перше, це соціокультурні особливості. Наша культура розуміє комунікацію переважно як «високу», книжну. Україна належить до літературоцентричних націй – секуляризованих, із громадянською релігією культури та вірою в державу¹.

По-друге, це особливості інформаційного суспільства та масової культури. Як зазначає В. Беньямін, «поділ на авторів і читачів починає втрачати своє принципове значення. Воно виявляється функціональним, межа може пролягати залежно від ситуації так чи інакше. Читач в будь-який момент готовий перетворитися на автора»².

По-третє, це особливості мас-медійного середовища. Для друкованих медіа нові медіа не несуть смертельної небезпеки, але примушують

їх до нового позиціонування, до усвідомлення своїх специфічних, притаманних друку сильних сторін³.

Проблеми релігійної комунікації загалом та релігійної преси зокрема розглядаються науковцями у різних аспектах. Найчастіше такі дослідження є конфесійно спрямованими, проте основний обсяг досліджень релігійних мас-медіа належать світським науковцям, які з позицій позаконфесійності, науковості, об'єктивності аналізують процеси зв'язку мас-медіа та релігійної класичної комунікації (Т. Антошевський, Ю. Чорноморець, О. Добродум, Ю. Рижев, А. Карлос та інші).

Водночас важливими для розуміння феномену функціонування релігійної інформації в мас-медіа є праці журналістикознавців А. Бойко, Ю. Комінко, І. Скленера. Дещо окремо знаходяться вузько спеціалізовані дослідження, наприклад, М. Балаклицького. Безпосередньо про релігійну пресу писали С. Гурєва, О. Керц, У. Колесніченко, Ю. Фінклер та інші.

На нашу думку, у найзагальнішому вигляді релігійну періодику та друковані мас-медіа умовно можна поділити на: книги, брошури, пресу (світську, релігійну). Об'єктом нашого дослідження виступає саме релігійна преса, а метою – характеристика релігійної масової комунікації на основі використання статистичних даних. На основі аналізу особливостей структури ЗМК, зробленого Є. Головлевою⁴, можна виділити особливості, які відрізняють сьогодні структуру українських ЗМК, пов'язані з появою нових переваг в аудиторії. Сучасна масова людина повноцінно стала людиною телевізійною (на відміну від ще недавньої традиції читання). Така ситуація не могла не вплинути на релігійну пресу та її читачів: тут можна констатувати наявність двох площин. По-перше, віруючий, який надає перевагу конфесійній пресі, відчуває себе або «особливим» (бо не піддається на хитрощі масової культури у вигляді телебачення), або, навпаки, «маргіналом» (відчуваючи свою невідповідність часу). По-друге, хоча релігійна преса має свою історичну традицію, яка передбачає способи подання інформації, особливості зв'язку з аудиторією та інше, проте така преса не може не реагувати на запити часу (використовуючи на шпальтах періодичних видань модні теми, світські образи, стилі передачі інформації, політичні перипетії). Тому через релігійні газети та журнали навіть найконсервативніші віруючі проходять «світоглядну та комунікативну модернізацію».

Проте, щоб аналізувати специфіку функціонування релігійних друкованих мас-медіа, на нашу думку, потрібно охарактеризувати конфе-

сійні особливості релігійної періодики. За кількісними показниками переважає православна преса (за даними РІСУ за 2014 рік – 144 видання). Якщо в 1990-і рр. нові інформаційні проекти УПЦ найчастіше були дуже слабкими і склалися в основному з передруків, то тепер православна журналістика переживає період становлення себе як нового, релігійно мотивованого погляду на світ⁵.

Одночасно проходить два процеси – зростання кількості нових інформаційних проектів та уповільнення реєстрації нових громад. Але якщо подивитися на ці процеси ширше, виявиться, що слабке зростання громад – проблема всіх конфесій країни. Християнська журналістика з місіонерства і засобу звернення перетворюється на вид служіння. Перед православними журналістами, як і перед усіма християнськими журналістами тепер новий виклик – робити інформаційні проекти не як місіонерські, а як спосіб донесення християнського погляду на світ⁶.

За даними РІСУ з усіх діючих конфесій чи не найбільш «газетною» є Українська Православна Церква Московського патріархату. Крім традиційних єпархіальних видань («Православна газета» – центральне видання), їй також належать різноманітні тематичні («На варті» – для військових), молодіжні («Віра і культура») і дитячі газети та журнали, а також видання благочиній та парафій («Православний благовіст Уманщини»). У них переважають матеріали катехитичного, морального змісту, новини, офіційні документи та пастирські послання. Рідше трапляються дописи на соціальну або політичну тематику. Однак деякі з них (зокрема, «Справедливість», «Свята Русь») заполітизовані та притримуються великоросійської ідеології⁷.

На часі буде невеликий порівняльний аналіз статистичних даних про зміну кількості періодичних видань протягом тривалого проміжку часу. Нами були проаналізовані дані Державного департаменту у справах національностей та релігій за 10 років (з 2004 по 2014 рр.). Загалом збільшилася не лише кількість періодичних видань за цей час (на 15%), але і відбулася своєрідна сегментація та подрібнення за віросповідною приналежністю та адресованістю преси. Тому тут доречно говорити про орієнтацію більшості видань на вузьку конфесійну аудиторію.

Збільшення кількості релігійної преси відбулося, найперше, за рахунок протестантської Церкви Повного Євангелія (за вказаний період друкована комунікація стала потужнішою на 40%), іудейської періодики (на

22%) та УПЦ (на 16%). У останньому прикладі основний приріст припадає на періодику Київського Патріархату, хоча за кількісними показниками в релігійному комунікативному середовищі завжди суттєво переважала преса УПЦ МП (109 видань МП проти 35 видань КП за 2014 р.). Зрозуміло, що така ситуація у комунікативній площині безпосередньо пов'язана із загальною релігійною ситуацією в Україні.

Є ціла низка церков та конфесій, у яких кількість періодики збільшилася на 1 – 3 позиції: УГКЦ, протестантські церкви п'ятидесятників, адвентистів, Закарпатська Реформатська Церква, мусульмани та РУНвіра. Існують також релігійні напрямки, які не видають періодику в Україні, а користуються закордонною (класично – це Свідки Єгови, мормони та інші). Лютерани, буддисти та кришнаїти за вказаний період не змінили кількості видань (традиційно їх в Україні завжди небагато – від 1 до 3 позицій).

Зовсім інша ситуація із церквами, які скоротили кількість періодичних видань. До них належить РКЦ (скоротила кількість видань на 30%), УАПЦ (на 14%), об'єднання ЄХБ (на 27%). На нашу думку, тут справа не стільки у зменшенні/скороченні комунікативного потоку, як у переході до інших способів масової комунікації: телебачення, Інтернету. Крім того, однією із значних тенденцій останнього часу, яка виникла під впливом інтенсифікації інформаційного суспільства, є переведення релігійної преси у цифровий формат та відмова від класичної періодики.

Спробуємо узагальнити та проаналізувати релігійну пресу за іншими параметрами. Нами був зроблений аналітико-статистичний аналіз технічних характеристик друкованих мас-медіа: обсягу преси за релігійною приналежністю (найбільше – християнської), за інституційністю (офіційна / неофіційна), за об'ємом, за масовістю поширення, за технічною якістю, за адресованістю (більшість періодичних видань адресовані своїм віруючим і зацікавленим), за віковим призначенням.

Крім преси, яка видається різними церквами в Україні, серед віруючих також поширюється зарубіжна преса, яка має свій сегмент у релігійному комунікативному полі. Зокрема, сюди можна віднести журнал «Спільна мова» (видавець фонд «Духовне відродження» (Москва)), кожен номер журналу присвячений окремій темі, які з релігією пов'язані опосередковано; журнали Свідків Єгови «Пробудись!», «Вартова башта»; християнський журнал Ізраїлю «Милість та істина»; «Православ-

ний голос Люблина»; «Фома в Україні»; журнал «Вікторія Ра» (який вирізняється своїм значним обсягом – 92 с.) та інші.

Виділяють наступні друковані мас-медіа:

1) офіційні (видання Інституту релігійних наук св. Томи Аквінського в м. Києві «Католицький вісник»; «Вартова башта», офіційне періодичне видання УПЦ КП «Православний вісник»; «Вісник прес-служби УПЦ» Московського патріархату; «Інформаційний бюлетень УПЦ КП», журнал Великого білого братства ЮСМАЛОС «Вікторія Ра»; офіційне видання Духовного управління мусульман України «Мінарет» та інші).

2) неофіційні, яких є найбільше (всеукраїнський православний журнал для віруючих і невіруючих «Спасіть наші душі!» УПЦ МП у Дніпропетровську; часопис «Слово Вчителю»; духовний журнал обласного об'єднання церков євангельських християн-баптистів Рівненської області «Свічник»; журнал церкви адвентистів сьомого дня Кам'янець-Подільського «Твій шлях»; журнал «Горизонти» видається «Спілкою молодих християн України»; інформаційно-аналітичне видання «Рівненщина релігійна»; бюлетень Спільноти християн Острозької академії «Альтернатива»; видання Рівненської єпархії УПЦ КП «Божа криничка»; газета «Православне Полісся»; «Дзвін Чернечої гори»; «Христос є відповідь»; «Вічний скарб»; «Голос надії»; «Перед лицем Бога»; «Християнське життя»; «Відродження»; «Слово про слово»; «Отрок. ua»; «Дім Прабхупади» та інші).

3) наукові, аудиторія яких не обмежується релігійною общиною чи представниками конкретної релігії (науковий альманах «Ісламознавчі студії»; науково-популярний філософсько-релігієзнавчий журнал «Areion+»).

Суттєвою якісною характеристикою релігійної преси та показником її масового характеру є наклад періодичних видань. Зараз середній наклад по Україні (незалежно від релігійної приналежності) становить понад 12 тисяч. Таким чином, більшість видань мають можливість охоплювати значну аудиторію на великій території. Традиційно найбільший наклад у журналів Свідків Єгови (понад 43 млн), але їх до своїх розрахунків ми не брали. Що ж до християнської преси, то тут масовим характером вирізняється журнал місіонерського союзу «Світло на Сході» «Віра і життя» 86 тис. та щомісячна газета «Вічний скарб» 100 тис. примірників.

Також потрібно зауважити, що масовість періодичного видання за-

лежить і від його статусу: так, середній наклад газет становить 12 тис., журналів – приблизно 15 100, часописів – 5 600, бюлетенів – 1 тис. примірників.

А найменшими накладами вирізняються місцеві газети невеликих релігійних общин та організацій («Перед лицем Бога», м. Острог); видання, що мають визначену аудиторію (наприклад, газета «Тінейджер@ukr.net» для підлітків); та видання східних релігій (газета Київської общини Міжнародного товариства свідомості Крішні «Дім Прабхупади»).

Таким чином, масовий характер має православна періодика, а українські протестанти випускають сотні періодичних видань, із яких більше десятка мають міжнародне поширення і наклад близько 100 тис. примірників.

Видання із незначними накладами на перший погляд важко назвати масовими. С. Гурьєва зазначає, що така преса виходить невеликими накладами та розповсюджується в основному серед вірян через релігійні громади⁸. Проте зараз така місцева преса переважно має свої Інтернет-сторінки, електронні архіви, що значно розширює її аудиторію не лише у просторі, але і в часі; звичайно, у такому випадку вона, безперечно, є масовою.

А основною рисою насправді масової преси, на нашу думку, є специфічне смислове наповнення, ознаками якого є: загальнорелігійна тематика, зрозуміла мова, інтерпретація фактів та подій, оперування відносно відомими фактами.

Важливою характеристикою у поширенні та популярності релігійної преси, її впливовості є технічна якість мас-медіа. Для преси вона має особливо велике значення, оскільки тут комунікація відбувається найперше через візуальний канал. Газети та журнали вирізняє їх матеріальний аспект. На нашу думку, українську релігійну пресу за технічною якістю можна поділити на наступні категорії:

- 1) преса дуже якісної поліграфії, із професійно зробленими ілюстраціями, грамотно розміщеним матеріалом та високою естетичною якістю;
- 2) преса належної технічної якості, технічні та естетичні характеристики якої можуть коливатися;
- 3) преса посередньої поліграфічної якості.

До першої категорії видань належать «Католицький вісник», бюлетень «Новомедіа», загальноукраїнський католицький суспільно-релігійний ча-

сопис «Credo», журнал «Отрок.ua», протестантський журнал «Віра і життя». Високою поліграфічною якістю та естетикою оформлення відрізняється журнал «Спільна мова». Інший християнський духовно-просвітницький часопис «Слово вчителю» крім високої поліграфічної якості характерний чітким структуруванням матеріалу та якісним професійним редагуванням. Яскраво ілюстрований протестантський журнал «Горизонти».

Більшість преси належить до другої категорії: журнал «Рівненщина релігійна»; журнал «Моя здорова сім'я»; мусульманська газета «Мінарет»; «Місіонар», часопис УГКЦ; газета кримських караїмів «Къырым къарайлар»; газета Київської общини Міжнародного товариства свідомості Крішни «Дім Прабхупади» та інші.

Преса третьої категорії найчастіше зустрічається серед невеликих територіальних видань: бюлетень Спільноти християн Острозької академії «Альтернатива», газета «Божа криничка», релігійно-суспільне видання Римо-Католицької Луцької Дієцезії «Волення з Волині», «Дзвін Чернечої гори», «Камінь наріжний».

Варто зауважити, що якість періодичних видань найчастіше не залежить від їхнього накладу та інституційної приналежності.

Іншим аспектом, що значною мірою впливає на якість поширення та масовість аудиторії релігійної преси, є її адресованість. За нашими спостереженнями, періодика може мати конкретних адресатів і тоді, фактично, вона буде частиною мережевої комунікації або мати широку аудиторію. На нашу думку, релігійну пресу за адресованістю можна поділити на наступні категорії:

1. Періодика, адресована всім. Це періодика найзагальнішого, масового характеру, у якій містяться матеріали не лише вузькорелігійної тематики. Відповідно і аудиторія таких видань широка. Це, наприклад, журнал «Спільна мова», «Православний вісник», «Вісник прес-служби УПЦ», «Інформаційний бюлетень УПЦ КП», часопис Львівської єпархії УАПЦ «Мета», мусульманська газета «Відродження», науковий альманах «Ісламознавчі студії», науково-популярний філософсько-релігієзнавчий журнал «Areion+», іудейський художньо-публіцистичний альманах «Єгупець». Показовим у цій категорії є інформаційно-аналітичне видання «Рівненщина релігійна», яке декларує себе як позаконфесійне загальнохристиянське.

2. Періодика для віруючих-неофітів. Таких газет та журналів біль-

шість. Наприклад, до таких видань відносяться журнали та газети «Вартова башта», «Пробудись!», «Свічник», «Твій шлях», «Милість та істина», «Новомедіа», «Воляння з Волині», «Дзвін Чернечої гори», «Камінь наріжний», «Христос є відповідь», «Церковна православна газета», «Голос православ'я», «За євангельську віру», «Вікторія Ра», «Credo», «Місіонар», газета кримських караїмів «Къырым къарайлар», «Добродій». Із цієї категорії виділяється щотижнева суспільно-патріотична газета православних мирян «Світ», яка видається в Україні, але орієнтована на російськомовного та на проросійськи налаштованого читача. Мусульманська газета «Мінарет» (як і більшість мусульманської преси) багато цитує сури Корану та інших релігійних текстів арабською мовою із наступним перекладом.

3. Дитячі релігійні видання. Як зазначає У. Колесніченко, «українська журналістика для дітей – важливий складник системи засобів масової інформації. Завдяки їй відбувається передача життєво необхідної інформації від старшого покоління до молодшого, активно здійснюється комунікація між найменшими читачами»⁹. На нашу думку, релігійна дитяча періодика призначена радше для батьків, щоб полегшити пояснення релігійних тем дітям. Значну частину дитячих періодичних видань займають матеріали не лише дидактичного, морального характеру, а й розважального. Зараз видається понад 70 дитячих журналів і газет усеукраїнського рівня¹⁰. Своєю чергою дитяча періодика ділиться на:

- журнали, які самостійно видає окрема єпархія («Богдан», «Зернятко», «Незабудка», «Отрок.ua», «Радість моя», «Світло Різдва»);

- журнали, які видає єпархія спільно з певними релігійними центрами («Агнець», «Вертоград», «Водограй», «Шишкін ліс», «Ангелятко», «Сто талантів», «Веселий світлячок» (ісламський журнал, у якому є рубрика вивчення арабської мови).

4. Видання для дорослих, які мають сторінки або рубрики для дітей: журнали – «Католицький вісник», «Спасіть наші душі!» (всеукраїнський православний журнал), «Свічник», «Моя здорова сім'я», часопис «Пізнай правду», а також газети – «Вічний скарб», «Голос надії», «Шомрей Шабос» (одеська іудейська газета).

5. Релігійні газети із сторінками або рубриками для жінок, наприклад, кримська мусульманська газета «Відродження», газета кришнаїтів «Дім Прабхупади».

6. Релігійні видання для підлітків та молоді, до яких належать: газета

для середніх та старших класів «Гінейджер@ukr.net» міста Запоріжжя; молодіжна християнська газета «Глеш.ка», заснована Молодіжною федерацією Київської конференції Церкви адвентистів сьомого дня; християнський молодіжний часопис «Українська молодь – Христові»; православний журнал для молоді «Отрок.ua», а також журнал «Горизонти».

7. Видання родинно-сімейного спрямування різноманітної тематики. У матеріалах таких тижневиків відсутнє пряме моралізаторство та повчання, вони розраховані саме на читання у родинному колі, де не всі є віруючими, а їх читачі поступово залучаються до віри, зокрема вчаться сприймати її як природну потребу свого духовного життя¹¹.

8. Екуменічні видання, яких доволі обмаль, а ті, що існують, переважно орієнтуються на одну релігію, не акцентуючи увагу на її конфесійних особливостях (наприклад, бюлетень Спільноти християн Острозької академії «Альтернатива»). Така мас-медійна продукція не залежить від накладу.

Аналізуючи релігійну пресу, не можна обійти увагою ті види комунікації, які є домінуючими, а отже, і ефективними у періодиці. На нашу думку, тут доречно виділити способи комунікації, притаманні взагалі для преси як такої:

- невербальна комунікація («Вартова башта», журнал «Спільна мова», «Вікторія Ра»);
- художні оповідання (журнал «Свічник», євангельська газета м. Запоріжжя «Християнське життя», «Отрок.ua»);
- туристична подорож (журнал «Areion+»); біографії (газета «Къырым къарайлар»);
- інтерв'ю («Вісник прес-служби УПЦ», «Рівненщина релігійна», «Христос є відповідь», «Credo», «Відродження», «Місіонар», «Дім Прабхупади»).

Також релігійна преса має специфічні способи комунікації, пов'язані із канонічними текстами, віросповідною літературою:

- монолог/діалог («Волення з Волині», «Вікторія Ра»);
- проповідь (мусульманська газета «Мінарет»);
- сповідь/свідоцтво/спомин (журнал «Милість та істина», «Церковна православна газета», «Волення з Волині», «Credo»);
- молитва/подяка за молитви («Вікторія Ра», часопис УГКЦ «Місіонар»).

Окремо можна назвати такі інституційні способи комунікації, як жур-

нал засідань інституційних органів церкви (наприклад, «Православний вісник») та статистична інформація, протоколи, заяви (наприклад, «Інформаційний бюлетень УПЦ КП»).

Особливу увагу потрібно звернути також на поетичне слово, як потужний транслятор емоцій, переживань, символів, образів. Через вірші часто передається містична релігійна комунікація. До речі, поетичні рубрики присутні у журналах та газетах, які мають метою не передання емоцій, а інформування, пояснення, переконання. Наприклад, до таких видань належать: журнал «Віра і життя», журнал «Твій шлях», журнал «Милість та істина», газета християнської церкви «Жизнь с избытком» м. Запоріжжя «Нове творіння», бюлетень «Православний голос Люблина», газета «Голос надії», газета «Перед лицем Бога», журнал «Вікторія Ра» вирізняється своєю поетичністю, перш за все, у зв'язку із особливостями діяльності «Космічного Полімістецтва Третього Тисячоліття Вікторії Преображенської», журнал «Areion+», «Слово про слово», іудейський художньо-публіцистичний альманах «Ступець».

Отже, проаналізувавши релігійну пресу за допомогою кількісних та якісних характеристик, можна констатувати: друкована релігійна комунікація має багато варіантів, вона різнопланова у релігійних, технічних, смислових аспектах; вона затребувана серед віруючих та актуальна, оскільки кількість періодичних видань постійно зростає; одночасно, більшість релігійних журналів та газет орієнтовані на вузьке коло віруючих, представляють інтереси конкретного релігійного напрямку, не зацікавлені у екуменічності поглядів своїх читачів.

Технічні характеристики релігійної преси (інституційна приналежність, наклад, технічна якість, адресованість, домінуючі види комунікації) свідчать, що тут релігійну комунікацію вирізняє її матеріальний характер. Одночасно якість періодичних видань не завжди залежить від їх накладу, релігійної та інституційної приналежності. Релігійна преса актуальна та має попит як серед віруючих, так і серед керівництва релігійними організаціями, про це свідчить постійне зростання кількості періодичних видань (звичайно, це ще не свідчить про якісний бік такої комунікації).

- ¹ Балаклицький М. Медіатизація протестантизму в Україні 1991-2010 років: монографія. – Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2011. – С. 21.
- ² Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.philol.msu.ru/~forlit/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm.
- ³ Больц Н. Азбука медиа. – М.: Издат. «Европа», 2011. – С. 25.
- ⁴ Головлева Е. А. Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебное пособие. – М.: Академический проект; Деловая книга, 2009. – 352 с.
- ⁵ Інформаційна робота Православної церкви – одна з тем на Форумі «Новомедіа» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novomedia.ua/node/1483>.
- ⁶ Там само.
- ⁷ Антошевський Т. Релігійні мас-медіа в Україні // Релігійно-інформаційна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/analytic/9808/.
- ⁸ Гурьєва С. А. Типологічні особливості релігійної преси Східної України // Вісник СумДУ. Серія філологія. – № 1. Том 1, 2007. – С. 21.
- ⁹ Колесніченко У. Християнські дитячі журнали сучасної України // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Розділ П. Журналістика. – Луцьк: ВНУ, 2010. – № 21. – С. 119.
- ¹⁰ Давидченко Т. С. Структурно-функціональні особливості преси для дітей періоду незалежності України: автореф. дис. ... канд. наук із соц. ком: 27.00.01; Київ, нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2008. – 16 с.
- ¹¹ Гурьєва С. А. Типологічні особливості релігійної преси... – С. 23.