

ОСНОВНІ АКЦЕНТИ РЕЛІГІЙНО-ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УКРАЇНІ НА ПОЧАТКУ 2019 р.: МЕДІЙНИЙ ВІЯВ

У статті розглянуто релігійно-політичну комунікацію в медійному полі України на початку 2019 р., оскільки саме в цей період відзначається її найбільша активність, зумовлена перед-виборчою кампанією 2018–2019 рр. Проаналізовано контент ЗМІ, звернення очільників християнських конфесій і мусульманських духовних лідерів до виборців та кандидатів у президенти, вітальні адреси переможцю з погляду використання в одному контексті релігійної й політичної складових. Встановлено медійний інтерес до програм і агітаційних матеріалів учасників виборчих перегонів щодо використання в них теми релігії, а також до публічної самопрезентації політиків у цій сфері. Виокремлено нове явище в інформаційному просторі – «пам'ятки» для виборців і кандидатів, підготовлені церквою на засадах християнських цінностей.

Ключові слова: релігійна тематика, виборча кампанія, релігійна складова в політичному дискурсі, релігійно-політична комунікація.

I. Вступ

Експерти, посиляючись на законодавчу базу, часто говорять про те, що держава і церква мають бути відокремлені одна від одної, однак зауважимо, що абсолютної їх автономії досягти неможливо. Світова історія знає багато прикладів, коли цей зв'язок знаходив вияв у тій чи іншій формі, був прямим і опосередкованим. По-перше, це залежить від тих історико-політичних умов і реалій, у яких століттями відбувалось становлення держави й церкви. Наприклад, відомий факт втручання англійського короля Генріха VIII у церковні справи (у 1534 р. розірвав відносини з папством, оголосив себе главою державної церкви Англії); підпорядкування Київської митрополії Московському патріархові в 1686 р. через тиск світської влади на Константинопольського патріарха Діонісія IV; релігійно-політичні «гойдалки» російських імператорів, пов'язані зі скасуванням-відновленням в Україні унійних єпархій і метрополій та їх насильницьким приєднанням до православної церкви тощо. По-друге, навіть якщо держава і церква прямо не втручаються в справи одна одної, зв'язок між ними буде простежуватись опосередковано – в оцінних характеристиках, які церква може надавати певним політичним силам чи окремим політичним лідерам з питань моралі (наприклад, ставлення до абортів або ЛГБТ-ідеології), що, у свою чергу, позначатиметься й на електоральних уподобаннях. Наприклад, причини поразки Х. Клінтон у виборчій кампанії президента США в 2016 р. аналітики з-поміж іншого вбачали також і в ігноруванні переконань релігійних американців. Або ж пояснювали голосування католиків США за конкретного кандидата їх очікуванням від нього більшого позитиву для своєї громади (так звана «католицька проблема», яку активно озвучували медіа США).

Отже, питання комунікації церкви і держави, взаємозв'язку релігійного й політичного життя завжди були та залишаються актуальними та дискусійними. Відтак вибір теми дослідження був зумовлений особливостями президентської виборчої кампанії 2018–2019 рр. в Україні, зокрема використанням усіма кандидатами релігійної тематики, що, безперечно, знаходило медійний вияв, а також поглядами конфесій щодо виборів, які активно висвітлювали конфесійні і світські медіа-ресурси на початку 2019 р.

II. Постановка завдання та методи

Мета статті – проаналізувати релігійно-політичну комунікацію в медійному полі України на початку 2019 р. за двома напрямками: повідомлення в ЗМІ з релігійної тематики та зміст звернень очільників християнських конфесій і мусульманських духовних лідерів до виборців та кандидатів у президенти, а також вітальних адрес переможцю й зустрічей з ним з погляду використання в одному контексті релігійної та політичної складових.

Для цього було поставлено такі **завдання**: визначити змістові акценти медіаповідомлень на релігійну тематику в період виборчої кампанії та після виборів; розглянути тексти звернень і привітань лідерів церков та духовних об'єднань з погляду використання політичної складової; встановити особливості релігійно-політичної комунікації на початку 2019 р.

Основою дослідження є інформаційний підхід; метод аналізу наукової літератури (використано для загального вивчення предмета, виявлення рівня теоретичного вивчення такого аспекту релігійної журналістики, як релігійна та політична комунікація в українських ЗМІ) та контент-аналізу.

III. Результати

Проблемам релігійної журналістики в Україні присвячують свої праці такі дослідники, як А. Бойко, М. Балаклицький, Н. Гадьо, І. Скленар, А. Смуць та ін. До кола їх наукових інтересів входить вивчення ролі та місця релігії й церкви в медійній картині світу, застосування комунікативного потенціалу конфесійних ресурсів (як традиційних, так і мережевих), релігійна тематика у світських ЗМІ, використання «мови ворожнечі» в медіа під час висвітлення позицій або дій окремих конфесій, просування чужої ідеологічної концепції тощо. З-поміж зарубіжних науковців відзначимо праці таких науковців, як S. Hoover, A. Adamski, K. Marcuński, які вивчали релігійну комунікацію та медіа, «релігію в новинах» в американському публічному дискурсі, а також образ церкви в пресі, його трансформацію та залежність від історичної епохи й соціально-політичної ситуації.

Від початку виборчої кампанії та після неї в українських медіа з'являються повідомлення, які так чи інакше стосуються позиції учасників виборчих перегонів щодо основоположних питань релігійної сфери, та коментарі представників різних церков з приводу виборів в Україні. Загалом аналіз контенту медіа-ресурсів дає змогу виокремити окремі групи тем та визначити змістові акценти повідомлень: 1) аналітичні матеріали, які пропонують світські медіа та які присвячені огляду програм і агітаційної продукції кандидатів на найвищу посаду в країні з погляду використання релігійної складової; 2) повідомлення світських і конфесійних ресурсів, які висвітлюють звернення політиків та голів церков до громадян з приводу проведення виборів і їх «моральної складової» (тут можна виділити дві підгрупи: а) загальна риторика про відкрите й справедливе проведення виборів; б) інформація про пам'ятки для виборців-християн і політиків); 3) матеріали, що містять «мову ворожнечі» стосовно політиків і конфесій; 4) «післявиборчі» матеріали: повідомлення про участь у голосуванні очільників християнських церков, вітальні адреси переможцю виборчих перегонів від церковних лідерів, висвітлення у ЗМІ їх зустрічей тощо.

Стосовно першої групи медіа-повідомлень відзначимо, що цікавий аналіз позицій найбільш відомих учасників президентських виборчих перегонів 2018–2019 рр. щодо церкви в Україні, які вони озвучували в інформаційному полі протягом виборчої кампанії, запропоновано на сайті «24-го» каналу [1]. Узагальнюючи матеріали публікації, умовно розподілимо думки політиків з цього питання на три групи: обережні, демонстраційні й опозиційні. Одразу зауважимо, що постійні трансформації в житті країни зумовлюють електоральні очікування, які, у свою чергу, слугують певним орієнтиром для політичних лідерів. Останніми роками в медіа-просторі активно артикулювали питання здобуття автокефалії, об'єднання церков, звільнення від російського впливу в духовній сфері або ж, навпаки, питання «утисків церкви», «дискримінації за релігійною ознакою», тому вони знаходили вияв і в програмах кандидатів, адже в контексті виборів викликали особливий інтерес електорату.

Отже, перша група кандидатів свої погляди висловлювала не категорично і дещо розмито, щоб, по-перше, не «відлякати» потенційних симпатиків з-поміж виборців, а по-друге, щоб не «лити воду на чужий млин», тобто не давати схвальних відгуків щодо поглядів або досягнень конкурентів. Так, основні меседжі цих кандидатів в інформаційному полі були такими: «процес об'єднання не завершений», «від президента патріархія не залежить», «церковна автокефалія важлива для країни, хоча особисті розмови з Богом не потребують посередників, віра і релігія – різні речі»; «центральна та місцеві влади мають повернути церкві майно, землі та святині, які вилучалися протягом радянської доби», «відновлення історичної справедливості; питання віри – поза політикою». Друга група наголошувала, що «томос про автокефалію та створення Православної церкви України – це основні здобутки і міцний фундамент». Третя (опозиційна) група артикулювала такі тези: «скасувати “обмеження свободи думки та совісті”», «невтручання держави в питання церкви»; «відокремлення церкви від держави», «заборонити втручання держави в життя релігійних громад та релігійне рейдерство – захоплення храмів».

На сайті «Радіо свобода» також вдаються до аналізу релігійної складової в політичному дискурсі, акцентуючи, зокрема, увагу на таких основних «маркерах»: участь у процесі створення незалежної помісної православної церкви в Україні і демонстрація результатів; переконування, що томос для України – це втручання держави в релігійні справи; показове відвідування політиками богослужінь і молебнів; участь у доставлянні до України та в окремі її міста благодатного вогню напередодні Великодня; привітання з боку політиків до релігійних свят тощо [4].

Окрему групу матеріалів становлять повідомлення на конфесійних або світських медіа-ресурсах, у яких і політики, і представники церков наголошують на важливості «моральної складової» під час проведення виборів. Тут ми можемо виокремити дві підгрупи. Перша – це загальна релігійно-політична риторика в медійному просторі як від політиків, так і від церковників: «проведення виборів без насилля», «проведення чесних і відкритих виборів», «духовна відповідальність за долю і розвиток нашої країни», «відповідальний вибір» тощо («Православна Церква України буде молитися за чесні вибори» (телеканал «Zik»), «У храмах ПЦУ запровадили спеціальну молитву про вибори президента» (сайт «Громадське телебачення»), «Релігійні та громадські діячі закликали провести триденну молитву за чесні вибори» («Цензор.нет»), «В УГКЦ

проголосили Рік молитви за чесні та справедливі вибори 2019 року» (інформаційний ресурс УГКЦ), «Звернення з нагоди виборів Президента України 2019 року» (сайт Ради євангельських протестантських церков України), «Звернення Конференції римсько-католицьких єпископів України з приводу виборів Президента України» (сайт Львівської архієпископії Римсько-католицької церкви в Україні), «Звернення ДУМУ «УММА» до виборців та кандидатів на президента» (сайт Духовного управління мусульман України «УММА») тощо. Другу підгрупу публікацій у медіа становлять повідомлення про розроблені УГКЦ пам'ятки для виборців-християн і політиків.

Що стосується повідомлень першої підгрупи, то, незважаючи на те, що в текстах відсутня агітація за конкретних кандидатів, вони містять не лише духовну складову (інформація про молитовні практики для справедливого й усвідомленого вибору чи дотримання кандидатами моральних засад у своїй агітації) або дані щодо релігійного життя (збереження об'єднаної ініціативи за ПЦУ, сподівання на релігійні права та свободи всіх конфесій, толерантні міжконфесійні стосунки), але й певною мірою торкаються також політичної сфери. Зокрема, окреслюють для потенційного переможця президентських виборів важливі політичні вектори, як-от: курс України на європейську інтеграцію, духовна безпека нації та підтримка ПЦУ як державотворчого чинника, захист від дискримінації за релігійною ознакою, від зовнішньої агресії, звільнення тимчасово окупованих територій Криму та Донбасу, захист військовополонених, незаконно ув'язнених тощо. Це з-поміж іншого є підтвердженням тези про те, що церква в державі не існує ізольовано і не може не реагувати на історично-політичні виклики. Цікаво, що католицькі й протестантські церкви меншою мірою виділяють політичні питання у своїх зверненнях, тоді як православні й мусульмани частіше наголошують на них в інформаційному просторі. На нашу думку, це можна пояснити тим, що трансформації у сфері релігії та геополітичній сфері найбільше торкнулися саме цих конфесій, тому є для них особливо актуальними: становлення ПЦУ в умовах протистояння з УПЦ МП, анексія Криму та утиски мусульман тощо.

Що стосується другої підгрупи, то матеріали медіа-ресурсів пропонують лише факти (без коментарів) – новину про запропоновані Синодом УГКЦ критерії вибору кращого президента та вимоги до політиків щодо дотримання християнських цінностей («Пам'ятка про усвідомлення відповідальності за власний голос» та «Пам'ятка політика-християнина щодо зобов'язання дотримуватися християнських цінностей у своїй політичній діяльності») [2; 3]. При цьому важливо звернути увагу на зміст самих рекомендацій від УГКЦ: «Християнин не може підтримувати кандидатів і політичні сили, які нехтують Божими заповідями і євангельським вченням про недоторканість людського життя від зачаття до природної смерті, про цінності сім'ї як нерозривного союзу чоловіка і жінки...» [2]. У такій комунікації церкви і суспільства виокремлено важливі духовні аспекти, які, у тому числі, належать і до питань соціальної політики в її широкому розумінні (зокрема, ставлення до абортів та ЛГБТ-спільнот). Це ще раз підтверджує тезу про існування опосередкованого зв'язку між релігією та політикою, вже висловлену нами у вступі: ставлення до кандидата, а відповідно, і здійснення вибору на його користь, може залежати від того, настільки точно він буде резонувати з переконаннями релігійних українців.

Третю групу становлять публікації, які містять «мову ворожнечі» і щодо конфесій, і щодо окремих політиків, звинувачення в агітації за окремого кандидата тощо (наприклад, стаття «Надійтеся на князі? Або За кого голосувати православним» на сайті «Союз православних журналістів») [5]. Сюди ж можна віднести й ті публікації, які виносять у заголовки (у тому числі й для привернення уваги інтернет-користувачів через їх сенсаційність) викривлені факти, які не відображають реального змісту публікацій. Наприклад, коли в матеріалах ідеться про звернення до Всеукраїнської ради церков виступити із закликом про проведення виборів без насильства й про досягнення суспільної злагоди, то в заголовки винесено інформацію про примусову молитву церкви за перемогу конкретного кандидата або прохання до церкви «вплинути на проведення виборів».

Четверта група – це зазвичай «післявиборчі новинні повідомлення» у ЗМІ, наприклад, про участь у голосуванні лідерів християнських церков. Примітно, що світські медіа виявили зацікавленість в основному до ПЦУ (зокрема, про це повідомили «Цензор.нет», «Znaj.ua», «theБабель», «Деро.ua», «Укрінформ» тощо); офіційні інформаційні ресурси УПЦ МП повідомили про голосування свого очільника («Ріход»). Крім того, до цієї групи також входять публікації про офіційні привітання церковних лідерів і духовних мусульманських об'єднань переможця виборчих перегонів та висвітлення їх офіційних зустрічей з ним. Матеріали загалом мають нейтральний характер, однак не позбавлені «політичних крапель». Так, українські медіа обов'язково озвучують тези церковних лідерів щодо політичних питань, зокрема, крім закликів до дотримання Президентом християнських цінностей у своїй діяльності, виокремлено такі меседжі: про «захист свободи, єдності та територіальної цілісності України», про необхідність «боротьби з корупцією та бідністю», про «дотримання рівного ставлення держави до різних конфесій» тощо. На окремих ресурсах у вітальних промовах подано коментарі й оцінні судження деяких церковних лідерів як України, так і Росії («відновлення порядку» у релігійній сфері), «завершення скорботного періоду утисків і дискримінації громадян України, які належать до Української православної церкви» (МП) тощо).

IV. Висновки

Отже, у ході дослідження виявлено інтерес ЗМІ до програм та агітаційних матеріалів учасників виборчих перегонів з погляду використання релігійної складової, а також до публічної самопрезентації політиків у сфері релігії. Як правило, медіа звинувачують політиків у піарі на релігійній тематиці та маніпуляціях завдяки довірі населення до церковних інституцій. Окремі публікації на релігійно-політичні теми містять «мову ворожнечі», маніпулювання заголовками. Новим явищем у медійному просторі стали звернення лідерів християнських конфесій до виборців і кандидатів та «пам'ятки» для них. Тексти окремих звернень і привітань очільників церков та духовних мусульманських об'єднань переможця виборчих перегонів містять, крім закликів до дотримання християнських цінностей, пунктирне позначення важливих політичних векторів: або як надії на дотримання вже обраних векторів, або як сподівання на їх зміну чи повернення до статус-кво. Як і будь-які інші соціальні інституції, церкви перманентно присутні в суспільному дискурсі, а отже, активно реагують на всі його виклики й трансформації. Здійснюючи комунікацію із суспільством та політиками, у тому числі й у медійному просторі, церкви не розглядають існування конфесій поза державним контекстом, тому активно висловлюють свою думку щодо цього. Політики, у свою чергу, сприймають церкву як своєрідного партнера в комунікації з населенням, який користується в нього високою довірою, а відтак, може сприяти покращенню їхнього іміджу й донести важливі державницькі ідеї. Вважаємо, що доки існують перманентні трансформації в питаннях внутрішньої і зовнішньої політики держави, на які реагують усі соціальні інституції, у тому числі й церкви, доти будуть з'являтися «політичні вкраплення» в релігійній сфері та «церковні вкраплення» в державній політиці.

Список використаної літератури

1. Жолобович І. Майбутнє української церкви: що пропонують кандидати в президенти. «24-й» канал. URL: https://24tv.ua/maybutnye_ukrayinskoyi_tserkvi_shho_proponuyut_kandidati_v_prezidenti_n1114922 (дата звернення 19.02.2019).
2. Козаченко О. Синод греко-католицької церкви опублікував передвиборчі пам'ятки для парафіян. Їх зачитують у храмах за тиждень до виборів. *theБабель*. URL: <https://thebabel.com.ua/news/25796-sinod-ugkc-zaklikav-svojih-parafiyani-priyti-na-vibori-i-progolosuvati> (дата звернення 14.02.2019).
3. Синод УГКЦ опублікував передвиборні пам'ятки для виборців і кандидатів. *Лівий берег – LB.ua*. URL: https://ukr.lb.ua/news/2019/02/14/419738_sinod_ugkts_opublikuvav_peredviborni.html (дата звернення 14.02.2019).
4. Суха Н. Вибори-2019. Дивись, молись, голосуй: як політики маніпулюють релігією. *Радіо свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29736448.html> (дата звернення 28.01.2019).
5. Шемлюк К. Надійтеся на князі? Або За кого голосувати православним. *Союз православних журналістів*. URL: <https://spzh.news/ua/zashhita-very/61373-nadejtesya-na-knyazi-ili-za-kogo-golosovaty-pravoslavnym> (дата звернення 10.04.2019).

References

1. Zholobovych, I. (2019). Maibutnie ukrainskoi tserkvy: shcho proponuiut kandydaty v prezydenty [The future of the Ukrainian church: what proffer the candidates for the presidency]. *24-i» kanal*. Retrieved from: https://24tv.ua/maybutnye_ukrayinskoyi_tserkvi_shho_proponuyut_kandidati_v_prezidenti_n1114922 (in Ukrainian).
2. Kozachenko, O. (2019). Synod hreko-katolytskoi tserkvy opublikuvav peredvyborchi pamiatky dlia parafiiian. Yikh zachytaiut u khramakh za tyzhden do vyboriv [The Ukrainian Greek Catholic Church Synod has published pre-election 'reminder leaflets' for parishioners. They are read in temples one week before the election]. *theBabel*. Retrieved from: <https://thebabel.com.ua/news/25796-sinod-ugkc-zaklikav-svojih-parafiyani-priyti-na-vibori-i-progolosuvati> (in Ukrainian).
3. Synod UHKTs opublikuvav peredvyborni pamiatky dlia vybortsiv i kandydativ (2019) [The Ukrainian Greek Catholic Church Synod has published pre-election 'reminder leaflets' for voters and candidates]. *Livyi bereh – LB.ua*. Retrieved from: https://ukr.lb.ua/news/2019/02/14/419738_sinod_ugkts_opublikuvav_peredviborni.html (in Ukrainian).
4. Sukha, N. (2019). Vybory-2019. Dyvys, molys, holosui: yak polityky manipuliuiut relihiieiu [Elections-2019. Look, pray, vote: how politicians manipulate religion]. *Radio svoboda*. Retrieved from: <https://www.radiosvoboda.org/a/29736448.html> (in Ukrainian).
5. Shemliuk, K. (2019). Nadiitesia na knyazi? Abo Za koho holosuvaty pravoslavnym [Put your trust in princes? Or Who the Orthodox should vote for]. *Soiuz pravoslavnykh zhurnalistiv*. Retrieved from: <https://spzh.news/ua/zashhita-very/61373-nadejtesya-na-knyazi-ili-za-kogo-golosovaty-pravoslavnym> (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 03.05.2019.

Козыряцкая С. А. Основные акценты религиозно-политической коммуникации в Украине в начале 2019 г.: медийное проявление

В статье рассмотрена религиозно-политическая коммуникация в медийном пространстве Украины в начале 2019 г., поскольку именно в этот период отмечается ее наибольшая

активность, обусловленная предвыборной кампанией 2018–2019 гг. Проанализирован контент СМИ, обращения глав христианских конфессий и мусульманских духовных лидеров к избирателям и кандидатам в президенты, поздравительные адреса победителю с точки зрения использования в одном контексте религиозной и политической составляющих. Определен медийный интерес к программам и агитационным материалам участников избирательной гонки с точки зрения использования в них темы религии, а также к публичной самопрезентации политиков в этой сфере. Выделено новое явление в информационном пространстве – «памятки» для избирателей и кандидатов, подготовленные церковью на основе христианских ценностей.

Ключевые слова: религиозная тематика, избирательная кампания, религиозная составляющая в политическом дискурсе, религиозно-политическая коммуникация.

Kozyryatska S. Main Emphases of Religious and Political Communication in Ukraine in the Beginning of 2019: Media Expression

Research methodology. The research ground is the information approach; the method of scientific literature analysis was used for the general exploration of the subject, for the detection of level of theoretical study of such aspect of religious journalism, as religious and political communication in the Ukrainian media, and content analysis.

Results. The article discusses religious and political communication in the Ukrainian media in the beginning of 2019, as it is then that its main activity, determined by the election campaign of 2018–2019, is noticed. Two aspects were taken into account for the analysis: religious content in media, and details of claims and communications issued by the heads of Christian denominations and the Muslim spiritual leaders to voters and candidates for presidency (or to the newly elected President). The research enabled to define the interest of mass media to the programs and propaganda materials of the campaigners with the view of the employment of the religious component, as well as to politicians' public self-presentation in the religious sphere.

While communicating both with the society and politicians in the media, different denominations do not view their interests separately from the national ones, since, as any other social institution, they are permanently present in the social discourse, actively reacting to all the present-day challenges. Politicians, in their turn, view church as a partner in the religious and political communication or as a tool of impact owing to high level of its credibility.

«Political markers» in the religious sphere and «church markers» in political sphere will be present in the Ukrainian context while the state is undergoing complex geopolitical transformations and internal policy alterations.

Novelty. For the first time discusses religious and political communication in the Ukrainian media in the beginning of 2019 and its peculiarities are defined.

The practical significance. The results of the research may serve as a theoretical basis for the further study of problems religious journalism.

Key words: religious subject, election campaign, religious component in political discourse, religious and political communication.