

Інформаційна безпека України та релігійна інформація в медіа (на матеріалах публікацій 2014-2016 р.)

Бойко Алла

Доктор філологічних наук

Професор кафедри соціальних комунікацій

Інституту журналістики, Київського національного університету імені Тараса Шевченка

У контексті інформаційної безпеки України традиційно не розглядається релігійна інформація. Ця позиція ґрунтується на тезі про відокремленість церкви від держави. Проте необхідно зважати на той факт, що релігійні організації не можуть бути відокремлені від суспільства. Інформація про релігію все частіше з'являється в суспільно-масових і суспільно-політичних медіа, отже, впливає на формування громадської думки, поглядів, інтересів, переконань великих аудиторних груп.

Дослідники Інституту релігійної свободи опублікували дані, які свідчать про те, що церква, як суспільна інституція, користується найбільшою довірою серед українського населення (58,8%). Відповідно, медіа, які виходять під егідою релігійних організацій, теж користуються довірою аудиторії. Але лише релігійними проблемами більшість із указаних ЗМІ не обмежуються. Редакційні колективи і автори приділяють багато уваги суспільним проблемам, а також питанням зовнішньої і внутрішньої політики.

В умовах гібридної війни, яка ведеться проти України, деякі періодичні видання, асоційовані з УПЦ МП і РПЦ, Предметом дослідження стали газети «Русь триєдина», «Мир», сайти «Белый Харьков», «Православний вибор», «Русский дозор», деякі інші видання. Відзначимо, що ця періодика має спільні теми, проблеми, наявний передрук матеріалів. В названих сайтах часто є посилання на матеріали інтернет-порталу «Русь православная» (Санкт-Петербург). Більшість із цих видань об'єднана гаслом:

«Самодержавство, православ'я, народність», який наявний на головній сторінці. Це гасло є доміантним складником ідеологемі «руського міра», втім, уже перше слово суперечить конституційному ладу в Україні. Аналізуючи контент представлених медіа в інших наших роботах, виокремимо кілька доміант, які вважаємо концептуальними для вказаної періодики в аспекті пропаганди «руського міра»:

- продукування і закріплення в свідомості аудиторії вказаних медіа міфу про спільну історію та єдність України, Росії і Білорусі (Малої, Великої і Білої Русі в інтерпретації авторів публікацій);
- пропаганда ідеї самодержавства в союзі, основу якого, на думку авторів указаних матеріалів, мусять складати названі країни;
- закріплення в масовій свідомості міфу про позитивну історичну роль самодержця, який уособлювався в царі Миколі II
- акцентуація самодержавницької влади як тієї, що надана Богом;
- пропагандистська кампанія по дискредитації інших конфесій у ЗМІ, заклики до репресій щодо релігійної організації та окремих осіб, ін.
- використання «мови ворожнечі» щодо представників інших конфесій, політичних партій, етноконфесійних груп, національностей.

До свідомості аудиторії міфічна концепція єдності в «руському міре» доводиться методом багатократного повторення цієї ідеї в різних за тематикою публікаціях. Інтерпретація історичних подій має елементи правди, проте

автори цих публікацій часто спираються на тенденційно підібрані факти. Для досягнення пропагандистського впливу в указаному аспекті застосовується технологія культу особи(нині цей міф модифікується таким чином: будь-який представник династії Романових – Сталін – Путін). Образ ворога є однією з найефективніших технологій, яка дозволяє об'єднати різні прошарки населення проти загрози. Тема війни постійно наявна в названих ЗМІ. Є два варіанти її розвитку: висвітлення подій Другої світової війни (в аспекті перемоги СРСР над нацизмом) і в сучасній інтерпретації – у висвітленні військових подій на Донбасі. В межах цієї роботи неможливо назвати всі комунікаційні технології, що використовуються у вказаних медіа, можемо лише відзначити метод відволікання, «інформаційного шуму», психологічного примусу, інформаційного насильства та ін.

Знайомство із контентом указаних медіа дозволяє нам висунути гіпотезу – певна частка публікацій має пропагандистське навантаження, вістря якого спрямоване проти української ідентичності, державності, суверенності. Це спонукає до висновку про те, що редакційні колективи намагаються маніпулювати аудиторією і нав'язувати їй політичні ідеї, закамують під православ'я.

Мусимо відзначити, що ідеологема «руського мира» популяризується також у деяких суспільно-масових виданнях саме в контексті релігійної тематики. Особливо яскраво це виявилось у 201-2106 р. у висвітленні ключових подій релігійного життя – публічні заходів, пов'язані з демонстрацією в Україні ікон і мощів святих, які вважають чудотворними (в медіа ці акції іронічно називають «гастролі ікон»); привезення із Афону в Київ сакральної пам'ятки, яка отримала назву «Дари волхвів» (24 - 30 січня 2014 р.) і Всеукраїнської хресної ходи,

організованої УПЦ МП на честь хрещення Київської Русі (липень 2016 р.).

1. Маніпулятивні комунікаційні технології, що використовуються у засобах масової інформації, призводять до викривлення уявлень про дійсність, до створення псевдо-реальності, що суперечить журналістським стандартам і призводить до хибного розуміння подій, яке формується в аудиторії медіа, до підміни релігії та віри політичними цілями. Наслідком цих дій є те, що певна частина суспільства не розуміє сенс духовно-релігійних цінностей.

2. Аналіз маніпулятивних технологій дозволяє дійти висновку, що більшість засобів впливу, які використовуються у медіа УПЦ МП, є «чорними» (за класифікацією І.Дзялошинського); вони ґрунтуються на відволіканні уваги від справжніх цілей тих, хто маніпулює (або намагається маніпулювати).

3. Ми не вважаємо цензуру ефективним засобом протидії пропаганді. Для запобігання маніпулюванню громадською думкою необхідно актуалізувати просвітницько-пропагандистську роботу, яка в умовах сьогодення можлива лише в засобах масової інформації. Для цього, вважаємо, треба систематично подавати інформацію в ЗМІ про вирішення і трактування суспільних проблем із позицій релігії і Церкви

4. Інформаційна війна, яка ведеться проти України та релігійних організацій, змушує чинити опір, який можливий лише при створенні розгалуженої системи засобів масової інформації, розрахованої на різні аудиторні прошарки. Має бути створена система медійного реагування на всі процеси і явища, які виникають в духовно-релігійній сфері. Перспективним у даному напрямку вважаємо підготовку медійних працівників, спеціалістів із зв'язків із громадськістю, які б могли фахово виступати проти маніпулювання суспільством і перемогти в «інформаційній війні», яка ведеться на «релігійному фронті».