

А. А. БОЙКО

«Православні медіа» і проблема інформаційного захисту українського суспільства

Досліджуються друковані і електронні медіа, які позиціонуються як православні. Аналізуються головні теми і ідеї; завдяки певним комунікаційним технологіям доводиться пропагандистське підґрунтя аналізованих медіа.

Ключові слова: православні медіа, комунікаційні технології, пропаганда, «русский мир».

We study the printed and electronic media, are positioned as Orthodox. Analyzed major themes and ideas; by certain communication technologies is proved by propaganda basis the media.

Keywords: Orthodox media, communications technology, propaganda, «Russian world».

Актуальність. Інформаційна війна, яка ведеться владою РФ проти України, має на меті побудову «русского мира», одним із складників якого є православ'я в тому його сенсі, який пропонується (або, точніше, профанується) ідеологами Кремля. Ідеї «русского мира» поширюються різними видами медіа, які виконують не лише інформативні, а й пропагандистські функції. Приховати пропаганду політичних ідей під православною риторикою – ідея не нова, вона активно просувалась у деяких газетах і журналах кінця ХІХ – початку ХХ ст.¹.

Звернемось до характерних ознак пропаганди, зафіксованих і сформульованих С. Чакоциним, провідним ученим ХХ ст., який вивчав психологію поведінки мас.

- Відсутність альтернативних джерел інформації;
- Контроль і селекція інформації;
- Відсутність зворотного зв'язку (монологізм);
- Орієнтація на стереотипи аудиторії;
- Спроби змінити переконання і поведінку аудиторії;
- Максималізація частоти повторення інформації, як створюється концептуальною однотипністю джерел².

Ці ж методи ознаки спостерігаються сьогодні у названому медіа сегменті.

Необхідно наголосити на тому, що сутність пропаганди – це прихований масований вплив, який чиниться на суспільство, в нашому випадку – на аудиторію ЗМІ. Проте метою пропагандистів є не лише формування суспільної думки, а, в першу чергу, маніпуляція поведінковими моделями споживача інформаційної продукції. Більшість дослідників зазначають, що для ефективної пропаганди необхідно використовувати базові технології, а саме, емоційний вплив, спрощення інформації, апелювання до потреб аудиторії, атаку на опонентів та інші, які будемо розглядати у цій роботі. Теоретичною основою стали праці українських і закордонних дослідників, в яких висвітлено прийоми, методи, технології масової пропаганди³.

Мета представленої роботи – висвітлити пропагандистські методи і технології, які є чинниками впливу на аудиторію; виявити медіа, що декларуються як релігійні, проте мають ознаки джерел пропагандистського впливу; визначити домінанти, на яких базується ідеологія «русского мира».

Предметом дослідження стали газети «Русь триединая», «Мир», сайти «Белый Харьков», «Православний вибор», «Новороссия», «Русский дозор», «Стояние за истину» та деякі інші видання. Необхідно відзначити, що вказані медіа декларуються як православні, проте не церковні, більшість із них декларує належність до «Союзу русского народа» і об'єднані гаслом «Самодержавство, православ'я, народність», який наявний на головній сторінці. Зв'язок із релігією і церквою підкреслюється публікаціями з духовно-православної тематики, певними рубриками (наприклад, на сайті «Новороссия» це рубрики: «Православ'я», «Екуменізм», «Хресний хід» та ін.); в дизайні всіх указаних видань наявна церковна атрибутика: ікони, хрести, малюнки і фотографії храмів і святих місць. Тематика публікацій майже стосується різних граней релігії; лексика насичена християнською термінологією.

Знайомство із контентом указаних медіа дозволяє нам висунути гіпотезу – певна частка публікацій має пропагандистське навантаження, вістря якого спрямоване проти української ідентичності, державності, суверенності. Для доведення цієї гіпотези проаналізуємо матеріали, в яких висвітлюються та інтерпретуються суспільно-політичні події. Вказані публікації класифікуємо за такими тематичними напрямками:

- пропаганда ідеї самодержавства в союзі, основу якого, на думку авторів указаних матеріалів, мусять складати Україна, Росія і Білорусь (Мала, Велика і Біла Русь, користуючись лексикуою авторів публікацій в зазначених медіа);
- закріплення в масовій свідомості міфу про позитивну історичну роль особи, яка має державну владу;
- критика євроінтеграційного шляху розвитку України і революційних подій, пов'язаних із цим напрямком суспільного розвитку.

Звернемось до першої визначеної нами домінанти: псевдоісторичний міф про спільну історію та єдність України, Росії і Білорусі, який найчастіше реалізується в художньо-публіцистичних жанрах (віршах, коротких оповіданнях, цитатах, листах в редакцію та ін.), в яких переважає емоційний складник. Пропагуванню самодержавства присвячені такі статті: «Самостийна Україна» или Единая Русь: исторические документы о едином Русском народе в Малой и Великой Руси, его борьба за общую государственность стояние за истину» («Стояние за истину»), і «Летописи обличают ложь об «Украине-Руси» («Русский дозор»), «Россия, Путин, Гегемония» («Русский выбор»), опитування, пропоноване на сайті «Белый Харьков»: «Единая власть, благословенная Богом, кроме теократии – Православна монархія» (аудиторії пропонується відповісти «так» або «ні») та багато інших.

До свідомості аудиторії міфічна концепція єдності доводиться методом багатократного повторення цієї ідеї в

різних за тематикою і жанрах публікаціях. Також повторення цієї ідеї наявне у публікації деяких художніх творів. Найчастіше це фрагменти з творів О. Пушкіна, Ф. Тютчева, М. Волошина, і вислови Ф. Достоевського, вирвані з контексту, а також віршовані рядки сучасних авторів.

На сайті «Стояние за истину» використана поширена пропагандистська технологія пророцтв, це, наприклад, такі публікації: «Астролог Тамара Глоба предсказывает Украине распад на пять частей» і «Схимонахиня Нила - Пророчества о России». В останній статті йдеться про імперію, частиною якої має стати Україна. Таким чином, доходимо висновку, що автора цих публікацій спираються в основному на емоційне сприйняття інформації, використовуючи художньо-публіцистичні жанри і «пророцтва».

Втім, сама ідея єдності названих країн не є самодостатньою, вона необхідна як питоме тло для просування концепції самодержавства. Для закріплення необхідності цієї форми державного управління в свідомість аудиторії названих медіа втілюється відомий біблійний вислів, який у цих ЗМІ трактується згідно з синодальним перекладом: «Немає влади не від Бога». Хоча буквальний переклад із грецької: «Не є влада, якщо не від Бога».

В названих медіа вибудовується своєрідна ментальна вертикаль: цар Микола II – Й. Сталін – В.Путін. В публікаціях, присвячених цим особам, використовуються слова-маркери, які характеризують загальнолюдські цінності: любов, патріотизм, християнство, родина, батьківщина, відповідальність, шляхетність, страждання за віру тощо. Ця лексика теж характеризується емоційним забарвленням, разом із тим, аудиторію намагаються переконати в тому, що насамперед дбають про її інтереси і про суспільні потреби.

Таким чином створюється позитивний фон для сприйняття не лише Романових, а й самодержавства. Для досягнення пропагандистського впливу в указаному аспекті застосовується технологія культу особи. Вказана технологія

передбачає героїзацію або надання особливої сакральної сутності будь-якому персонажу шляхом ідеалізації його та оточення. Проте метою технології «культу особи» в аналізованих медіа є не міфологізовані образи Миколи II або Сталіна. Ці персонажі в свою чергу, є тлом для «виправдання» міфічного/медійного образу В. Путіна. Спільними для вказаних осіб/медійних образів є кілька рис – декларований патріотизм і православність, безпомилковість у рішеннях, самодержавство, «батьківська» турбота про Росію (Русь) – «збирання земель», яке в цивілізаційних параметрах трактується як загарбництво, і, головне, боротьба із внутрішніми і зовнішніми ворогами.

У підтвердження нашого висновку можна навести кілька заголовків публікацій в аналізованих медіа: «Я дам России Царя, и все по Вселенной изменится» («Мир», №47 (432) 2013), «Царский русский марш» за будущую Царскую Россию!» («Мир», №5 (441) 2014), «В Донецке пройдет Крестный ход в память Николая Второго» («Русский дозор», 10 жовтня 2013 р) Духовно-патріотичний сайт «Новороссия» має рубрику «За царя!» та ін. Про спадкоємність самодержавства президентом РФ мусить нагадувати фотоілюстративний матеріал до публікації «Наталя Поклонська про Миколу II та його зречення» («Русский дозор», 9 липня 2015 р.) – на першому плані портрет останнього царя, на другому плані – обличчя В. Путіна на телеекрані. Разом із тим, у жодному виданні немає повної інформації про те, чому цар Микола II відмовився від престолу, про історико-політичні наслідки цього акту тощо. Аудиторії подається неповна, спрощена і емоційно-забарвлена інформація, розрахована на експресивне ставлення до проблеми.

У контексті висвітлення теми європейського вибору варто зупинитись на аналізі православно-патріотичної (визначення редакції – А.Б.) газети «Мир». Це друковане видання характеризується красномовними заголовками, які розкривають концепцію публікацій. Наведемо

кілька прикладів мовою авторів: «Євроінтеграція - путь в никуда» («Мир», № 33 (418) 2013 р.), «Похороны Евроассоциации» («Мир», № 47 (432) 2013 р.), «С молитвой о единстве Святой Руси, об умиротворении мятежей и бунтов» («Мир», № 50 (435) 2013 г. «Будем слушать Святых Отцов Церкви, а не майданных болтунов» («Мир», № 47 (432) 2013 р.), «Чего ждать православным от «Европейской Унии»? («Мир», № 05 (441) 2014 р.), «Реальности западной цивилизации – Евромайдан: «Thank you, USA!» і «Прощание с евро-гомо-интеграцией» («Мир», № 46 (431) 2013 р.) та ін. Категоричність і безапеляційність заголовків не надає аудиторії матеріалів для роздумів, отже, вважаємо, робляться спроби маніпулювання думками читачів. Прагнення українців до євроінтеграції трактується як однозначно негативний акт, альтернатива якому – православ'я.

В такому ж концептуальному плані ця тема реалізується на сайті «духовно-патріотичного медіа» «Новороссія». На сайті «Новороссія» функціонує рубрика «НАТО – нет!», де публікуються матеріали проти геополітичного вибору українського народу. Розглянемо публікації, розміщені у рубриці «Екуменізм»: «Англо-саксы прочат Украине «Бельгийское решение»: создание федеративного государства из двух частей – Запада и Востока» («Новороссія», 9 жовтня 2015 р.), «Униаты – опекуны украинского националистического движения» («Новороссія», 4 серпня 2015 р.), «Из антихристианской западной цивилизации выглядывает нос сатаны» («Новороссія», 11 серпня 2015 р.), «Открытое наступление на Русскую церковь» («Новороссія», 21 липня 2015 р.) та ін.

Навіть побіжний аналіз заголовків дозволяє дійти висновку, що редакції вказаних медіа свідомо налаштовують читачів на негативне сприйняття і трактування подій суспільно-політичного життя, в даному випадку, євроінтеграційного вибору України. Проте ніяких позитивних моментів політичного рішення великої частини українського народу вони не представляють. Така позиція зро-

зуміла, коли періодичне видання чітко позиціонує себе як орган політичної сили.

Пропагандистський метод залякування і страху і пов'язаний із ними метод створення образу ворога є однією з найефективніших технологій, яка дозволяє об'єднати різні прошарки населення проти загрози. В даному випадку вказані методи реалізуються як технологія «атаки на опонента». Застосування цих методів можна простежити по заголовкам із аналізованих видань: «Украгестапо арестовало харьковчанку за активність в соцсетях» («Русский дозор», 4 лютого 2015 р.), «Новая фашистская полиция плюет на Конституцию Украины и права человека» («Русский дозор», 9 липня 2015 р.), «Украине объявлен геноцид русского священства» («Стояние за истину», 7 жовтня 2014 р.), «Теракты готовят по всей Украине» («Стояние за истину», 28 липня, 2014 р.), «В оккупированной Константиновке каратели «Донбасса» и УПЦ КП захватили храм» («Новороссия», 17 жовтня 2015 р.), «Украина нашла союзника – ИГИЛу слава!» («Новороссия», 15 жовтня 2015 р.), «СМС священника: Киевские нацисты зачищают населённые пункты «Градами» дотла» («Стояние за истину», 6 липня 2014 р.), «Хунта хватает в армию священников и монахов» («Стояние за истину», 26 липня 2014 р.) та багато інших.

Аудиторії газет і сайтів, які класифікуються як релігійні, пропонують боятись не гріха, гніву Господа або пекельних мук і навіть не представників інших релігій, а ідентифікаційних кодів (інтерпретується як «число Сатани»), впливу Заходу, США, УПЦ КП, католиків і греко-католиків, нарешті, українських військ та всього, що пов'язане з Україною. Всі ці категорії трактуються як «вороги православ'я». Тобто, не вороги влади РФ, і навіть РПЦ, а саме православ'я як світової релігії. Світ у таких медіа поділяється на «ворогів і друзів», «чорне і біле», «православні та всі інші сектанти», «Свята Росія і США» (як варіант, Україна, Грузія, Євросоюз та ін.). Тобто, політичне протистояння трактується як боротьба добра зі злом, а не як конфлікт владних і майнових інтересів.

Варто звернути увагу на використання ще однієї технології, яка отримала назву «прості люди». Найчастіше вона реалізується на електронних носіях інформації, тобто, на сайтах. Це дозволяє «глас народу» зробити більш вірогідним: застосовуються жанри відео-опитувань, аудіо-, відео-інтерв'ю тощо.

На інформаційному порталі «Русь православная» ця технологія реалізується в постійній відео-рубриці «Глас народа», в газеті «Русь триединая» – в листах читачів до редакції та у віршах, тобто, публіцистичних жанрах, в інтернет-виданнях «Русский дозор», «Белый Харьков» та ін. в численних інтерв'ю з ополченцями, які ведуть війну на Донбасі. Всі без винятку публікації насичені емоціями, найчастіше – негативними стосовно України та українського народу і війська. Разом із тим, постаті «ополченців» героїзуються, а сама війна висвітлюється як визвольна. Необхідно відзначити, що в цьому сегменті медіа не приховується, що у війні беруть участь громадяни РФ.

Тема війни постійно наявна в названих ЗМІ. Є два варіанти її розвитку: висвітлення подій Другої світової війни (в аспекті перемоги СРСР над фашизмом, які звужуються до твердження «Сталін виграв війну») і в сучасній інтерпретації – у висвітленні військових подій на Донбасі. Характерно, що в останньому варіанті ця тема реалізується в контексті організаційної функції. Таким чином, можна дійти висновку, що аудиторію готують до відкритого військового протистояння, періодично «призначаючи» ворогів: Україну, Грузію, Євросоюз, США та ін.

Виникає цілком закономірне питання: чому об'єктом для пропагандистських повідомлень вибрана саме аудиторія православних ЗМІ? Відповідь, на нашу думку, можна знати в таких фактах. По-перше, в українському суспільстві високий рівень довіри до релігійних організацій та їх представників; по-друге, численні віруючі з довірою ставляться до медіа, що декларуються як релігійні і в контенті яких використовується церковна лексика і атрибу-

тика в дизайні; по-третє, певна категорія читачів – серед них велика кількість віруючих – схильна некритично ставиться до будь-якої інформації, яка транслюється по телебаченню, на радіо і публікується в друкованих ЗМІ. Є ще кілька моментів, які характеризують аудиторію, а саме – вибір одного або кількох однопланових видань як джерел інформації, що суттєво обмежують картину світу, нездатність і небажання аналізувати публікації. Таким чином, аудиторія релігійних ЗМІ може бути вразливою для пропагандистських матеріалів.

Утім, метою будь-якої пропагандистської акції є не лише переконання, а безпосередні поведінкові реакції. Спроби здійснювати управлінську функцію ЗМІ та керувати поведінкою аудиторії простежуються в контенті вказаних видань. Як приклад, можемо навести заголовки таких публікацій: «Почему молчит Харьков?» («Русский дозор», 14.08.2014 р.) – в статті активно агітують харків'ян до повстання про державної влади; публікуються зразки заяв для відмови від мобілізації із підзаголовком «Важно и актуально для жителей бывшей Украины», проводиться агітація за вступ у батальйон «Святая Русь» для боротьби з «розкольниками» Київського патріархату, українською армією і поліцією; широко рекламується діяльність «Русской православной армии» тощо.

Результати такої медійної діяльності висвітлені у монографії, виданій Інститутом релігійної свободи під назвою «Коли Бог стає зброєю». Автори зазначали: «Переслідування за релігійними переконаннями вочевидь є добре скоординованою політикою та мають сильний православний підтекст. Лише православні віряни Московського патріархату позбавлені переслідувань та можуть вільно займатись релігійною діяльністю. Крім того, православ'я використано повстанцями як ідеологічна основа «розбудови держави», а все, що не має стосунку до руського православ'я, сприймається як вороже»⁴. Висновки. Проаналізовані в цій роботі газети і сайти містять великий

відсоток текстів, які характеризуються ознаками пропагандистських. Православна тематика і відповідна лексика в проаналізованій періодиці слугують не християнському просвітництву, місіонерській практиці і релігійному вихованню аудиторії, як це має бути властиво церковним ЗМІ, а пропаганді геополітичної концепції «руського мира», яка, в свою чергу, є складником політики влади РФ.

Така тенденція, на наш погляд, призводить до негативних наслідків:

1. Складні взаємовідносини Церкви і влади не можуть висвітлюватись у релігійних медіа з позицій влади тим більше, іншої держави, оскільки таким чином підривається авторитет церкви, її служителів, не виключено, що й віри;

2. Використання засобів масової інформації як пропагандистських органів призводить до порушення журналістських стандартів, нівелювання ролі медіа в суспільстві, недовірі до ЗМІ в цілому;

3. Інформаційна війна проти України, яка проводиться владою РФ, очевидно, має на меті руйнацію міжконфесійного миру в нашій державі. Тож постала необхідність не лише захищати позиції держави і Церкви, але й пропагувати їх серед аудиторії медіа і всього суспільства.

Проте заборона діяльності цих медіа на території України не дасть очікуваних результатів, якщо не буде проводитись масована роз'яснювально-просвітницька робота стосовно інформаційного захисту аудиторію, а отже, й всього суспільства від такого впливу. Вважаємо, що вирішити цю проблему можливо лише завдяки створенню системи засобів інформації для всього суспільства, яка б утверджувала ідеї Української держави, Православної церкви, міжконфесійного миру і злагоди.

¹ Бойко А. Преса Православної церкви в Україні. Культура. Суспільство. Мораль. – Дніпропетровськ, 2002.- С. 108 – 123.

² Sergej S. Cachotin: The rape of the masses : the psychology of totalitarian political propaganda / by Serge Chakotin. [Transl. from the 5. ed. by E. W. Dickes]. London : Labour Book Service. 1940. – S. 83.

³ Як діє російська пропаганда [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/columns/2014/06/21/7029684/?attempt=1>. – Дата доступу: 16.05.2015; Російська пропаганда в українському інформаційному полі. Підсумки-2014 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/advocacy_and_influence/rosiyska_propaganda_v_ukrainskomu_informatsiyному_poli_pidsumki2014/; Почепцов, Г. Інформаційні війни: тенденції та шляхи розвитку [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/9161>; Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2004. – 528 с.; М.: Эксмо, 2005. – 832 с.; Thomas T. Russia's military strategy and Ukraine: indirect, asymmetric—and Putin-Led// Journal of Slavic Military Studies. – 2015. – Vol. 28. – I. 3

⁴ Коли Бог стає зброєю//http://www.irs.in.ua/files/publications/2015.04_Report_Religious_persecution_in_occupied_Donbas_ukr.pdf