

*Иеромонах Димитрий (Самойлов)**

**ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРАВОСЛАВНЫЕ СМИ В РОССИИ:
ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА
В ПОСТСЕКУЛЯРНОМ МИРЕ**

В статье анализируются современные визуальные средства массовой информации (СМИ), проводится аналогия со временем Александра Невского, величайшего стратега, который предвидел и дал решительный отпор цивилизационной опасности для России. Значительную часть ценностей, смыслов и образов человек черпает из СМИ, которые он обозревает в своей повседневной реальности. Особая роль в этом принадлежит телевидению и интернету — наиболее распространенным и влиятельным среди СМИ. Делается вывод о том, что православные телеканалы выполняют важнейшую духовно-просветительскую миссию для широкого круга телезрителей. Обосновывается тезис о том, что задачи духовного просвещения и поддержания культурного уровня людей решаются с помощью междисциплинарного подхода, а целью своей имеют создание продуманной политики формирования контента в отношении тематики и визуального наполнения вещания.

Ключевые слова: философская антропология, визуальные православные СМИ, постсекулярный мир, информационное общество, традиционные ценности.

Hieromonk Dimitry (Samoilov)

*VISUAL ORTHODOX MEDIA IN RUSSIA: RENDERING THE IMAGE OF MAN IN
POSTSECULAR WORLD*

The paper analyzes the contemporary visual mass-media, considering the historical analogy of the age of St. Prince Alexander Nevsky, the greatest strategist, who foresaw the civilizational danger for Russia and fought it back. A considerable part of values, ideas and images the contemporary person finds in media, which he or she views in his everyday life. Television and Internet as the most widespread and influential means play the main role in this process. The paper holds that the orthodox TV-channels fulfill an important task of spiritual

* Иеромонах Димитрий (Самойлов), насельник Свято-Троицкой Александро-Невской Лавры, аспирант кафедры теологии, Русская христианская гуманитарная академия, Санкт-Петербург; samoyloff.dmitr@yandex.ru

education for the wide range of television consumers. It also founds the thesis that the issue of spiritual education as well as the support of the cultural level of people could be solved by the interdisciplinary approach, and its goal is the creation of thoroughly considered policy, targeted at the topics and visual content of the broadcast.

Keywords: philosophical anthropology, visual orthodox media, postsecular world, information society, traditional values.

В современном мире значительную часть информации, ценностей, смыслов и образов человек черпает из средств массовой информации (СМИ), которые он обзревает в своей повседневной реальности. Особая роль в этом принадлежит телевидению и интернету — наиболее распространенным и влиятельным среди СМИ. Опираясь на теорию «культурных эффектов», можно предположить, что периодическое или постоянное повторение одних и тех же идей, стереотипов, интерпретаций влияет на представления аудитории об окружающем мире. Телевидение трансформировалось в общий символический мир, объединяющий различные сообщества, стандартизирующий поведение людей и социализирующий их. Власть телевидения и интернета социологи сравнивают с властью религии, утверждая, что телевизор для современного общества является тем же, чем религия была задолго до его появления [11, р. 366]. Можно ли сделать из этого вывод о том, что общий символический мир христианской цивилизации меняется на глобальный символический мир прогрессивной современности?

Чтобы стать важнейшим фактором формирования общественной жизни, литературе понадобились тысячелетия, кинематографу — чуть меньше века, а телевидению и интернету — всего несколько десятилетий. Возникновение новых способов хранения и передачи информации неизбежно связано и с изменением отношения к ней. Об этом свидетельствует тот революционный перелом, который произошел при смене устного типа памяти на письменный. Как отмечает Ю. М. Лотман,

устная память имела ограниченный объем и строго устанавливала, что необходимо хранить. Необязательное забывалось. Письменность позволила хранить ненужное и бесконечно расширять объем запоминаемого. Появление письменности открыло эру индивидуального творчества. До тех пор сохранялось лишь то, что проходило цензуру коллективной памяти и включалось в традицию. Возможность записывать открыла двери перед индивидуальным творчеством, резко изменила статус отдельной личности [5, с. 240].

Появление новых способов фиксации и обработки информации в XX–XXI вв. привело к не менее радикальным последствиям. Огромный объем информации особенно остро поставил проблему критериев, определяющих ее ценность, достоверность и релевантность. В массовом искусстве более заметной становится склонность к усилению декоративного оформления, зачастую ориентированного на яркий, но кратковременный эффект. Его гедонистическая и развлекательная ориентация, коммерческая обусловленность неизбежно привели к усилению именно внешнего плана воздействия: карнально-праздничный характер современных представлений, музыкальных шоу потребовал применения экстраординарных средств, прежде всего связанных

с новейшими технологиями. Теоретик медиа М. Маклюэн говорил об этом эффекте как о гибридации коммуникативных средств: «Гибридное смешение, или встреча двух средств коммуникации — момент истины и откровения, из которого рождается новая форма» [7, с. 67]. В итоге эти жанры обрели масштабный коммуникативный потенциал, способствовали объединению огромной аудитории, что вполне сопоставимо с техникой массового гипноза.

Поскольку сегодня массмедиа стали постоянным культурным фоном существования человека, их анализ и изучение в условиях практической деятельности являются крайне важными для реализации миссионерской, просветительской и социальной деятельности Православной Церкви. Нельзя не замечать, что в результате развития современных медиатехнологий донесение богословской, литургической, катехизической и святоотеческой информации, предполагающее вдумчивое и неторопливое постижение Божественных Истин, стало чем-то равноценным в ряду кратковременных, поверхностных сообщений современных СМИ. Проблемы веры и спасения тонут в потоке мультимедийной информации, который не дает возможности достигнуть трезвенной созерцательной позиции, позволяющей увидеть их и придать им внутреннее постоянное значение. В связи с этим сравнение М. Маклюэном гибридации медиа с откровением звучит не столько как констатация факта наступления «дивного нового мира», сколько как цивилизационный вызов, сопряженный с нравственным выбором.

Постановке проблемы в таком ключе способствует и то, что на рубеже XX–XXI вв. российская телевизионная аудитория претерпела существенные изменения, обусловленные радикальными трансформациями российского общества и телевидения, прежде всего преобразованием государственной системы печатных и электронных СМИ. В советский период они, как известно, были в основном сосредоточены на идеологических и политических задачах, что привело к появлению и разрастанию идеократии, но современная медиаиндустрия переориентировалась на законы рыночного (а не только политического) спроса и предложения.

Однако нужно учитывать, что политически обусловленные императивы СМИ стали естественно замещаться теистически обусловленными, конкурирующими между собой традиционными императивами — христианскими, мусульманскими, буддистскими и чисто языческими. Это связано в т. ч. и с тем, что профессиональные представители советской идеократии эффективно применяли в идеологической работе квазирелигиозные формы [1, с. 65]. Замещение такого околорелигиозного дискурса на религиозный напоминает проявление негативного изображения. При этом нужно понимать, что гладко подобное замещение пройти не могло, т. к. индивидуальная политическая ориентированность сменилась индивидуальной, но незрелой ориентированностью, основанной на метафизическом, мистическом опыте людей, длительно живших в неосознаваемой, но фактически языческой парадигме переживаний реальности. Кроме того, использование эмоциональных реакций стало основой современных медиатехнологий.

Наконец, претерпела изменения и сама антропологическая проблематика. С одной стороны, техническая цивилизация больших городов, постоянно

обновляющихся изображений и звуков отрезает человека от жизненно необходимого, основного, духовного. Необходимо учитывать более хрупкое, сложное и рассеянное состояние человека, когда грех стал распадом души более, чем когда-либо, искушением небытием, скукой и отчаянием. Особенно следует отметить возбуждение, переутомление, нервное истощение. Медицина продлевает жизнь, но в то же время ослабляет сопротивляемость к страданиям и нужде. Современный человек оказывается фрустрирован в ситуации полноты физических сил, но душевного нездоровья. Здесь и происходит навязывание заинтересованности медийным контентом как суррогатом богатой внутренней жизни и постоянной вовлеченности в мировые события и процессы. На это указывал уже Э. Фромм, описывавший предпосылки появления нового типа человека — человека-потребителя:

Неосознанная скука обрекли в современной культуре необыкновенные пропорции, и успех радио, телевидения и других сходных предметов потребления возможен только потому, что человек совершенно лишен истинных ощущений [10, с. 206].

Совершенно очевидно, что то же самое распространяется сегодня и на новейшие информационно-телекоммуникационные средства, такие как интернет, социальные сети, различные формы дополненной реальности и прочие элементы индустрии развлечений, которые навязчиво становятся способами отвлечения человека от подлинной внутренней жизни.

С другой же стороны, такого рода подмена смыслов и духовных ориентиров выстраивается как новая форма идеологии. Некоторые современные философы даже прямо отождествляют религию и идеологию [6, с. 13]. Д. К. Богатырёв связывает это с особым рода дискурсивными практиками, которые характерны как для идеологического, так и для религиозного способа репрезентации мира: «Тема идеологического вполне естественно заняла свое место в постмодернистском сознании с его повышенным вниманием к иллюзорному, извращенному и маргинальному» [1, с. 67]. Описанная нами замена прежних идеократических ориентиров теистическими и языческими как раз подводит к актуализации маргинального дискурса, формируя особый, децентрализованный, постсекулярный образ человека. Однако здесь скрывается парадокс: постсекулярная повестка во многих аспектах искусственно навязывается как идеологический конструкт, хотя религиозное чувство по мере развития науки и техники вовсе не угасло. Известно, что религиозное возрождение в постсоветской России было важным элементом изменяющегося духа времени [2, с. 96]. Исследователи теории секуляризации указывают, что «религии удалось отсоединиться от структур традиционного общества и отвоевать свое место сначала в современном, а теперь уже и в постсовременном обществе» [9, с. 207]. Тем не менее очевидно, что фрагментарность современного антропологического типа задает запрос на конкуренцию различных источников духовного влияния на него, предоставления адекватных «точек сборки» его целостного образа. Поэтому важно иметь в виду, что задача духовного просвещения и поддержания культурного уровня решается сегодня в сотрудничестве специалистов разных профилей — не только инженеров цифровых технологий

и телевещания, людей творческих профессий, но также и представителей духовенства.

Иными словами, формируется вполне прикладная задача по применению мультидисциплинарного подхода с целью создания оптимальной стратегии в отношении тематики и визуального наполнения вещания. Ясно, что в условиях господства цифровых медиа православные телеканалы должны выполнять важнейшую духовно-просветительскую миссию для широкого круга телезрителей: для воцерковленных людей это духовное окормление, для симпатизирующих православию — свидетельство о Христе как миссионерская функция. Стоит отметить, что в странах католического или протестантского мира такая медийная практика является уже вполне обыденным, апробированным способом работы с прихожанами и всеми равнодушными, верующими людьми. Сегодня массмедиа безусловно стали постоянным культурным фоном существования человека, и их анализ и изучение в условиях практической деятельности являются крайне важными для реализации миссионерской, просветительской и социальной деятельности Православной Церкви.

Вследствие неоднородного состава аудитории телевидения сегодня можно выделить несколько поколений телезрителей с разными потребностями в цифровой информации. Наиболее заметно различается медиапотребление представителей крайних возрастных групп. С одной стороны — условная «цифровая молодежь» (до 40 лет), которая в Интернете проводит больше времени, чем перед телеэкраном. Их медийное потребление разнообразно и диверсифицировано, они используют много медийных каналов, сервисов, экранов, типов контента. Противоположный тип медиапотребления характерен для телезрителей в возрасте от 50 лет и старше. У них самый низкий уровень освоения Интернета и других современных медиауслуг, но для них характерны крепко сформированная привычка к телепросмотру и большие объемы телепотребления. В силу естественных причин это поколение постепенно будет уходить, и вместе с ним будет уходить та модель телепотребления, на которой держалось классическое телевидение. На смену им придут зрители с другими медиапривычками, сформировавшимися в современном глобальном мире. Этот процесс может иметь негативные последствия как для телеиндустрии, так и для государства и общества. Особенно это важно для Православной Церкви, институтам которой необходимо интегрировать опыт двухтысячелетнего существования и современную повседневную жизнь «человека с гаджетом и распродажами». Соответственно, все современные визуальные православные СМИ призваны повышать культурный уровень своей аудитории, насыщать медийное пространство созидательной, ориентированной на воспроизводство вечных духовных ценностей и позитивной информации духовно-просветительского свойства.

В период 2019–2020 гг. нами было проведено небольшое социологическое исследование: были опрошены 79 человек, определяющих себя как верующих, с целью понять распределение предпочтений верующей аудитории между каналами «ТВ-Союз», «СПАС» и «Царьград». На первом этапе исследования мы попросили их идентифицировать себя как «активно верующих православных» или «формально православных». Результаты нашего опроса можно предста-

вить в виде следующей таблицы, в которой мы распределили респондентов по группам в соответствии с их религиозной самоидентификацией:

Группы	Количество человек	Мужчины	Женщины
Всего	79	19	50
Активно верующие православные	43	15	28
Формально православные	36	14	22

На втором этапе мы попросили их указать свои предпочтения по просмотру православных телеканалов. Результаты распределились следующим образом:

Каналы	Возраст	Мужчины	Женщины	Всего
ТВ-Союз	>40 лет	14	12	26
СПАС	>40	6	32	38
Царьград	18–35 лет	9	6	15

Из приведенной таблицы видно, что телеканал «Царьград» является в нашей выборке более популярным у респондентов условно молодого возраста. Телеканал «СПАС» предпочитают смотреть женщины, телеканал «ТВ-Союз» — мужчины. Предпочтение интернет-канала «Царьград», по нашему мнению, связано с более молодой аудиторией, привыкшей к использованию гаджетов для получения информации. Мы связываем такое распределение ответов также с тем контентом, который представлен на указанных телеканалах. Данные проведенного нами контент-анализа можно представить в виде следующей таблицы:

Тематика программ Кол-во.		ТВ-Союз		СПАС		Царьград	
		%	Кол-во.	%	Кол-во.	%	
1.	Богослужение	3	4.4%	2	4.3%	0	0
2.	Религиозные программы	21	30.9%	9	19.6%	3	7.7%
3.	Информационные программы	2	2.9%	2	4.3%	8	20.5%
4.	Публицистика	14	20.6%	4	8.7%	10	25.7%
5.	Программы социальной направленности	3	4.4%	10	21.7%	7	17.9%
6.	Культурно-просветительские программы	20	29.4%	15	32.7%	11	28.2%
7.	Детские и молодежные программы	5	7.4%	4	8.7%	0	0
	Всего	68	100%	46	100%	39	100%

Данный контент-анализ показывает, что молодежь, по-видимому, больше привлекают минимальный процент передач или трансляций догматического содержания и богато представленные информационные, публицистические и культурно-просветительские программы. В этом смысле мы видим количественное подтверждение того тезиса, что молодая аудитория предпочитает те же форматы, которые присутствуют сегодня в сфере иных глобальных медиа и связываются с идеологической проблематикой в мире торжествующего постмодерна.

Но также проведенный нами контент-анализ православных телеканалов говорит о необходимости создания отдельных программ, ориентированных на детскую и молодежную аудиторию. Важно понимать также, что перед православными СМИ стоит задача не просто увеличивать количество детских и молодежных передач, но посредством качественной и продуманной политики формирования контента заинтересовывать ее, демонстрировать положительные, конструктивные модели поведения. Этого очень не хватает в современном информационном пространстве.

В заключение мы хотели бы привести исторический пример. Как известно, Святой Благоверный князь Александр Невский бескомпромиссно отстаивал российскую национальную, государственную идентичность: он оказывал решительный отпор завоевателям, а также отказался от сношений с послами Папы Римского, не желая подвергать сомнению свою веру посредством иного вероучения. В те времена Русь жила между врагами на Востоке и Западе. С Востока угроза носила более материальный характер: страдали интересы казны и имущества, нищали население и государство. С Запада наблюдалась идеологическая угроза, и Александр Невский своевременно и решительно отреагировал на опасность пленить российские умы и сердца действиями римских легатов:

От Адама до потопа, от потопа до разделения народов, от смешения народов до начала Авраама, от Авраама до прохождения израильтян сквозь море, от исхода сынов Израилевых до смерти Давида-царя, от начала царствования Соломона до Августа и до Христова рождества, от рождества Христова и до распятия его и воскресения, от воскресения же его и вознесения на небеса и до царствования Константинова, от начала царствования Константинова до первого собора и седьмого — обо всем этом хорошо знаем, а от вас учения не примем [4, с. 339–341].

Образ Святого Александра Невского оказывается востребованным и в современности, когда речь идет об умелом отстаивании интересов русской культуры и традиционных православных ценностей. Как сказал Митрополит Смоленский и Калининградский Кирилл, награжденный домом Романовых орденом св. Александра Невского, выступая на проекте «Имя России»,

Александр Невский был величайшим стратегом... почувствовавшим не политические, а цивилизационные опасности для России. Он боролся не с конкретными врагами, не с Востоком или с Западом, он боролся за национальную самоидентичность, за национальное самопонимание, без него бы не было России, не было русских, не было бы нашего цивилизационного кода [8].

Неслучайно поэтому советское руководство увидело в Благоверном князе мощный образ защитника русской земли в годы Великой отечественной войны.

В этом примере мы видим, что в условиях изменяющегося мира, динамичной политической и культурной повестки необходимо, с одной стороны, быть твердым в нравственных и духовных ориентирах, а с другой — эффективно отвечать на информационные вызовы своей эпохи. Уже Г. В. Ф. Гегель замечал, что с изменением средств ведения военных действий изменяется и само направление военных действий: «Огнестрельное оружие есть изобретение всеобщей, безразличной, безличной смерти, и побуждающим мотивом является национальная честь, а не оскорбленное бытие единичного...» [3, с. 333] Если в Советском Союзе главным средством массового идеологического воздействия являлось телевидение, то в современном мире Интернет и иные массмедиа также могут быть поставлены на службу формирования благоприятного образа традиционных, в т. ч. и православных, ценностей. Такой подход может быть реализован только в качестве комплексного взаимодействия специалистов различного профиля и, конечно же, представителей духовной сферы российского общества. Без совместных усилий восторжествует пост-модернистская модель децентрированного, лишённого целостности человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богатырёв Д. К. Религии и идеологии. 2-е изд. — СПб.: Изд-во РХГА, 2019.
2. Богатырёв Д. К., Шишова М. И. Постсекулярная гипотеза и особенности российской постсекулярности // Вестник РХГА. — 2015. — Т. 16, вып. 3. — С. 95–109.
3. Гегель Г. В. Ф. Система нравственности // Гегель Г. В. Ф. Политические произведения. — М.: Наука, 1978. — С. 276–367.
4. Житие Александра Невского // «Изборник» (сборник произведений литературы Древней Руси) / сост. и общ. ред. Л. А. Дмитриева и Д. С. Лихачева; вступ. статья Д. С. Лихачева. — М.: Художественная лит-ра, 1969. — С. 328–343.
5. Лотман Ю. М. Технический прогресс как культурологическая проблема // Лотман Ю. М. Статьи по семиотике культуры и искусства / сост. Р. Г. Григорьева, пред. С. М. Даниэля. — СПб.: Академический проект, 2002. — С. 237–264.
6. Львов А. А. Современные концепции феномена мировоззрения // Вестник РХГА. — 2020. — Т. 21, вып. 2. — С. 11–23.
7. Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. — М.: Кучково поле, 2014.
8. Патриарх Кирилл об Александре Невском — имени России. — URL: https://happy-school.ru/publ/patriarkh_kirill_ob_aleksandre_nevskom_imeni_rossii/50-1-0-21542 (дата обращения: 01.11.2020).
9. Узланер Д. А. Конец религии? История теории секуляризации. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019.
10. Фромм Э. Психологические проблемы старения // Фромм Э. О неповиновении и другие эссе. — М.: АСТ: Астрель: Полиграфиздат, 2012. — С. 194–218.
11. Griffin E. A First Look At Communication Theory. — New York: McGraw-Hill, 2012.