

Информационные конфликты и Церковь: четыре заблуждения

Василий Александрович ЩИПКОВ

канд. филос. наук,
ст. преподаватель кафедры МЖ МГИМО МИД России,
директор Русской экспертной школы
vas.ship@mail.ru

Аннотация: В статье анализируются две стороны современных информационных процессов: информационно-техническая и гуманитарная. К первой автор относит информационно-коммуникационные технологии, ко второй практические методики медиапродвижения (PR, СММ), а также формирование и продвижение смыслов, ценностей и идей, которые формируют мировоззрение современного человека. В статье отмечается, что произведения искусства, научные труды, литература и музейно-выставочная деятельность стали часто рассматриваться как элементы информационных технологий и использоваться в информационных кампаниях. Автор утверждает, что громкие информационные кампании в российском информационном пространстве связаны с устойчивым перечнем тем и сюжетов, к числу которых относится и тема Русской православной церкви. Во многих случаях медийная критика Церкви как одного из ключевых институтов общества приобретает политический подтекст. Эта критика часто опирается на устойчивые стереотипы, которые обычно ускользают от внимания экспертно-аналитического сообщества.

Ключевые слова: информационные конфликты и кампании, гуманитарные технологии, Русская православная церковь

29 января 2018 года в Зале церковных соборов храма Христа Спасителя состоялась презентация [1] книги к.ф.н., старшего преподавателя кафедры международной журналистики МГИМО МИД России Василия Щипкова «Смех, табу и другие гуманитарные технологии» («МГИМО-Университет, 2017 г.» [5]), посвящённой анализу современных информационных войн. В ходе встречи экспертные комментарии о книге дали канд. полит. наук, профессор кафедры мировой литературы и культуры МГИМО, председатель Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви с обществом и СМИ В.Р.Легойда, а также канд. ист. наук, заведующий кафедрой международной журналистики МГИМО Н.В.Шевцов. На встрече обсуждались особенности современных информационных процессов, а также их влияние на образ Русской православной церкви.

Сферу современных информационных процессов традиционно делят на две области — информационно-техническую и гуманитарную. К технической относится всё, что связано с информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ, IT, микроэлектроника). Техническая сфера информационных процессов сегодня опережает гуманитарную сферу, она более развита, поскольку напрямую связана с развитием и распространением электронных технологий.

Гуманитарная сфера находится в положении активно догоняющей. В особенности быстро развивается та её часть, которая связана с PR-технологиями, маркетингом в социальных сетях (СММ) и рекламой. Эта сфера быстро развивается, поскольку опирается на новые технические возможности информационной среды и финансируется рынком товаров и услуг — используется для продвижения коммерческих брендов. Постепенно коммерческие технологии «продвижения» проникают и в область политической борьбы. Победа Трампа на выборах президента США была во многом достигнута с помощью СММ-технологий, доставляющих информацию точно до каждого потенциального избирателя, в ненавязчивой или скрытной форме в популярных социальных сетях.

Растёт интерес и ко второй части гуманитарных информационных процессов, которая связана с формированием и продвижением смыслов, ценностей и идей, то есть влиянием на мировоззрение современного человека. О росте её значимости говорит тот факт, что произведения искусства, научные труды, литература, музейно-выставочная деятельность стали часто рассматриваться как элементы информационных технологий. Фактически мы живём в век свободной пропаганды, где каждый с помощью создаваемых культурных «текстов» (фильмов, спектаклей, выставок, литературы) может легально и часто беспрепятственно манипулировать общественным мнением. Поэтому та информационная область, которая в обиходе называется сферой пропаганды, также стала местом развития информационных методик и подходов. Сильный толчок к такому прикладному, технологичному восприятию социального и культурного пространства дал современный подход к искусству, трактующий любое произведение искусства как событие, а любое событие – как произведение искусства.

В результате борьба идей, ценностей и интересов происходит сегодня не только в форме академических споров и открытого военного противостояния, как это было раньше. Эта борьба теперь проникает вглубь информационного пространства, а средства массовой коммуникации ускоряют и потому делают осязаемой для одного человека всю «производственную цепочку» продвижения некой идеи – от создания тезиса до его воплощения в культурных текстах и политических действиях. Для широкой аудитории сфера гуманитарных технологий чаще всего проявляется в виде информационных акций и кампаний.

В российском информационном пространстве его громкие информационные кампании, как правило, связаны с устойчивым перечнем тем, который почти не меняется. К таким темам относятся внутренняя и внешняя политика (выборы, решение международных конфликтов, проведение международных спортивных соревнований), воздействие на историческое сознание (трактовка событий и ключевых фигур отечественной истории, препятствование манипулированию историей в интересах зарубежных центров силы, например, в формате «политики десоветизации»), вопросы этики и нравственности (семейные отношения и отношения полов, борьба за определение понятий нормы, биоэтика). Среди ключевых сюжетов остаётся и тема Русской православной церкви и русского православия, на которой имеет смысл остановиться более подробно.

В последние годы возросло количество негативных информационных кампаний, в которых затрагивалась церковная тематика. Это такие сюжеты, как «Тангейзер», «Pussy Riot», «ловец покемонов» в храме, Исаакиевский собор в Санкт-Петербурге, фильм А. Учителя «Матильда».

Всякая информационная кампания опирается на стереотипы. Стереотип – это устойчивая реакция на слово или фразу, которая активизирует память человека и вызывает ряд ассоциаций. Устойчивые связи между словом и реакцией, то есть стереотипы, бывают глубокими, передающимися через память многих поколений, или же сиюминутными («мемы»). Устойчивые стереотипы создаются с помощью культурных «текстов»: живописи, художественной литературы, научных трудов, культовых фильмов.

Среди негативных тезисов, сопровождающих рассматриваемые информационные кампании, звучат антицерковные и в целом антирелигиозные идеи, которые активно использовались ещё во времена Возрождения и Реформации, применялись большевиками и продолжают функционировать в культуре XX и XXI веков. И раньше, и сегодня часто говорят о «церковных богатствах» (или «коммерческих интересах»), о «ретроградности церкви» (или «недемократическом», «нелиберальном» её характере), о «сервильности» и «негативном нравственном облике священнослужителей». Критические тезисы в отношении Церкви всегда апеллируют к подобным устойчивым стереотипам. Стереотипы

не имеют отношения к реальному положению дел, но эмоции, которые они призваны вызвать у людей, являются вполне реальными.

Стереотипы в анализе информационных кампаний, критически освещающих жизнь Церкви, могут приводить экспертов и журналистов к ряду неточностей.

Например, почти никогда не указываются конкретные источники рассматриваемых антицерковных информационных кампаний. «Общественное мнение», «интеллигенция» – не являются источниками. Фактически всякая информационная критика предстаёт результатом случайного стечения обстоятельств или «ошибочных» действий самой Церкви. В аналитике, посвящённой этой теме, редко раскрываются субъекты нападков (какие политические и идеологические силы организуют или поддерживают эти акции). Присутствуют и обсуждаются только их объект – Церковь, священноначалие, верующие.

В большинстве случаев крупные антицерковные скандалы неразрывно связаны с конкретными политическими целями и могут использоваться как политический ресурс, поскольку Церковь и православие играют и всегда играли значительную роль в российской истории и культуре. Во многих случаях медийная критика Церкви, как и других ключевых институтов российского общества, автоматически приобретает политический подтекст.

Кроме того, Церковь часто представляется в СМИ как одна из общественных организаций (юридическое лицо), которая взаимодействует с другими общественными организациями, государством, социальными институтами. При этом тот факт, что многие представители СМИ, культуры, общества тоже являются частью соборной Церкви как верующие люди чаще всего не упоминается. Срабатывают старые либеральные клише: «Церковь – лишь организация», «верю в Бога, а не в Церковь».

В связи с этим Церковь часто представляется в СМИ как действующая сторона, то есть участник информационных конфликтов. На деле во многих громких случаях Церковь является жертвой конфликта, объектом критики и дискредитации, но не участником. Сторонами являются различные мировоззренческие и политические группы, члены которых являются церковными людьми, но это не сама Церковь. Попытка втянуть Церковь в скандал и сделать её сначала ответчиком, виновной стороной, затем агрессором – это частый провокационный приём. Яркий пример – скандал с фильмом «Матильда», причины которого ошибочно искали в Церкви, а не в действиях создателей фильма и их лоббистов [4]. Такая путаница возникает в результате смешения политического и церковного, то есть религиозного, языка.

Можно услышать позицию, что в «церковном дискурсе», в церковных и светских СМИ, пишущих о Церкви, должен соблюдаться паритет «консервативных» и «либеральных» сил. Это якобы должно уравновесить «имидж Церкви», сделать Церковь во всех конфликтных ситуациях нейтральной, «для всех». Это благая цель, но её нельзя достичь предлагаемым методом, регулированием политического языка. К Церкви, к её риторике и действиям некорректно и недопустимо применять политическую шкалу, поскольку это всегда приводит к ошибочным оценкам и суждениям. Одно и то же решение Церкви в один исторический период может трактоваться как «либеральное», в другой – как «консервативное» и «охранительное». Например, встреча Патриарха Кирилла с Папой Франциском в Гаване трактовалась различными отечественными и зарубежными СМИ и аналитическими центрами подчас политически противоположным образом.

Действия Церкви и церковную жизнь можно описывать на разных языках – политики, экономики (П. Бергер, например, в 1960-х годах ввёл понятие «рынка» религиозных услуг в плюралистическом обществе [2]), культуры, социологии, истории, даже на языке войны. Однако ни один из языков, кроме собственно языка Церкви, не позволит объяснить логику её действий.

Церковь не участвует в политических противостояниях и не должна давать себя использовать заинтересованными сторонами в их политических целях. Цель политики – власть, цель Церкви – сохранение и передача традиции [3]. Если говорить в светских понятиях, то Церковь – это, скорее, «учебное заведение», а не «партия». Поэтому Церковь ограничивает распространение на свою жизнь и повестку радикального секуляризма и его языка, который тесно связан с либеральной риторикой. Точно так же Церковь ограничивает влияние на себя радикально-фундаменталистских сил, нередко использующих «духовно-патриотическую» риторику в целях политических, не связанных с православием. Примечательно, что в критике Церкви и её инициатив часто соединяются эти две, казалось, несовместимые, риторики – либеральная и радикально-фундаменталистская [4].

Задача Церкви не в самооправдании и не в победе над критиками раз и навсегда, а в недопущении эскалации создаваемого вокруг неё напряжения. Потому что когда антицерковная тема перегревается, не только учащаются акты вандализма, такие как снос поклонных крестов и нападения на храмы (как это было в 2011-2012 гг.), но и может сложиться угроза физического уничтожения верующих (1920-е), то есть ситуация, которую церковная история знает под термином гонения [6].

Критика в адрес Церкви вызвана не её ошибками или недоработками, но её активностью по продвижению самостоятельной повестки. Поэтому нападки на церковную жизнь носят реактивный характер – большинство из них в конечном счёте направлены против конкретных успешных церковных инициатив. Среди них – строительство новых храмов, возрождение военного духовенства, преподавание православия в школах, введение теологии в число научных дисциплин, осуждение аборт и однополых браков.

В большинстве случаев Церкви удаётся достигнуть поставленных целей. Кампании же, связанные с прямой провокацией («Пуси риот», «покемоны», «Матильда»), звучат громко, но являются по своей сути вспомогательными: они лишь готовят почву, чтобы создать в информационном пространстве антицерковный потенциал, который в будущем может быть использован для блокирования реальных церковных инициатив. На Церковь нападают, потому что Церковь твёрдо отстаивает свой образ мира и воплощает в жизнь свои инициативы.

С информационной точки зрения Церковь не должна оправдываться или позволять заводить себя в состояние самообороны, то есть пассивного напряжения. Это напряжение способно блокировать свободу Церкви как общественного института, затормозить некоторые церковные инициативы, развитие церковной жизни и создать условия для оказания на неё внешнего влияния. В этом случае Церковь становится «ведомой» в информационных процессах, зависимой от политического дискурса, что рано или поздно может привести к попыткам политических сил влиять не только на её внешнюю, но и на внутреннюю жизнь, включая догматику, как это сегодня происходит с некоторыми протестантскими конфессиями, которые согласовывают свои вероучительные нормы с секулярными нормами права. В этом смысле именно пассивность Церкви и отказ от отстаивания своих позиций в информационном пространстве может привести к её «обмирщению» и постепенной политизации этого общественного института.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Владимир Легойда представил книгу Василия Шипкова «Смех, табу и другие гуманитарные технологии» [электронный ресурс] // Sinfo-mp.ru. 2018. Режим доступа: <http://sinfo-mp.ru/vladimir-legojda-predstavil-knigu-vasiliya-shhipkova-smex-tabu-i-drugie-gumanitarnye-technologii.html> (дата обращения: 31.01.2018).
2. Бергер П. Религия и проблема убедительности // Неприкосновенный запас. 2003. № 6 (32). Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/berger.html> (дата обращения: 31.01.2018).

3. Рогозянский А. Б. Православие и либерализм // Тетради Русской экспертной школы № 3 : научное издание. М.: «Русская экспертная школа», Пробел-2000, 2017. С. 23–50.
4. Щипков В. А. Делегитимация крымского консенсуса // Парламентская газета. 13 октября 2017. № 38 (2809). Режим доступа: <https://www.pnp.ru/politics/deligitimaciya-krymskogo-konsensusa.html> (дата обращения: 31.01.2018).
5. Щипков В. А. Смех, табу и другие гуманитарные технологии. М.: МГИМО-университет, 2017. 240 с.
6. Щипков А. В. Территория Церкви : Информационная атака на Русскую Православную Церковь Московского Патриархата в 2011–2012 годах. М.: Индрик, 2012. 176 с.

MEDIA CONFLICTS AND THE CHURCH: FOUR MISCONCEPTIONS

V.A. Shchipkov

PhD in Philosophy,

Lecturer at the Moscow State Institute of International Relations (MGIMO),

Director of Russian Expert School

MGIMO 119454, Moscow, Vernadsky Prospekt, 76

Abstract: The paper examines two spheres of modern media processes: information-technological and humanitarian. The first relates to the information and communication technologies, the second to the practical methods of media promotion (PR, SMM) and the formation and promotion of values and ideas, which impact the worldview of modern man. The article notes that the art, scientific works, literature, museum and exhibition activities have often been viewed as elements of humanitarian “technologies” used in media campaigns. The author claims that the major information campaigns in the Russian information space are connected with a stable list of topics and subjects, including the Russian Orthodox Church. In many cases, media criticism of the Church as one of the key institutions of society acquires a political overtones. These campaigns, as a rule, rely on stable stereotypes, which sometimes escapes the attention of the expert community.

Key words: information conflicts and campaigns, humanitarian technologies, Russian Orthodox Church

References:

1. Vladimir Legoida predstavil knigu Vasiliia Shchipkova «Smekh, tabu i drugie gumanitarnye tekhnologii» [elektronnyi resurs] // Sinfo-mp.ru. 2018. Rezhim dostupa: <http://sinfo-mp.ru/vladimir-legoida-predstavil-knigu-vasiliya-shchipkova-smekh-tabu-i-drugie-gumanitarnye-tekhnologii.html> (data obrashcheniia: 31.01.2018).
2. Berger P. Religii i problema ubeditelnosti // Neprikosnovennyi zapas. 2003. № 6 (32). Rezhim dostupa: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/6/berger.html> (data obrashcheniia: 31.01.2018).
3. Rogozianskii A. B. Pravoslavie i liberalizm // Tetradi Russkoi ekspertnoi shkoly № 3 : nauchnoe izdanie. M.: «Russkaia ekspertnaia shkola», Probел-2000, 2017. S. 23–50.
4. Shchipkov V. A. Delegitimatsiia krymskogo konsensusa // Parlamentskaia gazeta. 13 oktiabria 2017. № 38 (2809). Rezhim dostupa: <https://www.pnp.ru/politics/deligitimaciya-krymskogo-konsensusa.html> (data obrashcheniia: 31.01.2018).
5. Shchipkov V. A. Smekh, tabu i drugie gumanitarnye tekhnologii. M.: MGIMO-universitet, 2017. 240 s.
6. Shchipkov A. V. Territorii Tserkvi : Informatcionnaia ataka na Russkuiu Pravoslavnuuiu Tserkov Moskovskogo Patriarkhata v 2011–2012 godakh. M.: Indrik, 2012. 176 s.

Щипков В.А. Информационные конфликты и Церковь: четыре заблуждения [Электронный ресурс] / В.А.Щипков // Международные коммуникации. — 2017. — №5. — Режим доступа: <http://intcom-mgimo.ru/5/media-conflicts-and-church> (дата обращения: 25.03.2018). [дата публикации: 21.03.2018]