

Взгляд на феномен «церковного блога» с точки зрения теории коммуникации Р. Якобсона

Аннотация: в настоящей статье представлена аналитика такого современного феномена, как христианская миссия в сети Интернет, в частности, миссионерские практики в рамках платформы «социальных сетей». Основной миссионерский принцип христианской Церкви: Церковь должна коммуницировать с реальной или потенциальной паствой. Сфера коммуникации в настоящий момент сконцентрирована в социальных медиа. Два отдельных положения – настоятельный призыв христианской Миссии и соцсети как центр коммуникативных процессов – образуют логическое утверждение о необходимости пребывания Церкви в социальных сетях. Феномен «церковного блога» оценивается с точки зрения теории коммуникации Р. Якобсона.

Ключевые слова: социальные сети, интернет, христианство, миссионерство, коммуникации, миссия, Церковь.

Введение

Современная христианская Миссия столкнулась в настоящее время с глобальной проблемой. Возникла необходимость сформулировать стратегию миссионерского служения в медиапространстве современной цифровой культуры. «Великое поручение» Господа Иисуса Христа (Мф. 28:19 – 20) является безусловным миссионерским императивом для последователей христианской Церкви. Церковь обязана коммуницировать с реальной или потенциальной паствой. Если масштабный сегмент коммуникаций сосредоточен в области социальных медиа, следовательно, христианская Миссия должна полноценно присутствовать в означенной сфере. Но область социальных сетей далеко не так однозначна и однородна.

Сформировалась уникальная коммуникативная ситуация, предопределившая постановку вопросов относительно присутствия христианской Миссии в социальных сетях.¹ Насколько необходима строгая регламентация деятельности православных миссионеров в цифровом пространстве социальных сетей? Разве тематические сообщества или православные группы в ведущих социальных сетях не интегрировались полноценно в сетевую субкультуру и не заняли собственную нишу с лояльной аудиторией? Стоит ли полностью перенести институт христианской Миссии из режима «офлайн» в «онлайн»? Ответы на данные вопросы возможны лишь при

¹ Stahle H. Russian church in the digital era: mediatization of orthodoxy. - Abingdon, Oxon; New York, NY : Routledge, 2021.

детальном описании текущего поведения воцерковленных христиан в плоскости социальных сетей.

Прежде чем выстраивать структурированную стратегию миссионерской деятельности в сетях, надо понимать, не способствует ли коммуникативная платформа как таковая изменению классической миссионерской традиции. Оказывает ли сетевая культура негативное влияние на облик христианской Миссии? Со стороны некоторых консервативных клириков исходит резкое неприятие Миссии в социальных сетях и нравственное порицание чрезмерной увлеченности молодого священства средствами цифровой коммуникации. В глазах «умудренного сединой» священства молодое поколение священнослужителей чересчур пристрастилось к сетевой субкультуре с ее «мемами, лайками, репостами» и не сумели преодолеть соблазна современного «цифрового обмирщения». Насколько этот отеческий упрек оправдан и не является ли он ретроградным морализаторством? Является ли интуитивное прозрение глобальной смены классического миссионерского подхода ввиду влияния сетевой платформы действительным? На этот вопрос мы попытаемся ответить, основываясь на теоретических исследованиях в области коммуникации за авторством отечественного лингвиста Романа Якобсона (1896 – 1982)².

Теория коммуникативных актов Р. Якобсона

Роман Якобсон – одна из ключевых фигур в лингвистике 20 века, повлиявшая на развитие современной теории коммуникации. Взяв за основу классическую прагматистскую теорию знака, выдвинутую американцем Пирсом, Р. Якобсон построил общую модель коммуникации и коммуникативного акта.³ Примечательно, что такие классики лингвистики прошлого века, как Соссюр, интересовались статичным состоянием языка; язык как система регул (правил), социально утвержденных⁴. Р. Якобсона заинтересовал язык в своей динамике – т. наз. речевая деятельность. Им была введена усовершенствованная модель коммуникативного акта, характеризующаяся большим эвристичным потенциалом. Стоит отметить, что эта модель тоже грешила спекулятивностью и не до конца отражала весь спектр функций и значений коммуникации, всю сложность коммуницирования. Для Р. Якобсона была важна ситуация идеального коммуникативного акта, предполагающая возможность полноценного понимания сообщения как назначения коммуникации. Но ученый, конечно же, знал, что идеальное понимание возникает при соблюдении нескольких условий, доводящих реальную ситуацию до условной абстракции.⁵

Идеальное понимание возможно при использовании одного кода (языка), наличии идентичного опыта (памяти) между отправителем и реципиентом,

² Иванян Э. А. Якобсон Роман Осипович // Энциклопедия российско-американских отношений. XVIII—XX века. — М.: Международные отношения, 2001. — С. 636.

³ См. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: "за" и "против". - М.: Прогресс, 1975. С. 193 – 231.

⁴ См. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию / Пер. с франц. яз. под ред. А. А. Холодовича; Ред. М. А. Оборина; Предисл. проф. Н. С. Чехоманова. — М.: Прогресс, 1977.

⁵ Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: "за" и "против". - М.: Прогресс, 1975. С. 194 – 195.

существовании единственного, или общего, контекста. В конечном итоге, идеальная коммуникация напоминала программируемый код, протокол команд и указаний, что скорее было не коммуникативной вершиной, а одной из вариаций сложной системы коммуникативных актов. В дальнейшем было продемонстрировано, что процесс понимания связан с использованием сложнейшей системой динамичных кодов, отчего адекватное толкование сообщения всегда будет смещаться, то есть не будет до конца идеальным, чистым. Кроме того, известно, что даже язык программирования как язык четких команд все равно не приводит к чистой коммуникации, идеальной ситуации сообщения (баги, вирусы, и пр.).

Для нас важен не поиск идеальной коммуникации, а введенная Якобсоном структура коммуникативного акта. Структура любого сообщения предполагает наличие фундаментальных компонентов: адресант (отправитель); сообщение: контекст (содержание, референт, информация), канал (платформа, тот физический, психологический контакты между акторами), код (язык); адресат (получатель).⁶

Надо заметить, что, хотя любое сообщение структурно несет в себе все компоненты, в определенных речевых ситуациях какой-то из компонентов находится в «спящем» состоянии, что называется на «нулевой степени». Исходя из превалирования в конкретной ситуации коммуникативного акта какого-то элемента структуры, Якобсон вводит понятие «функций языка». Когда в структуре сообщения один элемент довлеет над остальными, мы наблюдаем конкретную языковую направленность, особенную функцию коммуникации. Конечно, в реальной речи мы сталкиваемся с такими ситуациями, когда сообщение несет не одну, а несколько функций.⁷

Шесть языковых функций и их проявление в блогосфере

В традиционной модели языка, особенно четко описанной К. Бюлером⁸, различались только эти три функции – эмотивная, конативная, референтивная. На основании авторской структуры коммуникации Р. Якобсон маркировал уже шесть языковых функций.⁹ Обратимся к их подробному описанию.

Эмотивная концентрируется на отправителе; несет в себе экспрессивное назначение как выражение определенных чувств, настроенности реципиента.¹⁰ Идеальное эмотивное сообщение состоит из междометий, эмоционально окрашенных знаков. Дает возможность произвести впечатление. Именно эта функция связана с субъективной информацией, отвечает за эмоциональный окрас любой коммуникации. Вся художественная литература определяется не только поэтической функцией, но и эмотивной, ведь беллетристика пытается раскрыть душу, создать индивидуальный образ, вызвать определённые эмоции. Интересно, что эмотивная функция в пределах интернета более всего реализована в социальных сетях и у блогеров. Социальные сети ввиду своего

⁶ Там же. С. 198.

⁷ Там же.

⁸ Bühler K. Die Axiomatik der Sprachwissenschaft, «Kant- Studien». 38, 1933, S. 19—90.

⁹ Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: "за" и "против". - М.: Прогресс, 1975. С. 203.

¹⁰ Там же. С. 198 – 200.

функционала предполагают детальную субъективизацию (индивидуализацию) образа. Именно посредством аккаунта и его информационного наполнения современный человек демонстрирует свою идентичность. А к примеру, качественный блогер дает максимально индивидуальную («живую») картинку, предельно субъективируя свой образ. Сам функционал социальных сетей, их платформенная особенность, состоящая из сотни ползунков, где конкретизируются различные параметры «жизненного мира» - их первичное коммуникативное ядро. То есть любой пользователь соцсетей, исходя из платформенной специфики, максимально субъективно себя репрезентирует. И соответственно самое нейтральное пользовательское сообщения будет окрашиваться в эти личностные тона на базовом уровне.

Конативная (апеллятивная, или усвоения) связана с выделением получателя (адресата).¹¹ Это – призыв, императив. Он располагается вне логической двойственности истинного-ложного. Любая религиозная проповедь маркирована этой функцией, ведь гомилия – это божественный вдохновенный вызов, призыв к действию или моральному выбору. Просто исходя из того, что религиозный дискурс императивен в своей сути, он не подлежит научной критике, ведь функционирование религиозного языка апеллирует к внелогичным формам.

Коммуникативная (референтная) акцентирует свое внимание на самом содержании сообщения. Она сконцентрирована на контексте, или референте, коммуникации. Повседневная речь в своем прикладном, прагматичном аспекте основывается именно на этой языковой функции.

Фатическая определяется самим каналом или инструментом передачи сообщения.¹² Она связана с самой возможностью сообщения и способом ее реализации. Фатическая функция занята самим наличием сообщения: налаживание или прерывание коммуникации, проверка канала (платформы) коммуникации. «Именно фатическая функция языка является единственной функцией, общей для них и для людей. Эту функцию первой усваивают дети; стремление вступать в коммуникацию появляется у них гораздо раньше способности передавать или принимать информативные сообщения»¹³.

Мы используем громадный спектр различных сообщений (диалоги, риторические формулировки), которые пытаются выполнить одну задачу – контроль и регулирование коммуникации как таковой. Эта функция, кстати, объединяет нас с говорящими птицами (поддержка коммуникации как таковой). Общеизвестно, что дети в своем языковом развитии начинают именно с этой функции. Именно в социальных сетях усиливается значение фатической функции, ведь большая часть сообщений состоит именно из этих риторических форм «взаимного поглаживания». Важно отметить, что в сетевом мышлении фатическая функция преобразуется и усовершенствуется в принцип «лояльности». В данном случае акцент смещается: простой поддержки или

¹¹ Там же. С. 200 – 201.

¹² Там же. С. 201.

¹³ Там же.

установки контакта недостаточно, необходимо вовлечение адресата, закрепление его на определенном канале.

Функционал (комментарии, лайки, репосты), таким образом, не только обеспечивает обратную связь, но и гарантирует глубокое включение в работу контакта, канала. В конечном итоге, некогда господствующая, референтная, функция сменяется фатической; по причине господства социальных сетей и их функционала. Для усвоения или популяризации определенного сообщения требуются совершенно иные, отличные от классических, требования, связанные с усовершенствованием фатической функции. То же самое касается и миссионерской проповеди в сетевых сообществах; она будет индивидуализироваться, при этом уровень ее успеха будет зависеть не от качества содержания или мастерства подачи, а исходя из степени вовлеченности аудитории, фиксированности публики на определенном контакте, источнике, адресанте.

Метаязыковая как раз занята идентичностью высказывания, поиском точных формулировок.¹⁴ Надо помнить, что это не просто узкая сфера «языка о языке». Метаязыковая функция возникает в бытовой речи в каждый момент, когда возникает ситуация непонимания, когда референтная функция заводит коммуникацию в тупик. С этого и начинается прощупывание, проверка самого кода; насколько правилен и адекватен используемый язык.

Поэтическая сосредоточена на самом сообщении как таковом, не опосредованная референтом, контактом или адресатом.¹⁵ Самое интересное, что вершина религиозного дискурса совмещает в себе типично конативную и, как ни странно, поэтическую функцию языка. Для примера, библейские Псалтырь, «Песнь песней», или классические мистические трактаты Святых отцов (Григорий Богослов, Симеон Новый Богослов). Якобсон считал, что везде, в любом речевом акте, где существует самая элементарная стилизация, уже наличествует поэтическая функция.

Как же критиковали теорию языковых функций Р. Якобсона авторитетные исследователи? Советский семиотик Ю. М. Лотман оспаривал модель Р. Якобсона, указывая на то, что коды двух людей не могут быть абсолютно идентичны, при этом язык не может быть рассмотрен отдельно, его следует рассматривать как код с присущей ему историей. Согласно Ю. Лотману при полном совпадении кодов, то есть взаимно однозначном соответствии сказанного и воспринятого, потребность в коммуникации исчезла бы, а процесс коммуникации превратился бы в передачу команд¹⁶. В работе «Реквием по масс-медиа» французский мыслитель Жан Бодрийяр поддерживает модель коммуникативных актов за авторством Р. Якобсона, считая его теорию объективной и научной, но поясняет, что она «довольствуется формализацией эмпирических данных, абстрагированием от очевидного и от переживаемой реальности, то есть от идеологических категорий, используемых для

¹⁴ Там же. С. 201 – 202.

¹⁵ Там же. С. 202 – 203.

¹⁶ См. Назарчук А.В. Теория коммуникации в современной философии. – Москва: Прогресс-Традиция, 2009. С. 186 – 189.

объяснения определённого типа социальной связи – того, в котором один говорит, а другой – нет, в котором один имеет право на выбор кода, другой же – свободен единственно подчиниться ему или уклониться»¹⁷.

Действие языковых функций в церковном блогинге

Все из перечисленных элементов коммуникативного акта теории Р. Якобсона в современной сетевой культуре получили необходимую модификацию, а соответственно и сами функции языка были подвергнуты видоизменениям. Прежде всего, трансформация коснулась эмотивной и фатической функций. Господство референтной и конативной функций подвергается сомнению. Кроме того, на основании указанных изменений можно подтвердить правоту классического маклюэновского выражения «средство коммуникации есть сообщение»¹⁸, даже несмотря на то, что самой* максиме М. Маклюэна уже более полсотни лет и она сама за этот небольшой пережила времени пережила новую («цифровую») коммуникативную революцию. Коммуникативные средства действительно не только способствуют изменению содержания, но и сами претендуют на роль сообщения.

Итак, на коммуникативную сцену выдвигаются, как уже говорилось, раздувающиеся – фатическая и эмотивная. В действительности, тот расцвет электронных социальных сетей обязан усилению этих функций, и наоборот, без всеобщей увлеченности сетевой сферой мы бы не увидели того доминанта эмотивной и фатической функций. Тот же самый религиозный (миссионерский) дискурс, основывающийся на конативной и референтной функции, в социальных сетях трансформируется, сообразуясь с протоколами эмотивной и фатической.

Образ безвестного проповедника-пророка, декларирующего Божью весть и призывающего к моральному выбору (нравственный императив конативной функции), в ответ на реальную проблему этического падения, социального разложения (референтная функция), уходит в небытия, подменяется иной фигурой. Это фигура конкретного пользователя, индивидуализированного персонажа, где фундаментально анонимная декларация-весть (Люби! Покаяйся! Верь!) максимально приватизируется, оказывается симптоматикой ограниченного круга детализировано прописанных персонажей. Происходит смещение с процесса усвоения Декларации на состояние вовлеченности в канал связи с адресантом Декларации.

Потребители сетевого контента на интуитивном уровне не фокусируются на содержании (референте) проповеди, но сосредотачиваются на каналах-контактах ее передачи, концентрируясь на личностных аспектах, индивидуализированных чертах отправителя. Учитывая сложность сетевого мышления и коммуникативного поведения в цифровой культуре, когда у

¹⁷ Бодрийяр Жан. Реквием по масс-медиа (рус.) // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии ИС РАН. М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. С. 213

¹⁸ См. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. — Перевод с английского: В. Г. Николаев. — М., 2003.

стандартного пользователя насчитываются десятки или сотни каналов общения, и коммуникативный опыт связан с рецепцией множества разно адресных сообщений, возникает весьма противоречивая, даже абсурдистская картина. Именно отсюда идет такое расхожее понятие, как «клиповое мышление», ведь именно в контексте пролиферации коммуникативных каналов сообщения должны приобретать специфические черты, направленные на ускорение, лаконичность, понятность. В действительности, наш коммуникативный опыт насчитывает множество специфических связей и контактов, имеющих исключительно фатический характер. Мы также крепко вовлечены в какие-то специфические индивидуализированные каналы, где господствует эмотивная функция. Можно ли в подобных условиях говорить о нашем богатом коммуникативном и духовном «экспириенсе»?

Оказывается, что среднестатистический сетевой христианин и его коммуникативный опыт в большей степени состоит из специфических маркеров, закрепляющих нас к определенным кругам или сообществам, индивидуализирующих нас до статуса центра притяжения конкретных черт и характеристик. Все меньше – референтного, и больше – фатического. В сетевых сообществах нет анонимного христианства, ищут сугубо индивидуализированные и популяризованные опыты его изложения и коммуницирования с ним: от Осипова, Бабкина, Островского, Ткачева, Кураева. В этом и заключается содержательные трансформации христианского дискурса ввиду инструментального давления принципов и формата сетевых платформ.

Заключение

Влияние блогеров на интернет-пользователей в РФ, для которых сетевая культура в значительной степени заменил традиционные средства массовой информации для получения новостей, растет максимальными темпами. Появилось целое новое поколение молодых городских блогеров, способных донести свои видеоролики и текстовые посты до миллионов людей. YouTube и прочие социальные сети стали важнейшим источником контента в российском сегменте Интернета. Безусловно, самый популярный контент связан с развлечениями, рэп-баттлами, комедийными шоу, музыкальными обзорами, техническими руководствами, исследовательскими экспериментами и подростковыми «челленджами», а не с политическими и социальными вопросами, не говоря уже о конфессиональной проблематике. Однако мнение церковных блогеров становится важным и для простых верующих, принадлежащих к Русской Православной Церкви в современной России. Самый популярный контент, содержащий материалы о русском Православии, был создан не медиакорпорациями, религиозными организациями или профессионалами в области СМИ, а блогерами, которые комментируют новости, выражают свое мнение о текущих событиях.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа (рус.) // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии ИС РАН. М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. С. 194 – 226.
2. Иванян Э. А. Якобсон Роман Осипович // Энциклопедия российско-американских отношений. XVIII—XX века. — М.: Международные отношения, 2001. С. 636.
3. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. — Перевод с английского: В. Г. Николаев. — М., 2003.
4. Назарчук А. В. Теория коммуникации в современной философии. — Москва: Прогресс-Традиция, 2009. С. 186 – 189.
5. Соссюр Ф. де. Труды по языкознанию / Пер. с франц. яз. под ред. А. А. Холодовича; Ред. М. А. Оборина; Предисл. проф. Н. С. Чемоданова. — М.: Прогресс, 1977. — 696, [2] с.
6. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика // Структурализм: "за" и "против". - М.: Прогресс, 1975. С. 193 – 231.
7. Buhler K. Die Axiomatik der Sprachwissenschaft, «Kant- Studien». 38, 1933, S. 19—90.
8. Sapir E., Language, New York, 1921.
9. Stahle H. Russian church in the digital era: mediatization of orthodoxy. - Abingdon, Oxon; New York, NY : Routledge, 2021.

*Priest Maxim Mishchenko
(Mishchenko Maxim Alexandrovich)
Smolensk Orthodox Theological Seminary*

A look at the phenomenon of the "church blog"

from the point of view of R. Jacobson's theory of communication

Abstract: this article presents an analysis of such a modern phenomenon as the Christian mission on the Internet, in particular, missionary practices within the platform of "social networks". The main missionary principle of the Christian Church: The Church must communicate with the real or potential flock. The sphere of communication is currently concentrated in social media. Two separate provisions - the urgent appeal of the Christian Mission and social networks as the center of communication processes - form a logical statement about the need for the Church to be in social networks. The phenomenon of the "church blog" is evaluated from the point of view of R. Jacobson's theory of communication.

Keywords: social networks, Internet, Christianity, missionary work, communications, mission, Church.

References

- Baudrillard J. Requiem for mass media (Russian) // Poetics and Politics. Almanac of the Russian-French Center for Sociology and Philosophy of the IS RAS. Moscow: Institute of Experimental Sociology, St. Petersburg: Aleteyya, 1999, pp. 194 – 226.
- Ivanyan E. A. Yakobson Roman Osipovich // Encyclopedia of Russian-American Relations. XVIII-XX centuries. - M.: International relations, 2001. S. 636.

- McLuhan G. M. Understanding the Media: Human External Extensions. - Translation from English: V. G. Nikolaev. - M., 2003.
- Nazarchuk A. V. Communication theory in modern philosophy. - Moscow: Progress-Tradition, 2009. S. 186 - 189.
- Saussure F. de. Proceedings on linguistics / Per. from French lang. ed. A. A. Kholodovich; Ed. M. A. Oborina; Foreword prof. N. S. Chemodanova. — M.: Progress, 1977. — 696, [2] p.
- Jakobson R. Linguistics and poetics // Structuralism: "for" and "against". - M.: Progress, 1975. S. 193 - 231.
- Bühler K. Die Axiomatik der Sprachwissenschaft, «Kant- Studien». 38, 1933, S. 19—90.
- Sapir E., Language, New York, 1921.
- Stahle H. Russian church in the digital era: mediatization of orthodoxy. - Abingdon, Oxon; New York, NY : Routledge, 2021.