

МГУ имени М.В. ЛОМОНОСОВА
ФИЛОСОФСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
МОСКОВСКОЕ РЕЛИГИОВЕДЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО

БУДУЩЕЕ РЕЛИГИИ В ЕВРОПЕ

С б о р н и к с т а т е й

Санкт-Петербург АЛЕТЕЙЯ 2010

УДК 261.8
ББК 86.2
Б90

Редколлегия альманаха:
И. Х. Максutow (главный редактор),
О. К. Горева (ученый секретарь),
М. В. Бабкова, С. А. Воронцов, И. Л. Крупник,
Д. В. Мельничук, Е. В. Сергеева, К. П. Трофимова

Б90 Будущее религии в Европе: сборник статей / под ред. И. Х. Максutow, О. К. Горовой. — СПб. : Алетейя, 2010. — 288 с.

ISBN 978-5-91419-384-0

Сборник статей составлен по материалам конференции «Будущее религии в Европе», проведенной Московским религиозноведческим обществом на философском факультете МГУ им. М. В. Ломоносова с 14 по 16 мая 2009 года. Конференция собрала как российских, так и западных религиозноведов и стала местом плодотворных дискуссий о будущем отдельных конфессий в Европе и религии в целом.

Для религиозноведов, философов, историков, социологов, политологов и всех, кто интересуется академическим изучением религий.

УДК 261.8
ББК 86.2

ISBN 978-5-91419-384-0



© Московское религиозноведческое общество, 2010
© Философский факультет МГУ, 2010
© Издательство «Алетейя» (СПб.), 2010
© «Алетейя. Историческая книга», 2010

МЕХАНИЗМЫ НЕФОРМАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ПРАВОСЛАВНОМ ДИСКУРСЕ РОССИИ

ЛЕВКИЕВСКАЯ ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА

Институт славяноведения РАН

elena_levka@mail.ru

Abstract

This paper is devoted to general problem of communication in the modern Orthodox environment. An article focuses on analysis of mass ordinary consciousness, non-canonical forms of religiousness and different religious education. Modern social and cultural situation extends the sphere of religious discourse very rapidly as compared with Soviet period. Forming of modern Orthodox association into self-dependent subculture is put into creation of common communicative environment and a system of non-formal and non provided by the church relations. This forms of Orthodox communications includes creation of important texts (for example: formulas of greeting, speech cliché), the circle of communications, the forms of behavior, features of clothes, coiffure and so on. The forms provide with ample opportunity to identify the persons of one's own religious sphere. On the one hand the necessity of own Orthodox communicative environment creation is accounted for uniting processes inside religious association. On the other hand this basic tendency reflects separate processes inside Russian modern society and one's sharp stratification. The tendency is evidence that modern society stopped to realize itself as the whole and lost the common system of spiritual values and public opinion. An analysis of non-formal Orthodox texts is evidence the aspiration of investigating group to isolation inside one's religious environment.

Настоящая работа посвящена проблеме коммуникации в той среде, которая в разной степени соотносит себя с православной культурой. Необходимо сразу подчеркнуть, что объектом нашего исследования является массовое сознание с его расплывчатыми, некодифицированными формами религиозности, разной степенью религиозного образования и разной степенью воцерковленности. Но в любом случае речь идет о людях, которые сами себя называют православными, хотя их "православность" может принимать очень разные формы и подразумевать различный религиозный опыт.

Наиболее полный социологический анализ и классификация круга людей, называющих себя православными в современном обществе, были даны в работе В. Чесноковой [Чеснокова, 2005], которая по ряду релевантных показателей (частота посещения храма, исповедь и причастие,

регулярность чтения Евангелия, знание наизусть молитв, понимание церковнославянского языка, наличие в доме богослужебной литературы, включенность в социальную структуру церкви) выделяет пять основных групп: группа “О” — очень слабо воцерковленные (7,5% от общей выборки в 1500 человек); группа “С” — слабо воцерковленные (26,6% от общей выборки); группа “Н” — немного воцерковленные (20,2% от общей выборки); группа “П” — полувоцерковленные (27% от общей выборки); группа “Ц” — воцерковленные, или “церковный народ” (18,7% от общей выборки) [Чеснокова 2005, ч.1, с. 9–22, ч.3, с.5–14]. Современная субкультура этой среды стала предметом научного исследования лишь в последние двадцать лет и касалась, в основном, тех видов текстов, которые условно принято называть «православным» фольклором и которые имеют опознаваемые жанровые формы и устойчивый круг мотивов. Сюда относятся: легенды о праведниках, рассказы о чуде по молитвам к святым, церковные предания, эсхатологические предсказания, т. е. те формы, которые были издавна широко распространены, фиксировались фольклористами еще до революции и никуда не исчезали из народного узуса и в советский период. Фольклористический анализ прихрамовой среды (в основном “церковного народа”) и порождаемых ею концептов и текстов дан в ряде фольклористических исследований и был обобщен в работе А. В. Тарабукиной [Тарабукина 2000].

Однако за гранью внимания исследователей оказались те формы с размытыми жанровыми признаками и различной прагматической направленностью, которые ближе к повседневной речи, чем к фольклорному тексту. При этом их роль в формировании православного дискурса не менее велика, чем роль собственно фольклорных текстов. К числу таких речевых форм относятся: различные этикетные формулы, направленные на установление контакта (формулы приветствия, прощания, благодарности, извинения, знакомства, просьбы, обращения и т. д.); ситуативные диалоги (информационные, просветительские, дискуссионные), возникающие между воцерковленными и новообращенными; рассказы «на случай» разного содержания (чаще всего почерпнутые из собственного религиозного опыта или услышанные в церкви), призывы, поучения, запреты и предписания, направленные на кодификацию поведения православного человека, и многое другое. Можно сказать, что объединяет эти тексты стихия повседневности. В силу этого они трудноуловимы и плохо поддаются фиксации.

Современная социокультурная ситуация значительно расширила рамки православного дискурса по сравнению с советской эпохой (причем это расширение произошло резко, фактически одномоментным) — в него в той или иной степени оказались вовлечены самые разные слои общества, в том числе и те, которые до недавнего времени не имели никакого религиозного знания и церковного опыта. Все это породило в православном ком-

муникативном пространстве довольно противоречивую ситуацию — с одной стороны, в нем с легкостью можно проследить тенденции, идущие еще от советской эпохи — стремление к замкнутости среды общения в рамках церковной общины и в силу этого отказ от социализации в мирской жизни; ощущение собственной избранности в силу обладания сакральным знанием, недоступным другим; обладание специфическим речевым стилем «православного человека», приближающимся к социодialeкту. С другой стороны, изменение статуса Православной церкви с полузапрещенного и гонимого до почти государственного и привилегированного, привело к расширению, а вместе с ним к размытости религиозного дискурса и проникновению его в такие сферы, в каких раньше его представить было просто невозможно — от официально-государственной до торгово-рыночной. Здесь можно вспомнить, в частности, информационные программы на телевидении, обязательно включающие сообщения о православных праздниках, визитах, встречах и заявлениях Патриарха и других иерархов церкви, трансляцию Рождественских и Пасхальных богослужений и, наряду с этим, — рекламу «православных» товаров и услуг, индустрию церковной утвари, православного паломничества, образования, книгоиздания, погребального ритуала, продуктов питания, одежды и т. д., что свидетельствует о становлении в обществе субкультуры, запросы и потребности которой учитываются как рынком, так и средствами массовой информации.

Формирование современного православного сообщества (идущее, к слову сказать, трудными и неоднозначными путями) как самостоятельной субкультуры, начинающей все больше и больше осознавать необходимость единения, происходит не только через церковную жизнь, но и через систему неформальных внецерковных или околоцерковных коммуникаций, а также через создание единого коммуникативного пространства, которое включает в себя создание корпуса прецедентных текстов (в том числе формул приветствия, речевых клише, круга чтения и общения, форм поведения, типов одежды и прически и т. д.), позволяющих опознать людей «своей среды». Такое коммуникативное пространство подразумевает не только участие в церковной жизни, но и построение многочисленных каналов коммуникации между православными (вернее, между всеми, кто таковыми себя считает) и их взаимодействие друг с другом в мирской жизни, в обществе, которое позиционирует себя светским и индифферентным по отношению к религии. Это касается самых разных сторон мирской жизни и сугубо бытовых и жизненных потребностей: поисков православной няни для ребенка или помещения его в православную гимназию, потребности вступить в брак с человеком одной с тобой веры, сдать жилье людям, чья порядочность была бы гарантирована их религиозными убеждениями, получить помощь от православного врача, пообедать в столовой, которая бы учитывала интересы постящегося человека и т. д. С одной стороны, острую потребность в создании общего коммуникативного пространства