

ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВА РЕЛИГИОЗНЫХ РЕСУРСОВ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Игорь Шашков
(Киев, Украина)

У статті розглянуто лінгвокультурологічний і лінгвопрагматичний аспекти організації інтернет-спільнот релігійних ресурсів. Автор досліджує мережеві співтовариства релігійних інтернет-ресурсів як потенційний об'єкт для реалізації маніпулятивно-мовленнєвого впливу з використанням сугестивних мовних засобів.

Ключові слова: мовна картина світу, віртуальна релігійна спільнота, мережеві спільноти, сугестивно-лінгвістичний вплив.

В статье рассматриваются лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты организации интернет-сообществ религиозных ресурсов. Автор исследует сетевые сообщества религиозных интернет-ресурсов как потенциальный объект для реализации манипулятивно-речевого воздействия с использованием суггестивных языковых средств.

Ключевые слова: языковая картина мира, виртуальное религиозное сообщество, сетевые сообщества, суггестивно-лингвистическое воздействие.

The article deals with the lingvoculturological and lingvopractical aspects of organizing internet communities of religious resources. The author researches the religious network societies as the potential object of linguistic and manipulative influence with the use of suggestive language tools.

Key words: linguistic view of the world, virtual religious society, network societies, suggestive and linguistic influence.

Актуальность исследования. Современные гуманитарные исследования Интернета невозможны без обращения к его значимому модусу – человеку. «Особенно активизировалось изучение средств языка в коммуникации в связи с личностями участников общения, прежде всего их физиологическими, психологическими, социальными, когнитивными и другими проявлениями» [1, с. 5]. Складывающаяся «антропоцентрическая парадигма характеризуется переключением интересов исследователя с объектов познания на субъект, т.е. анализируется человек в языке и язык в человеке», «человек познает мир через осознание себя, своей теоретической и предметной деятельности в нем» [10, с. 10-13].

Антропоцентричность Интернета можно проследить на примере формирования *социальных сетей*, которые в интернет-коммуникации реализуются как *речевые сообщества*. Поскольку понятие *социальная сеть* все активнее входит в арсенал самых различных наук, мы можем говорить о его терминологическом становлении.

Цель статьи – исследовать лингвокультурологический и когнитивно-прагматический аспекты организации и функционирования интернет-сообществ религиозных ресурсов.

Задачи исследования: 1) определить лингвокультурологический и когнитивно-прагматический аспекты организации интернет-сообществ религиозных ресурсов; 2) исследовать интернет-сообщества религиозных ресурсов как потенциальный объект применения манипулятивных технологий.

Теория социальных сетей (от англ.: *social network analysis*) была предложена Д.Барнесом. Исследователь в 1954 впервые системно использовал термин *социальные сети* для обозначения образцов связей/ узлов, обобщив концепты, традиционно используемые социологами для обозначения объединенных групп с определенными интересами и социальными признаками. «В рамках этой теории считается, что сеть социальных взаимодействий образуется из социальных акторов и взаимосвязей между ними» [3, с. 644]. В последующие годы проблемы исследования социальных сетей поднимались в трудах А.Рапопорта, М.Эверетта, Л.Фримана, М.Грановеттера, Е.Горошко, Л.Компанцевой.

Теория социальных сетей получила широкое обоснование в работах М.Ньюмана. Автор предложил технологическое определение социальных сетей на основе таких принципов, как степень распространенности, кластеризация, сетевая корреляция, графовые модели, модели роста разрастания сети и предпочитаемых контактов. М.Ньюман выделил ряд определений компонента, являющегося фундаментальной единицей, образующей структуру социальной сети, так в работе используется термин *вертекс* (англ.: *vertex*), который в физических и компьютерных науках именовался бы как *сайт* (англ.: *site*) или *узел* (англ.: *node*), в социологии – как *актором* (англ.: *actor*) [13, с.5].

Рассмотрим еще ряд определений СС. «Под социальной сетью на качественном уровне понимается социальная структура, состоящая из множества агентов и определенного на нем множества отношений (совокупности связей между агентами, например, знакомства, дружбы, сотрудничества, коммуникации)» [4, с. 5]. СС играют важную роль в установлении каналов социальной коммуникации и реализации социальных потребностей. Наличие субъектно-объектной категории отношений свидетельствует о том, что в коммуникативном пространстве СС существуют определенные правила организации языкового кода и оформления информационного потока. «Основой субъективного фактора являются когнитивно-психологические, <...> духовные связи людей, которые вступили в общение» [1, с. 11].

Считаем уместным предположить, что СС состоит из числа акторов (индивидов, социальных групп, организаций, команд, компаний, городов, стран и т.д.), объединенных единым типом взаимодействия, степенью интенсивностью коммуникативной интеракции.

В настоящее время к одному из характерных признаков информационно-коммуникативного общества можно отнести формирование глобальной социальной общности, реализующей коммуникативные цели в интернет-пространстве. Общение происходит в виртуальном формате, т.е. компьютерно-опосредованном.

Для нашего исследования интерес представляет определение *виртуального сообщества*, определяемого как «социальная сеть индивидуальностей, взаимодействующих друг с другом посредством специфического средства общения <...> с целью достижения взаимных интересов и целей» [15]. «Часто под *сетевыми коммуникациями* подразумеваются коммуникации, протекающие в сетевом обществе» [3, с.543], с помощью текстов и сообщений, функционирующих в Сети, тем самым доказывая идею о том, что «сообщение является средством коммуникации» (М.Маклюэн). «Современная лингвистическая прагматика рассматривает широкий круг проблем, связанных, фактически, со всеми модусами существования языка, прежде всего составляющими коммуникативной деятельности людей: адресантом, адресатом, их отношениями, контекстом и ситуацией общения, каналами коммуникации и т.д.» [1, с.6]. С когнитивно-прагматической точки зрения, можем утверждать, что в СС реализуются близкие коммуникативные интенции, иллюкутивные установки участников процесса коммуникации.

«Сеть – это множество сайтов, каждый из которых имеет свою аудиторию, а потому она эффективна только как средство групповой коммуникации» [9, с. 6]. «Сетью можно не только пользоваться, в ней можно жить. Это уникальная территория общения в реальном времени, открывающая перед пользователем невиданные раньше возможности раскрытия

своего Я и постижения Я другого» [11, с. 4]. В формировании СС особую актуальность приобретают социальный статус, система межличностных отношений посетителей СС, освоение ими норм узуальной коммуникации. «Социальные связи – это совокупность осознанных или неосознанных, необходимых и случайных, устойчивых и спонтанных зависимостей одних социальных субъектов и объектов от других, их воздействия друг на друга, это комплекс факторов, обеспечивающих совместную деятельность индивидов в социальных общностях, объединяя их в функциональное целое, способное к устойчивости и развитию» [14].

В.Н.Щербина отмечает некоторые социально-коммуникативные условия возникновения любого киберсообщества: 1) наличие возможности «какой-либо формы идентификации индивида» (от псевдонима, ника, фото, изображения, информации и характерных данных автора); 2) «наличие механизма контроля»; 3) общая история – «фактор идентификации индивида на сверхиндивидуальном основании, в рамках совместной деятельности»; 4) «возможность влияния членов на формирование правил коммуникации»; 5) «единство целеполагания и достигаемое на этой основе взаимное доверие» [12, с. 72].

Основываясь на перечисленных определениях СС, мы имеем возможность обозначить их характерные параметры:

1. СС имеют несколько сторон организации: техническую, социальную, лингвистическую и др. Компьютерно-опосредованная коммуникация в СС осуществляется с учетом интересов, коммуникативных интенций и иллокутивных установок представителей данной социальной сети, посредством текстовых сообщений.

2. СС основывается на множественных коммуникациях по принципу: *один → одному, один → многим, многие → многим.*

3. СС предполагает свою дискурсивную организацию. Характерный для данной СС дискурс как система ограничений, формирует определенный тип виртуального поведения в Сети.

4. Каждой СС присущи свои коммуникативные нормы. Знание норм определяет возможность вхождения личности в СС.

5. СС предоставляет возможности формирования Я/Мы-дискурса. Самопрезентация личности в Сети реализуется через всевозможные ники; аватары; изображения, сопровождающие процесс коммуникации в Сети.

6. В СС статус личности формируется через речевой поступок (РП), параметры которого определяются лидерами мнения и ретрансляторами информации. «В той мере, в какой процесс общения связан с социально-психологическими характеристиками его участников, анализ речевого поведения должен совмещать коммуникативно-стилистические наблюдения с последними» [2, с. 5].

7. СС предоставляют возможности глобальных манипулятивных воздействий, потому что а) представители СС подвержены воздействию лидеров мнения; б) представители одной и той же СС обладают схожими иллокутивными установками; в) формирование СС предполагает возможность использования определенных коммуникативных стратегий и тактик, успех применения которых гарантирован, прежде всего, массовостью распространения информации.

Мы полагаем, что «круг своих» – значимая коммуникативная единица организации СС, а потому СС может быть рассмотрена как речевое сообщество, что обуславливается рядом параметров:

1) СС состоит из языковых личностей со схожими проблемами, целями, коммуникативными интенциями. Участники коммуникативного процесса той или иной СС зачастую стремятся достичь определенных целей в самореализации, получении другого статуса, пусть даже виртуального, переустановки ценностей и интересов в желании изменить самих себя;

2) сетевым сообществам присущи определенные поведенческие характеристики, которые принадлежат к числу основных аспектов модификации языковой личности. «Поведенческие характеристики языковой личности – это совокупность вербальных и невербальных индексов, определяющих языковую личность как индивидуума или как тип. В самом широком плане, говоря о человеке в аспекте его коммуникативного поведения, мы имеем в виду прагматические параметры языковой личности, т.е. рассматриваем общение как деятельность, имеющую мотивы, цели, стратегии и способы их реализации» [6, с.45]. Так, например мотивы определяются иллюкутивными установками посетителей сайта. Считаем, что список иллюкутивных установок достаточно обширен, но основной мотив любого посетителя религиозного сайта заключается в самореализации в процессе коммуникативной интеракции;

3) члены сетевого сообщества имеют определенный набор сетевых контактов, которые определяют глубину и эффективность их коммуникативной интеракции; в сетевой коммуникации реализуются информационную, фатическая, познавательная, воздействующая функции;

4) любое сетевое сообщество обладает своими узальными нормами общения, этикетом, традициями, универсальностью и пр. (например, расписание и регулярное посещение богослужений, ритуалы, размер пожертвований и т.д.). *«Посещая богослужения вы исполняете Писание, которое заповедует находиться в общении с верующими во Христа, пребывать в Слове Божьем и молитве»* (<http://www.churchnl.vitebsk.by/003.htm>);

5) миссия религиозного сообщества реализуется на всех уровнях организации коммуникации – в именовании сообществ и их представителей, слоганах и пр.: *«Сибирский союз студентов-христиан»* (<http://www.ccsx.narod.ru/>); *Миссионерский союз «Свет на Востоке»* (www.ljo.ru/); *«Дом Ангелов»* (www.aha.ru/~angelina); *«Павликианское Командорство Ордена Тамплиеров»* (members.tripod.com/~tamplier/); *«Православное общество христиан-трезвенников Братца Иоанна Чурикова»* (<http://www.trezvograd.ru/>); *«Царство Божие – каждому дому»* (Семейная Церковь Благодати. – <http://www.gfchurch.com/ru/pages/aboutus>); *«...наш основной принцип – это забота членов церкви друг о друге»* (Церковь Христиан Веры Евангельской. – <http://www.mgnc.org/index.php>); *«Наши ЦЕЛИ – приумножение славы Божией»* (Христианская Церковь «Благодарение». – <http://blagodaten.narod.ru/Whowe/targets.html>).

Рассмотрим реализацию отмеченных принципов на примере дискурсивной деятельности **Церкви Евангельских Христиан.**

«О Церкви Наша миссия. Каждый человек, переживший на себе Божью любовь, становится носителем и проводником этой любви на всяком месте, во всякое время, распространяя, таким образом, Царство Божье. **Наша цель** Только счастливый человек может сделать счастливым других. Продолжая расти в Божьей любви, мы хотим, чтобы все люди на Земле, начиная с наших семей, друзей, коллег по работе, соседей и т.д. пережили Божью любовь и были счастливы с Богом уже здесь на Земле и, тем более, с Ним в вечности.

Наша задача. Благодаря возможности каждый день переживать Божью любовь и наполняться ею, наша жизнь становится всё ярче и радостней. Каждый из нас гармонично развивается как личность, обогащая себя и других, через правильные отношения друг с другом.

Во что мы верим. Библия – это живое слово Божье к человеку. Эта книга дает достоверные знания о Боге, о человеке, о будущем. На основании того, что сказано в Библии мы верим, что: «Единый Бог есть творец всего видимого и невидимого мира. Весь мир Он сотворил Своим словом. Человек был создан из праха земного и «вдул в Него Бог дыхание жизни и стал человек душой живою» (Быт. 2:7) Человек, как венец творения был сотворен для общения с Богом.

В приведенном примере мы имеем возможность проследить некоторые перечисленных характеристик сформировавшегося религиозного СС:

1) фатическая функция виртуальной коммуникации реализуется через создание «круга своих», посредством речевой стратегии – обобщения, которую можем проследить в следующих используемых словах и словосочетаниях: *каждый человек, который...; все люди на Земле; наши семьи, друзья, коллеги по работе и т.д.*;

2) в исследуемом дискурсе акцентированы концепты *любовь, добро, свет, любовь, благое деяние*, представленные в следующих ассоциациях: *Божья любовь; Царство Божье; Вечность; радостная яркая жизнь; гармоничное развитие личности, счастливая жизнь, обретение счастья через служение Богу, Бог – единый создатель и творец всего живого на Земле, человек – прах земной и своим существованием он обязан Богу, Бог дает возможность переживать любовь и счастье и т.д.* Навязываемый ассоциативный ряд перемоделирует в выгодном для манипуляторов русле языковую картину мира и языковое сознание посетителей ресурсов;

3) иллюкативные установки членов религиозных СС реализуются через ассоциативные ряды, определяющие задачи и роли человека в жизни: *достижение счастья через служение Богу; человек, как венец творения, был создан для общения с Богом; Библия и вера в Библию определяют будущее, если человек обретет счастье с Богом на Земле, он будет счастлив с ним и вечности (символизирует спасение и вечную жизнь); вера в слово Божье; только счастливый человек (который верит и служит) способен сделать другого человека счастливым;*

4) формируется коммуникативная единица «круг своих» при помощи конструкция совместности, доверия:

Выводы. Таким образом, с лингвопрагматических позиций под социальными сетями мы можем понимать речевое сообщество, «круг своих», сформированный на основе единой информационно-коммуникативной деятельности. Когнитивно-прагматическая особенность СС религиозных интернет-ресурсов состоит в формировании единой языковой картины мира представителей СС на основе нового ассоциативного наполнения *концептов любовь, здоровье, счастье, вера*. Переосмысление значимых концептов определяет новый тип речевого поведения членов СС, их предрасположенность манипулятивному воздействию. С лингвокультурологической позиции СС представляют собой социальные структуры с присущими им лингвокультурологической историей, узуальными нормами коммуникативного поведения, моделями кодового переключения, особенностями самореализации языковых личностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Нариси з лінгвістичної прагматики: Монографія. – Львів: ПАІС, 2010. – 336с.
2. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий: Варианты речевого поведения. Изд. 2-е, стереотипное. – М.: КомКнига, 2005. – 176 с.
3. Горошко Е.И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: Монография. – Х.: ФЛП Либуркина Л.М., 2009 – 816 с.
4. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / Под ред. чл.-корр. РАН Д.А. Новикова. – М.: Изд-во физико-математической литературы, 2010. – 228 с.
5. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд.4-е, стереотипное. М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
6. Карасик В.И. Языковой круг, личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

7. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Ин-т языкознания АН СССР, 1991. – 495 с.
8. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл; СПб.: Лань, 2003. – 287с.
9. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета: Учеб. пособие. – М.: Ф-т журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
10. Маслова В.А. Современные направления в лингвистике: Учеб. пособие для студ. высш. заведений. – М.: Академия, 2007. – 272 с.
11. Сидорова М.Ю. Интернет-лингвистика: русский язык.. – М.: «1989.ру», 2006. – 240 с.
12. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа: Опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума». – Запорожье: Просвіта, Бердянський державний педагогічний інститут, 2001. – 228 с.
13. Newman M.E.J. The Structure and Function of Complex Networks. Режим доступа: http://arxiv.org/PS_cache/cond-mat/pdf/.
14. Социальные сети от А до Я. – Режим доступа: <http://www.social-networking.ru/az/25>.