

А. Г.-Б. Салахова
Челябинск, Россия

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОГО РЕЛИГИОЗНОГО МЕДИАДИСКУРСА (на материале сайтов Католической и Евангелической церкви Германии)

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются лингвистические особенности современного немецкого религиозного медиадискурса. Главной целью религиозной коммуникации в сети Интернет признается миссионерство, поскольку Интернет как современное средство массовой информации охватывает самые широкие слои общества. Основная задача религиозного дискурса в массмедиа заключается в формировании конфессиональной идентичности посетителей религиозных сайтов. Это достигается посредством трансформации религиозной (личной) идентичности, имеющейся у каждого верующего, в конфессиональную (социальную) идентичность. Особенностью немецкого религиозного медиадискурса является его поликодовый характер, актуализирующийся как на языковом, так и на когнитивном уровне. В качестве кодов выступают аудиовизуальные коды, реализующиеся на невербальном и паравербальном уровнях, вербальный код, а также культурный код, включающий когнитивные процессы речемыслительной деятельности индивида. Весь комплекс этих кодов воздействует на посетителя сайта с целью формирования у него необходимого, положительного образа верующего и модели социокультурного поведения, одобряемого в религиозном обществе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: религиозный медиадискурс; поликодовость; аудиовизуальные знаки; конфессиональная идентичность.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Салахова Аделина Гюль-Балаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкого языка факультета лингвистики и перевода, Челябинский государственный университет; адрес: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129; e-mail: adelina-salakhova@yandex.ru.

Бурное развитие информационного пространства и резко возрастающее значение информационно-коммуникационной среды Интернета обусловило возникновение еще одной сферы институциональной коммуникации — виртуальной коммуникации в глобальной коммуникативной сети [Асмус 2005; Калмыков 2009; Лутовинова 2009 и др.]. Церковь как религиозный общественный институт также активно использует ресурсы Интернета с конца 80-х гг. прошлого века. В условиях секуляризации современного индустриального общества характерной чертой развития личности признается кризис этнокультурной — национальной и религиозной — идентичности, который оказывает все большее влияние на социальные и политические процессы (подробнее см.: [Лингвистические аспекты... 2012]). Поэтому одной из центральных задач религиозных организаций во всем мире становится доступ к средствам массовой коммуникации и использование различных каналов СМИ для популяризации, продвижения и распространения своего мировоззрения, поиска единомышленников и новых клиентов (термин В. И. Карасика [Карасик 2004: 250]).

Традиционные способы использования религиозными организациями Германии в своих целях СМИ, в которые входят печатная периодика («Die Tagespost», «Christ in der Gegenwart», «Der Wachturm» и др.), радиостанции («Bibel.TV»), а также отдельные телеканалы и телепередачи («Katholische / Evangelische Morgenfeier — Bayern 1», «Fernsehgottesdienst — ZDF», «Kirche im SWR» и т. д.), в начале XXI в. пополняются не только за счет создания онлайн-версий, медиатек радио- и телевидения, но и путем создания религиозных интернет-ресурсов. Особое место в немецкоязычной религиозной интернет-коммуникации занимают официальные сайты христианских деноминаций: *katholisch.de* (сайт Католической церкви Германии) и *ekd.de* (сайт Евангелической церкви Германии). Это объясняется в первую очередь все возрастающим влиянием Интернета на личную и социальную жизнь каждо-

го человека, что позволяет вовлекать посетителя сайта в религиозную жизнь общины и способствует его самоидентификации.

Как отмечает К. В. Лученко, на сегодняшний день Интернет является «одним из основных каналов распространения информации о религии, важной площадкой информационно-коммуникационного обмена внутри религиозных организаций и одним из средств для осознания индивидуумом своей культурной и религиозной идентичности» [Лученко 2009: 3].

При этом следует различать религиозную и конфессиональную идентичность. Вслед за Р. В. Нуруллиной под религиозной идентичностью мы понимаем идентичность персонального уровня, под конфессиональной — социального [Нуруллина 2010: 14—15]. Данное разграничение основывается, с одной стороны, на иррациональности веры, не требующей внешних доказательств, и, с другой стороны, на рационализации веры, нуждающейся в ритуализации религиозных действий. Следовательно, религиозная идентичность представляет собой внутреннее признание существования религиозного, иррационального мира, не нуждающегося в каких-либо доказательствах. В свою очередь, конфессиональная идентичность образуется религиозными практиками и представляет собой социальную позицию индивида, формируемую в процессе его конфессионализации. Становление религиозной идентичности происходит с помощью механизма идентификации и самоидентификации, а конфессиональной идентичности — в процессе социализации личности в общественном институте церкви. Именно на формирование второго типа идентичности направлен религиозный медиадискурс. Под медиадискурсом, вслед за Н. Ф. Алефиренко, мы понимаем «речемыслительное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и другими факторами, что, собственно, и делает его „привлекательным“ и многообещающим для осмысления речетворче-

ских стимулов и деятельности журналиста» [Алефиренко 2009: 31].

Основными задачами религиозного медиадискурса признаются миссионерство, поддержание целостности религиозной общины, а также информационный обмен. В рамках данной статьи мы рассмотрим реализацию основных задач религиозного медиадискурса на примере сайтов Католической и Евангелической церквей Германии. В центре нашего внимания находятся проблемы коммуникативного воздействия поликодовых текстов, представленных на данных сайтах.

Под поликодовым текстом мы понимаем «текст, построенный на соединении в едином графическом пространстве семиотически гетерогенных составляющих — вербального текста в устной или письменной форме, изображения, а также знаков иной природы» [Сонин 2005: 117], т. е. знаков, выполняющих семиотические функции и воспринимаемых пятью органами чувств. Могут использоваться такие семиотические системы, как изображение, музыка и др. Традиционно различают вербальный и невербальный компоненты в поликодовых текстах. При этом под вербальным компонентом принято понимать языковые семиотические знаки, а под невербальным — аудиовизуальные знаки, сопровождающие устный или письменный текст. На большое разнообразие изобразительных компонентов в письменной и устной форме коммуникации указывает Л. С. Большакова [Большакова 2008: 50].

Итак, проанализировав структуру сайтов Католической и Евангелической церквей Германии, можно заметить общие черты, способствующие формированию конфессиональной идентичности. Основными разделами сайтов являются «Aktuelles», где представлены новости христианской общины, «Glaube(n)», содержащий основы вероучения и предназначенный как для новичков, так и для посетителей с реализованной конфессиональной идентичностью. В этом разделе содержится информация о Библии (Unsere Bibel), тексты основных молитв (Gebete), литургия (Unser Gottesdienst / Predigten). В разделе «Kirche» содержится информация об отдельных епархиях и общинах. Однако наполнение рубрик на двух сайтах неоднородно, как и организация информации. Так, более структурированным признается сайт Евангелической церкви Германии, который в рубриках имеет четкое деление по темам и направлениям. Например, рубрика «EKD & Kirchen» подразделяется на темы «Gremien», «Kirchenamt», «Kirchengerichtsbarkeit», «Weitere Bereiche», «Kirchen», «Menschen», «Adressen», «Publikationen», «Reformprozess», в то время как на сайте Католической церкви есть «Deutschland» (церкви в Германии), «Vatikan» (Ватикан), «Orden» (жизнь и деятельность монахов), «Hilfswerke» (благотворительные проекты), «Verbände» (католические объединения и организации), «Medien» (СМИ). В каждой рубрике содержится информация, рассчитанная как на активного члена религиозной организации (в целях поддержания целостности религиозной общины и информационного обмена среди агентов и клиентов религиозного дискурса), так и на случайного посетителя сайта (миссионерская информация, просветительство, информационный обмен).

На вербальном уровне средствами конфессиональной идентичности выступают лексические единицы семантического поля «религия», местоимение «wir» в инклюзивной функции, лексические единицы с оценочной семантикой, как положительной, так и отрицательной, что наименее характерно для религиозного медиадискурса. Следует заметить, что как католический, так и протестантский сайты выделяют группу единомышленников по критерию приверженности к своей деноминации. На это указывают и названия сайтов: «katholisch» и «EKD: Evangelische Kirche in Deutschland». В качестве маркеров конфессиональной идентичности выступают не только прилагательные «католический / евангелический», но и прецедентные имена собственные, используемые авторами статей и выполняющие декларативную, информативную и прагматическую функции. Например: *Der Ratsvorsitzende der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD), Heinrich Bedford-Strohm, sieht die Debatte um die Sterbehilfe als hilfreich an, um die Versorgung schwerstkranker und sterbender Menschen in Deutschland zu verbessern.* / Глава Совета Евангелической церкви Германии (ЕЦГ) Генрих Бедфорд-Штром полагает, что дебаты на тему эвтаназии помогают улучшить уход за тяжело больными и умирающими людьми в Германии [URL]. Имя главы Совета ЕЦГ известно небольшому кругу верующих, поэтому автор статьи дополнительно называет пост, занимаемый Генрихом Бедфорд-Штромом. Таким образом, читатель узнает информацию о том, что говорящий занимает высокую ступень в иерархии ЕЦГ и, следовательно, обладает высоким авторитетом среди верующих и коллег. Говоря от своего имени, он выражает точку зрения всех протестантов Германии. В качестве примера конфессиональной идентификации в католической церкви приведем следующий отрывок: *Prägend für das gesamte Stadtbild ist der heilige Johannes Paul II. Der polnische Pontifex wuchs in der Nähe von Krakau auf... Teilnehmer der Reise war auch der Speyerer Bischof Karl-Heinz Wiesemann, Vorsitzender der Jugendkommission der Bischofskonferenz / Общее представление о городе формирует святой Иоанн Павел II. Польский понтифик вырос недалеко от Кракова... Участником поездки был также епископ Шрайера Карл Ганс Висман, председатель комиссии по делам молодежи при епископской конференции* [Michalzik 2015: 1]. В данном примере маркерами католичества и католической церкви выступают имена собственные *Иоанн Павел II* и *Карл Ганс Висман*. Если имя первого известно большому количеству христиан, то авторитет второго необходимо подчеркнуть дополнительным указанием на позицию в католической церкви. Прецедентное имя Папы Римского сопровождается прилагательными «heilig / святой», «polnisch / польский», а также существительным «Pontifex / понтифик», относящимся к лексико-семантическому полю «католичество». Имя Карла Ганса Висмана требует дополнительной информации, которая позволит доказать авторитетность его слов, заключаемой в приложения. Поэтому автор статьи указывает на его пост (епископ Шрайера) и место в церковной иерархии (председатель молодежной комиссии епископской конференции). Таким образом, значимость его

слов подчеркивается его профессиональными услугами в области теологии и молодежной политики католической церкви. Маркерами католичества в данном примере служат прецедентные феномены «Pontifex» и «Bischof».

В рубрике «Unsere Bibel» представлены вербальные и невербальные средства конфессиональной идентичности. Лексические единицы семантического поля «христианство» сопровождаются визуальными средствами — изображением древнего Евангелия. При этом как на католическом, так и на протестантском сайте при печати Священного Писания использовался готический шрифт (фрактур). Однако Библия на сайте ЕЦГ написана на ранненоверхненемецком языке, что свидетельствует о культурной специфике аудитории и отсылает к прецедентному феномену перевода Библии Мартином Лютером, основателем протестантизма. На сайте католической церкви изображена Библия на латыни, что указывает на то, что католическая вера распространена по всему миру и основным (официальным) языком католиков признана латынь. Таким образом, в религиозном медиадискурсе возникает поликодовый характер коммуникации, позволяющий воздействовать на посетителей сайтов, формировать их конфессиональную идентичность и принадлежность к группе «своих» не только на вербальном, но и на невербальном (визуальном) уровне, воздействующем в первую очередь на подсознание реципиента.

Еще один код, который используется в религиозном медиадискурсе, — это культурный код, который необходимо учитывать при анализе лингвистических особенностей религиозной медиакommunikation. Особенности использования культурного кода в религиозном интернет-дискурсе мы проанализируем на основе рубрики «Katholisch/ Evangelisch werden», представленной на сайте как Католической, так и Евангелической церкви Германии. Темы, предлагаемые посетителям сайта, направлены на колеблющихся и неверующих и преследуют миссионерские цели. В размещенных статьях религиозный медиадискурс выполняет в первую очередь апеллятивную функцию. Так, авторы апеллируют к общечеловеческим ценностям, традиции и чувствам. Например, в статье «Sind Sie noch unsicher?» приводятся 10 причин воцерковления (вступления в христианскую общину). Аргументируя необходимость принадлежности к христианскому обществу, автор указывает на реализацию каждого члена религиозной общины как личности, члена социально-культурного общества, живого существа.

Согласно исследованию Г. Хофстеде [Hofstede 2011: 105], для Германии характерен высокий уровень индивидуализма (индекс индивидуализма Германии составляет 67 баллов), т. е. основной ценностью общества признается самореализация и самосовершенствование. К реализации верующих как личностей автор апеллирует словами «verantwortungsbewusstes Leben / самосознательная, ответственная жизнь», «der ganze Mensch wird ernstgenommen und angenommen / человек воспринимается и признается как целое».

Одной из основных общечеловеческих ценностей является семья [Hills 2002: 5]. Принадлежность

к большой семье создает в человеке чувство защищенности, комфорта, собственной необходимости. Это самая важная функция, которую выполняет религия, — формирование в человеке чувства принадлежности к семье, социальной группе единомышленников. Апелляция к традиции и семейным ценностям достигается с помощью лексических единиц семантического поля «родственники», с семей «единство/ совместные действия», «wir» в инклюзивной функции, а также лексическими единицами с положительной оценкой. Например: *Wer die Kirche unterstützt, übt Solidarität mit den Schwachen und Benachteiligten. / Кто поддерживает церковь, тот проявляет солидарность со слабыми и обделенными* [URL]. В данном случае выражение «Solidarität üben» формирует чувство единства с социально незащищенными группами общества, что социально одобряемо в современной Германии. Такую же цель преследует предложение *In Krankenhäusern und anderen sozialen Einrichtungen der Kirche schaffen viele haupt- und ehrenamtlich Engagierte ein besonderes, menschliches Klima. / В больницах и других социальных учреждениях церкви большое количество волонтеров и работников создает особую человеческую атмосферу* [URL]. В данном примере сочетаются два кода: вербальный и культурный. Культурно и социально одобряемое поведение (волонтерство — «ehrenamtlich Engagierte») сочетается с положительно-оценочными лексическими единицами «besonderes» и «menschliches», апеллирующими к одной из базовых потребностей человека — потребности в безопасности. Так, член большой христианской семьи не только сможет реализовать себя, помочь другим, но и сам не останется в беде или нужде, если попадет в трудную жизненную ситуацию. Кроме того, в статье указывается на мировой масштаб христианской религии: *Wo immer Menschen hinkommen oder hinziehen, treffen sie auch die weltweite christliche Gemeinschaft. Dazu kann jede und jeder beitragen. / Куда бы ни попали люди во время поездок, они повсюду встретят христианские общины. И каждый может внести для этого свой посильный труд* [URL]. Таким образом, реципиент (читатель) понимает глобальный масштаб вероучения, а также возможность самореализации не только в рамках своей культуры, но и универсума.

Итак, развитие глобальной сети Интернет позволило расширить сферы влияния христианской церкви в области миссионерской деятельности посредством создания сайта и ведения религиозной интернет-коммуникации. Основными функциями религиозного медиадискурса выступают приобщение к религии, просветительская деятельность, формирование конфессиональной идентичности. Основной лингвистической особенностью религиозного медиадискурса является поликодовый характер его коммуникации. В качестве кодов выступают аудиовизуальные коды, реализующиеся на невербальном и паравербальном уровнях, вербальный код, а также культурный код, включающий когнитивные процессы речемыслительной деятельности индивида. Весь комплекс этих кодов воздействует на реципиента — посетителя сайта с целью формирования у него необходимого положительного образа верующего, христианина, католика/протестанта и,

как следствие, формирования модели социокультурного поведения, одобряемого в религиозном обществе соответствующей конфессии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алефиренко Н. Ф. Медиадискурс — *modus vivendi* на рубеже XX—XXI вв. // Вестн. Вятск. гуманит. ун-та. 2009. № 4 (2). С. 30—33.
2. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дис. ... канд. филол. наук. — Челябинск, 2005.
3. Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестн. Новгор. ун-та им. Ярослава Мудрого. 2008. № 49. С. 48—51.
4. Калмыков А. А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — М., 2009.
5. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — М.: Гнозис, 2004.
6. Лингвистические аспекты исследования идентичности личности в изменяющемся мире : коллектив. моногр. / под ред. Е. Н. Азначеевой. — Челябинск : Энциклопедия, 2012.
7. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Волгоград, 2009.
8. Лученко К. В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2009.

A. G.-B. Salakhova
Chelyabinsk, Russia

LINGUISTIC FEATURES OF THE GERMAN RELIGIOUS MEDIA DISCOURSE (on the material of websites of German Catholic and Evangelical Church)

ABSTRACT. *The article deals with linguistic features of the modern German religious media discourse. The main purpose of religious communication on the Internet is missionary as the Internet is the most popular mass media means which covers the broadest range of various sectors of society. The main task of religious discourse in the media is the formation of religious identity of religious sites visitors. This is achieved through the transformation of religious (personal) identity, available to every believer, into confessional (social) identity. A special feature of the German media discourse is its religious multi-code character which is actualized both linguistically and cognitively. These are audio-visual codes implemented on non-verbal and para-verbal levels, and a verbal code, as well as the cultural code, which is represented in cognitive processes of verbal and mental activity of the individual. The whole complex of these codes makes the site visitor form some special, positive image of the believer and the model of socio-cultural behavior which is accepted and approved in a religious society.*

KEYWORDS: *religious media discourse; polycode system; audiovisual signs; confessional identity.*

ABOUT THE AUTHOR: *Salakhova Adelina Gyl'-Balaevna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of German, Faculty of Linguistics and Translation, Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia.*

REFERENCES

1. Alefirenko N. F. Mediadiiskurs — *modus vivendi* na rubezhe XX—XXI vv. // Vestn. Vyatsk. gumanit. un-ta. 2009. № 4 (2). S. 30—33.
2. Asmus N. G. Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva : dis. ... kand. filol. nauk. — Chelyabinsk, 2005.
3. Bol'shakova L. S. O soderzhanii ponyatiya «polikodovyy tekst» // Vestn. Novgor. un-ta im. Yaroslava Mudrogo. 2008. № 49. S. 48—51.
4. Kalmykov A. A. Internet-zhurnalistsika v sisteme SMI: stanovlenie, razvitiye, professionalizatsiya : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — M., 2009.
5. Karasik V. I. Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs. — M.: Gnozis, 2004.
6. Lingvisticheskie aspekty issledovaniya identichnosti lichnosti v izmenyayushchemsya mire : kolektiv. monogr. / pod red. E. N. Aznacheevoy. — Chelyabinsk : Entsiklopediya, 2012.
7. Lutovinova O. V. Lingvokulturologicheskie kharakteristiki virtual'nogo diskursa : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — Volgograd, 2009.
8. Luchenko K. V. Internet v informatsionno-kommunikatsionnoy deyatel'nosti religioznykh organizatsiy Rossii : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2009.

9. Нуруллина Р. В. Становление конфессиональной идентичности мусульманской молодежи (на материале Республики Татарстан) : автореф. дис. ... канд. социол. наук. — Казань, 2010.

10. Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. 2005. № 6. С. 115—123.

11. EKD-Ratsvorsitzender begrüßt engagierte Sterbehilfe-Debatte // Evangelische Kirche in Deutschland. News. Archiv 2015. URL: https://www.ekd.de/aktuell_presse/news_2015_07_02_2_johannisempfang.html (date of access: 01.09.2015).

12. Hills M. D. Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory. // Online Readings in Psychology and Culture. 2002. № 4 (4). URL: <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1040> (date of access: 01.09.2015).

13. Hofstede G., Hofstede G. J. (2011). *Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*. 5 Aufl. (1. Okt. 2011). — Deutscher Taschenbuch Verl.

14. Michalzik S. "Auf Wiedersehen in Krakau". Fahrt zu Vorbereitung auf Weltjugendtag 2016 in Krakau // katholisch.de. Weltjugendtag. 2015. URL: <http://www.katholisch.de/aktuelles/aktuelle-artikel/auf-wiedersehen-in-krakau-svobodnyy> (date of access: 01.09.2015).

15. Sind Sie noch unsicher? // Evangelische Kirche in Deutschland. Evangelisch werden. URL: https://www.ekd.de/einsteiger/einsteiger_unsicher.html (date of access: 01.09.2015).

9. Nurullina R. V. Stanovlenie konfessional'noy identichnosti musul'manskoy molodezhi (na materiale Respubliki Tatarstan) : avtoref. dis. ... kand. sotsiol. nauk. — Kazan', 2010.

10. Sonin A. G. Eksperimental'noye issledovanie polikodovykh tekstov: osnovnyye napravleniya // Voprosy yazykoznaniiya. 2005. № 6. S. 115—123.

11. EKD-Ratsvorsitzender begrüßt engagierte Sterbehilfe-Debatte // Evangelische Kirche in Deutschland. News. Archiv 2015. URL: https://www.ekd.de/aktuell_presse/news_2015_07_02_2_johannisempfang.html (date of access: 01.09.2015).

12. Hills M. D. Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory. // Online Readings in Psychology and Culture. 2002. № 4 (4). URL: <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1040> (date of access: 01.09.2015).

13. Hofstede G., Hofstede G. J. (2011). *Lokales Denken, globales Handeln: Interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management*. 5 Aufl. (1. Okt. 2011). — Deutscher Taschenbuch Verl.

14. Michalzik S. "Auf Wiedersehen in Krakau". Fahrt zu Vorbereitung auf Weltjugendtag 2016 in Krakau // katholisch.de. Weltjugendtag. 2015. URL: <http://www.katholisch.de/aktuelles/aktuelle-artikel/auf-wiedersehen-in-krakau-svobodnyy> (date of access: 01.09.2015).

15. Sind Sie noch unsicher? // Evangelische Kirche in Deutschland. Evangelisch werden. URL: https://www.ekd.de/einsteiger/einsteiger_unsicher.html (date of access: 01.09.2015).

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Л. А. Нефедова.