

УДК 811.161.125

DOI: 10.23951/1609-624X-2018-2-116-120

## ДИАЛОГ КАК ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ДИСКУРСИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ: НА МАТЕРИАЛЕ РЕЛИГИОЗНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

*Л. И. Ермоленкина, А. Е. Смирнова*

*Томский государственный педагогический университет, Томск*

Рассматриваются дискурсивные механизмы реализации диалогического общения в коммуникативном пространстве интернета. В качестве базового принципа развития диалога между представителями религиозного дискурса и массовой аудиторией выступает координация речесихических ресурсов коммуникантов и ценностно-смысловых позиций, значимая для достижения коммуникативной успешности. Медиатизация современного общества повлияла на консервативный в своей аксиологической основе религиозный дискурс. Медийная организация публичного диалога ярко демонстрирует зоны аксиологической согласованности и конфликтности, возникающие на пересечении религиозного и массмедийного дискурсов.

**Ключевые слова:** *диалогическое взаимодействие, интернет-коммуникация, религиозный дискурс.*

Для понимания современных дискурсивных тенденций значительный интерес представляют динамические процессы аксиологического моделирования, происходящие в условиях публичного диалога [1–3]. Возрастание роли интерактивного сегмента источников массовой информации фокусирует внимание исследователей на проблематике речевой деятельности говорящего, речевом поведении, диалогический слой которого определяется не только фактором «слушающего», но и ролью отвечающего – участника интерактивной публичной коммуникации [4–6].

Институционально-технологические условия медийно организованной коммуникации значимо трансформируют феноменологическую сущность диалога, что предполагает при его описании учет широкого спектра лингвокогнитивных и коммуникативных способов реализации. Диалог, организуемый в дискурсивном пространстве массмедиа, воспринимается как спонтанный, интимизированный, максимально «приближенный к жизни». Вступая в такое пространство общения, коммуниканты демонстрируют как личностный опыт, так и те ценностно-смысловые презумпции, которые маркируют представляемые ими дискурсы. Если говорить о специфике пересечения религиозной дискурсивной практики и массмедийной, реализуемой в жанрах интернет-коммуникации, то нужно учитывать всю степень «вынужденной необходимости» синхронизировать ценностно-смысловой ряд самого консервативного из институциональных дискурсов с условиями публичного взаимодействия в пространстве интернета.

Религиозный дискурс, являющийся древнейшим и важнейшим типом институционального общения, сохраняет в себе догматические основы, но претерпевает типологические трансформации. По

словам А. В. Полонского «православная мысль в российских массмедиа занимает сегодня значительное пространство» [7, с. 200], что порождает большое количество блогов и сайтов для распространения православного святоотеческого наследия среди массовой аудитории. Специфические условия интернет-коммуникации предполагают, в свою очередь, стилистический демократизм, анонимность и раскованную манеру общения, реализующую базовую дискурсивную установку на формирование для коммуникантов эмоционально и психологически комфортной среды.

Взаимодействие дискурсивных практик, разных по целеорентации, базовым коммуникативным стратегиям и аксиологическим доминантам, формирует особую диалогическую среду, отличающуюся речеповеденческим и ценностно-смысловым плюрализмом. В этой ситуации религиозный дискурс вынужден «мимикрировать» на коммуникативном уровне, приспосабливаясь к условиям публичной интернет-коммуникации. Взаимодействие дискурсов в интернет-пространстве обладает рядом специфических характеристик. В таком пространстве общение может происходить между реальными собеседниками, но традиционная схема «агент-клиент», которая определяет особенности связей участников дискурса, усложняется виртуальной формой общения, в результате чего устраняется один из основных признаков религиозного диалога – непосредственность контакта собеседников, их сонастроенность на «встречу смысловых позиций» [8].

Безусловно, любой дискурс своей целью имеет обращение внимания аудитории к определенным ценностям и нравственным установкам [9]. Данная цель достигается в процессе общения, которое подразумевает контактирование участников дискурса

са. Диалог, будучи связующим звеном агентов и клиентов дискурса, устанавливает и актуализирует контакты.

Для анализа диалогической коммуникации, протекающей в дискурсивном пространстве масс-медиа, значимо рассмотреть ценностные векторы моделирования диалога относительно схем речепсихической и риторической реализации партнерского общения. Так, психолингвистическая традиция анализа диалогического общения включает в качестве методологической основы анализа модель коммуникативного взаимодействия, предложенную Г. Кларком. Исходя из понимания психоречевой реализации человека, использующего язык не как готовый продукт, а как социоречевое действие, Кларк выделяет следующие ключевые положения, во многом пересекающиеся с принципами кооперации и максимами Грайса: 1) основой любого диалогического взаимодействия является принцип активности; 2) координация совместных действий собеседников достигается благодаря наличию у них общей позиции; 3) максимальное количество совместных усилий по добавлению новой информации к уже существующей у собеседников общей позиции определяется ими в соответствии с совместно выработанными критериями; 4) максимальное количество совместных усилий по добавлению новой информации к уже существующей у собеседников общей позиции определяется принципом минимальных совместных усилий (цит. по: [10, с. 399]). На наш взгляд, ситуация медийно организованного общения может значительно не совпадать с принципами скоординированного взаимодействия, во-первых, в силу сложности коммуникативной синхронизации субъектов дискурса, ориентированного в своем ценностно-смысловом ядре на монологические формы распространения вероучительского знания, а во-вторых, по причине необходимости выбора той формы ведения диалога, которая установлена дискурсивными условиями интернет-коммуникации.

Материалом для рассмотрения особенностей построения диалога в междискурсивном пространстве послужили записи прямых эфиров в социальной сети «ВКонтакте», проводимых разными священнослужителями: «отец Митрофанов-эфир 71» и «Ночной чат со священником».

Диалогическое взаимодействие внутри религиозного дискурса протекает в таких формах, как чат и прямой эфир, когда священнослужитель в режиме реального времени отвечает на вопросы аудитории. Аудитория – это обычные пользователи социальных сетей, которые в той или иной степени интересуются темами, связанными с православием.

К основным характеристикам чата как особого жанра медийного дискурса можно отнести

возможность общения большого количества собеседников в реальном времени, обмен небольшой по объему информацией определенной тематической направленности, а также доступность этого материала многим участникам коммуникации.

Особенностью подобных жанров является то, что агент дискурса находится в такой позиции, в которой он вправе выбирать из множества поступающих к нему вопросов наиболее интересные и порождать устный текст как реакцию на конкретный вопрос, заданный в письменной форме. Клиенты дискурса могут реагировать на происходящее в онлайн-режиме только посредством комментариев.

Координация, необходимая для успешного речевого взаимодействия, достигается совместными усилиями обеих сторон диалога. В анализируемых прямых эфирах координация между агентом и клиентами дискурса устанавливается вследствие технически необходимых процедур со стороны священника (запуск прямого эфира, привлечение слушающей аудитории к обсуждению тем) и вопросами и комментариями со стороны клиентов, которые занимают пассивную позицию в диалоге, так как не имеют возможности непосредственно поддерживать диалог с агентом дискурса.

Для успешного общения участникам диалога необходимо сформировать общую или взаимную позицию. Данный критерий успешности диалога определяет варианты его построения. Чаще в анализируемых диалогах присутствует установка на взаимность в развитии диалогического взаимодействия, когда и агент, и клиенты дискурса обладают некоторой суммой знаний относительно какой-либо обсуждаемой проблемы. Такой вариант формирования диалогической коммуникации можно увидеть в следующих примерах диалога в чате (А – агент, К – клиенты):

№ 1 К: *Батюшка, вы читали «Капитанскую дочку»?*

А: *Ммм, не до конца.*

№ 2 К: *Как Вы относитесь к другим конфессиям?*

А: *К людям, которые там находятся, отношусь с уважением и любовью. Ааа... остальные конфессии считаю неверными, которые отводят от истинного Бога.*

В данном случае автор и адресат обладают некоторым объемом информации по поводу той или иной темы. Позиции по отношению к определенным жизненным реалиям могут различаться, но каждый из участников диалога учитывает этот момент.

В ситуации виртуального общения вырабатывается характер коммуникативной стратегии, используемой партнерами по диалогу. В результате опосредованного взаимодействия участников дискурса могут устанавливаться эгоцентрическая и ней-

тральная коммуникативные стратегии. О. В. Федорова пишет: «...выбор коммуникативной стратегии не является окончательным и может быть пересмотрен каждым из партнеров в зависимости от того, какую коммуникативную стратегию выбрал другой партнер по коммуникации...» [10, с. 199]. В анализируемых примерах речевого общения отчетливо прослеживаются только две коммуникативные стратегии – эгоцентрическая и нейтральная. Кооперативная же стратегия не является столь актуальной для ведения медийно организованного диалога. Возможно, в результате невозможности установления непосредственного контакта собеседников диалог не может характеризоваться наличием кооперации и общей позиции между участниками общения.

Очень часто диалог выстраивается по типу эгоцентрической стратегии с отсутствием речепсихической и ценностно-смысловой кооперации между собеседниками. При таком типе взаимодействия один из партнеров не заинтересован в своем собеседнике или вовсе «не принимает во внимание факт его существования» [10, с. 202].

№ 1 (агент читает вслух поступающие комментарии):

*К: Здравствуйте, скажите, как набраться... (затем отвлекается от чтения, что-то поправляет в комнате).*

(читает уже другие комментарии)

*К: Не слышно.*

*К: Добрый вечер, скажите с какой самой главной молитвы начать молиться?*

*А: Нуу, вообще-то все молитвенные правила, там утреннее, вечернее, там написано все подряд (отвлекается на установку микрофона), как написано, так и читать.*

(читает следующие комментарии)

*К: Здравствуйте, как привести взрослых детей к вере...*

Данный пример иллюстрирует особенности эгоцентрической коммуникативной стратегии. Один из собеседников увлечен посторонними делами, при этом не заинтересован в своем собеседнике, отвлекается на другие вопросы и комментарии, оставляя без подробного комментария вопросы предыдущих участников диалога. При реализации эгоцентрической коммуникативной стратегии в ситуации диалога «сообщение, порождаемое говорящим, может быть передано адресату только на уровне фонетических репрезентаций». То есть при данном типе построения диалога не учитываются личностные особенности собеседника, что приводит к нарушению контакта между коммуникантами, или же установление контакта на основе встречи смысловых позиций становится совершенно невозможным. Эгоцентрическая коммуникативная

стратегия связана с отсутствием координации между собеседниками и лишает диалог его подлинного смысла.

Следующий диалог представляет нейтральную коммуникативную стратегию. В ходе такого диалога между субъектами диалога не вырабатывается общей позиции, но возможно уподобление как установление минимального контакта между собеседниками, а также прослеживаются такие вербальные маркеры коммуникативной стратегии, как реплики-переспросы, сокращение высказывания с сохранением лишь наиболее значимой информации, повторяемость синтаксических и лексических конструкций.

№ 2. *К: Как выйти из депрессии?*

*А: Хмм, друзья мои, ну, такие вопросы... Как выйти из депрессии? Ну, ну, ну не нужно, во-первых, в нее входить, а во-вторых, ну, ну, ну что нас приводит в депрессию? Вот вы ответьте. Вот что нас приводит в де..., вот что, вот что. Я просто не могу понять, что может привести в депрессию? Любой вопрос (говорит: «Добрый вечер» другим людям, написавшим комментарии), который не касается вечности, как он может привести в депрессию?!*

*К: Что делать, если поругался с женой?*

*А: Мириться с ней.*

*К: Как вы относитесь к книге Марии Агриколь? Почему она так негативно написала о своем пребывании в монастыре?*

*А: Книгу не читал эту...*

Как представляется, приведенные диалоги отражают характер дискурсивного взаимодействия разных по своей целеориентации дискурсов, координирующих свои ценностно-смысловые и коммуникативные ресурсы под воздействием разных факторов социокультурной направленности.

Диалогическое взаимодействие в пространстве религиозного дискурса ценностно ориентировано на сохранение православных догматов и традиций. В качестве тем для диалогов могут выступать как вопросы, касающиеся религиозной жизни, так и вопросы житейского характера. Положительными сторонами такого диалога является большая вовлеченность собеседников, возможность ведения разговора на различные темы, сжатость и лаконичность информации, передаваемой агентом дискурса. Отрицательные моменты связаны с невозможностью учета индивидуальных особенностей собеседника, практически постоянным отсутствием координации между участниками диалога в результате эгоцентрической коммуникативной стратегии, допущение неточностей в понимании и интерпретации как ответов священнослужителей, так и вопросов собеседников. Формат выстраивания диалога не позволяет священнослужителю ответить на все поступающие во время прямого эфира вопро-

сы, поэтому очень часто ответы священника прерывисты, односложны, не обладают расширенными комментариями.

Таким образом, рассмотренный тип публичного диалога, организуемый в интерактивном режиме, позволяет ставить вопрос об аксиологическом измерении процесса и результата коммуникации, на

процесс которой влияет комплекс факторов субъективного (ценностные приоритеты личности, ее психоэмоциональные, социальные особенности) и объективного (дискурсивные условия осуществления, коллективно-групповые навыки, идеология) характера, сублимируемых в языковом выборе и речевом поведении говорящих.

### Список литературы

1. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Канон, 2012. 240 с.
2. Резанова З. И., Ермоленкина Л. И., Костяшина Е. А. и др. Картины русского мира: современный медиадискурс / ред. З. И. Резанова. Томск: ИД СК-С, 2011. 288 с.
3. Плотникова С. Н. Говорящий/слушающий как языковая, коммуникативная и дискурсивная личность // Вестник Нижневартского гос. ун-та. 2008. № 4.
4. Ермоленкина Л. И. Дискурсивная личность в коммуникативном пространстве современного радио // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2017. Вып. 2. С. 37–40.
5. Леонтьев А. А. Психология воздействия массовой коммуникации // Язык средств массовой информации / под ред. М. Н. Володиной. М., 2008. С. 133–146.
6. Синельникова Л. Н. О научной легитимности понятия «дискурсивная личность» // Ученые записки Таврического национального ун-та им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. № 24 (63), ч. 1. С. 454–463.
7. Полонский А. В. Православное слово: от традиции святоотеческой к массмедийной // Научные ведомости: Серия «Гуманитарные науки». Белгород, 2011. Вып. 12. С. 197–204.
8. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва: Искусство, 1979. 421 с.
9. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
10. Федорова О. В. Экспериментальный анализ дискурса. М.: Языки славянской культуры, 2014. 512 с.

**Ермоленкина Лариса Ивановна**, кандидат филологических наук, доцент, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061). E-mail: arblar2004@gambler.ru

**Смирнова Алена Евгеньевна**, студентка, Томский государственный педагогический университет (ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061). E-mail: l\_aes@mail.ru

*Материал поступил в редакцию 04.12.2017.*

DOI: 10.23951/1609-624X-2018-2-116-120

## THE DIALOGUE AS THE FORM OF THE REPRESENTATION OF DISCURSIVE INTERACTION (A CASE STUDY OF THE RELIGIOUS DIALOGUES IN THE INTERNET)

*L. I. Yermolenkina, A. Ye. Smirnova*

*Tomsk State Pedagogical University, Tomsk, Russian Federation*

This article is considered as a form of interaction in media communication. Participation of subjects in religious discourse is the basis for the formation of dialogic communication. There are discourse's mechanisms for the formation of dialogue interaction between communicants: it is value and psycho-speech coordination of participants in communication. Representatives of religious discourse (clergymen and interactive addressees) are subjects of dialogue. Also they are participants in the mass media discourse. Interaction by the subject of communication is occurred in the communicative space (this is the genres of the forum and blog). The features of the interaction of the two discourses are revealed through the analysis of dialogic communication. At first public dialogue as an atypical form of communication for the Orthodox faith reflects the situation of weak coordination of the participants' positions. Secondly the technical form of Internet communication isn't conducive to dialogue on the basis of religious values and presumptions. The result of this interaction reflects typological changes in religious discourse – adaptation to the mass media's norms and conditions. The interaction in the space of religious discourse oriented to orthodox dogmas, traditions, values. The topics of the dialogues are not only religious life, but also worldly interests. The format of the dialogue actualizes a complex of subjective (value priorities of the individual, psychoemotional, social aspects) and objective (discursive state, ideology, collective experience) factors.

**Key words:** *dialogue interaction, communication in Internet, religious discourse.*

### References

1. Luman N. *Real'nost' massmedia* [Reality of mass media]. Moscow, Kanon Publ., 2012. 240 p. (in Russian).
2. Rezanova Z. I., Ermolenkina L. I., Kostyashina E. A. i dr. *Kartiny russkogo mira: sovremennyy mediadiskurs*. Red. Z. I. Rezanova [The pictures of the Russian world: the modern discourse of the media. Ed. by Z. I. Rezanova]. Tomsk, ID SK-S Publ., 288 p. (in Russian).
3. Plotnikova S. N. Govoryashchiy/slushayushchiy kak yazykovaya, kommunikativnaya i diskursivnaya lichnost' [Speaker / listener as language, communicative and discourse personality]. *Vestnik Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Nizhnevartovsk State University*, 2008, no. 4 (in Russian).
4. Yermolenkina L. I. Diskursivnaya lichnost' v kommunikativnom prostranstve sovremennogo radio [Discursive person in communicative space of modern radio]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2017, no. 2, pp. 37–40 (in Russian).
5. Leont'ev A. A. *Psikhologiya vozdeystviya massovoy kommunikatsii* [Psychology of mass communication manipulation]. *Yazyk sredstv massovoy informatsii: uchebnoye posobiye dlya vuzov* [The language of the media: textbook for universities]. Moscow, Akademicheskii proyekt: Al'ma Mater Publ., 2008, pp. 133–146 (in Russian).
6. Sinel'nikova L. N. O nauchnoy legitimnosti ponyatiya „diskursivnaya lichnost'“ [About science legitimacy of the concept of discursive person]. *Uchenyye zapiski Tavricheskogo natsional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Seriya "Filologiya. Sotsial'nye kommunikatsii" – Proceedings of Taurida National V. I. Vernadsky University. Series: Philology. Social communication*, 2011, vol. 24 (63), no. 2, part 1, pp. 454–463 (in Russian).
7. Polonskiy A. V. Pravoslavnoye slovo: ot traditsii svyatootecheskoy k massmediynoy [Orthodox word: from patristic Tradition to the Tradition of Mass-Media]. *Nauchnyye vedomosti: Seriya "Gumanitarnye nauki" – Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities Sciences*, 2011, no. 12, pp. 197–204 (in Russian).
8. Bakhtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Esthetics of verbal creation]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1979. 421 p. (in Russian).
9. Karasik V. I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: person, concepts, discourse]. Volgograd, Peremena Publ., 2002. 477 p. (in Russian).
10. Fyodorova O. V. *Eksperimental'nyy analiz discursa* [Experimental analyze of discourse]. Moscow, Yazyki slavyanskoy kul'tury Publ., 2014. 512 p. (in Russian).

**Yermolenkina L. I.**, Tomsk State Pedagogical University (ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061). E-mail: arblar2004@rambler.ru

**Smirnova A. Ye.**, Tomsk State Pedagogical University (ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russian Federation, 634061). E-mail: 1\_aes@mail.ru