

Особенности конструирования современных моделей религиозной коммуникации в исламе

В последние годы вопросы выявления специфики и механизмов коммуникативного моделирования стали особенно популярны [3: 11-13] и, по мнению Л.Р. Тухватулиной, в силу разностороннего и междисциплинарного характера, давно вышли «за рамки теоретизирования» и «глубоко внедрилось ... в практическую сферу» [4: 52]. Ставя перед собой цель – найти методологические средства, позволяющие упорядочить все множество различных коммуникативных моделей и проследить их «преемственность и совершенствование», она предлагает различать четыре базовые «линии»: «линию Лассуэлла», «линию Шеннона–Уивера», «линию Ньюкомба» и «линию» семиотических моделей коммуникации [4: 50].

Весьма своеобразный взгляд на так называемую «исламскую модель коммуникации» предложил в 1996 г. американский ученый иранского происхождения Хамид Мауляна (Hamid Mawllana) [9]. В его понимании, такая модель бросает вызов не только западным коммуникативным моделям, но и западному обществу в целом. Он подчеркивает, что коммуникативные модели в исламском обществе Умма (Umma) (сообществе верующих) формируются на основе общей веры в единство Бога, Вселенной и природы. В своей работе Х. Мауляна обрисовал в общих чертах то, что он считает исламским ответом на западную модель коммуникации – модель, созвучную культурным ценностям и истории исламского мира. Центральное место в его исследовании занимает понятие Таблиг (Tablig) (*пус.* распространение). Он предостерегает, что данное понятие не следует путать с западной концепцией пропаганды. Таблиг на протяжении всей истории Ислама «обеспечивал для огромного числа людей из разных рас, языков и историй общий форум для участия в общей культуре» [9]. В более позднем исследовании Х. Мауляна отметил, что Таблиг в своей основе полагается на четыре главных принципа: монотеизм (tawhid), доктрину ответственности, руководства и действия, идею исламского сообщества (Umma) и, наконец, принцип благочестия (taqwa) [10].

Еще один исследователь моделей религиозной коммуникации в исламе Юсуф Мази (Yusuf Masic) убежден в существовании особых формирующих принципов – «коммуникативных принципов Пророка Мухаммада» [8]. Ю. Мази отмечает, что пророк не только мог обращаться к людям, независимо от их религии, языка, расы, пола и социального по-

ложения, но и облек «божественное послание» в ту форму, которую они смогли воспринимать, слышать и сочувствовать, о которой они могли читать, говорить и писать. Именно с этой целью он не только использовал различные техники коммуникации, но и учитывал психологические особенности личности и сообщества, чтобы представить послание наилучшим и наиболее эффективным образом. Ю. Мази выделяет 15 «коммуникативных принципов пророка Мухаммеда»:

1. Пророк всегда представлял себя источником послания.
2. Мухаммед всегда принимал во внимание личностные характеристики собеседника.
3. Он учитывал особенности сообщества.
4. Устанавливал коммуникативный контакт с людьми при любой возможности.
5. Использовал сочувствие, чтобы повлиять на человека, к которому обращался.
6. Выдвигал на передний план любовь к человечеству.
7. Апеллировал к разуму и эмоциям.
8. Придавал большое значение общечеловеческим ценностям.
9. Обращался к ценности профессиональных навыков и умений народа.
10. Завоевывал расположение людей, преподнося подарки.
11. Представлял священное послание доступно и постепенно.
12. Назначал людей, ответственных за распространение послания.
13. Проявлял терпение и терпимость к негативным реакциям.
14. Предпочитал хорошие поступки и не стремился отомстить.
15. Иногда использовал социально-психологическое давление.

Как отмечает другой исследователь коммуникации в исламе, Амаль Ибрагим Аль-Фаттах Халиль, общество – это форма коммуникативных отношений, посредством которых передается, видоизменяется и сохраняется опыт [6: 30]. Человек не может избежать межличностного общения в обществе. Ислам, по мнению А.И. Аль-Фаттах Халиля, предоставляет особые способы взаимодействия людей друг с другом, поскольку межличностное общение в Исламе является универсальным и свободным от каких-либо предрассудков по признаку расы, цвета кожи, языка, религии, культуры или национальности. Он считает, что ислам – это коммуникативная религия. Исламская перспектива межличностного общения, человеческого взаимодействия и общественных отношений основана на том факте, что самостоятельно отдельный человек без сотрудничества с кем-либо еще не может обеспечить все необходимое для своего существования. А.И. Аль-Фаттах Халиль отмечает призыв Кора-

на к верующим: «Сотрудничайте друг с другом на основе праведности и осознания Бога и не сотрудничайте друг с другом на основе греха и злобы» [там же].

Через Коран, хадисы и Сунну ислам «транслирует» принципы межличностного общения между мусульманами (на основе доброй воли, сочувствия и сострадания) и коммуникативного взаимодействия между мусульманами и не-мусульманами (на основе принципов взаимопомощи и справедливости). А.И. Аль-Фаттах Халиль подчеркивает, что в отношении к представителям других конфессий исламская модель коммуникации основывается на «принципе справедливости»: «Allah does not forbid you to be kind and fair Applicable to those who fight you not for religion and not (also) drive you of the country. Truly, Allah loves those who apply fair» (рус. Аллах не запрещает вам быть добрыми и справедливыми по отношению к тем, кто не сражается с вами за религию и не изгоняет вас из страны. Воистину, Аллах любит справедливых) [7: 32]. В целом А.И. Аль-Фаттах Халиль выделяет 10 базовых принципов, «ретранслируемых» Исламом в основу коммуникативного взаимодействия между мусульманами и представителями других конфессий:

1. принцип взаимного уважения и чести;
2. принцип распространения слов любви;
3. принцип справедливости и баланса;
4. принцип равенства;
5. принцип добродетели;
6. принцип свободы;
7. принцип терпения и терпимости;
8. принцип помощи друг другу;
9. принцип выполнения обещаний;
10. принцип ценности общения между членами семьи.

Как отмечает К. Семал Синги (С. Cemal Cingi), в основе исламской коммуникации заложено не просто устное общение, а настоящее «сарафанное радио»: информация в этой религии издревле передавалась от человека к человеку, и, как правило, адресанту всегда приходилось полагаться на достоверность источника получаемой информации [6]. Как бы то ни было, одним из главных способов религиозной коммуникации в Исламе К. Семал Синги считает хутбу (Khutbah). Хутба – это религиозная речь, проповедь или обращение. Он поясняет, что, согласно некоторым источникам, всякий раз, когда Посланник Аллаха обращался к верующим официально, он назывался хутбой. Согласно некоторым другим источникам, хутба происходит от практики исламского пророка Мухаммеда, который произносил слова увещания, настав-

ления или команды на собраниях для поклонения в мечети. К. Семал Синги отмечает, что в идеале языком хутбы обязательно должен быть арабский, поскольку каждый мусульманин должен понимать и говорить по-арабски. И хотя в настоящее время в мусульманском мире арабский язык постепенно приобретает статус, которым во всем мире наделен английский язык, все же многие страны пока еще используют в хутбе свой национальный язык. Особая роль в хутбе отводится невербальному общению как неотъемлемой части религиозной коммуникации – проповедник должен иметь серьезное выражение лица, его голова должна быть наклонена, взгляд направлен вниз. Если говорящий делает паузу, то слушающее обязано продемонстрировать понимание – потрясти головой вверх и вниз, чтобы подтвердить то, что они слышали. К. Семал Синги считает, что в современной коммуникации хутба выступает как специфический способ религиозной коммуникации, как средство трансляции этических ценностей ислама, как средство коммуникации в торговле и рекламе, а также как инструмент политической пропаганды.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что исламская точка зрения на этику коммуникации сильно отличается от варианта, бытующего в немусульманских культурах. В основе большинства современных моделей коммуникации в исламе лежит общение как отражение культурных ценностей и религиозной норм. Однако нельзя не заметить, что современная исламская культура, впрочем, как и любая другая, подвержена влиянию глобализации и коммуникационных технологий.

Библиографический список

1. Гончарова О.В., Халеева С.А. Тенденции в изучении феминистского дискурса и роли гендера в священных текстах Ислама // Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионализации образования. Материалы II Международной научно-практической конференции. Пятигорск: Пятигорский государственный университет 2018. С. 35-42.
2. Гончарова О.В. Социофонетическое направление в зарубежной лингвистике // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7-1 (85). С. 119-122.
3. Петренко С.А. Пространственные дейктики как средство актуализации информации в дискурсе художественного текста // Лингвистика XXI века: традиции и новации. Сборник трудов по материалам международной научной конференции памяти профессора В.В. Лазарева. Пятигорск, 2016. С. 369-377.
4. Тухватулина Л.Р. Принципы классификации моделей коммуникации // Вестник ТГПУ. 2006. № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-klassifikatsii-modeley-kommunikatsii> (дата обращения: 05.01.2019).
5. Халеева С.А. Особенности вербализации английского жестового суеверия «cross fingers» // Современные исследования социальных проблем. Красноярск: Издательство ООО «Научно-инновационный центр», 2018. Т. 10. № 2-2. С. 228-236.

6. Cingi Can Cemal. Khutbah: as the main communication method for Muslim religion. URL: https://www.academia.edu/5170843/khutbah_as_the_main_communication_method_for_muslim_religion (дата обращения: 25.12.2018).
7. El-Fattah Khalil Amal Ibrahim Abd. The Islamic Perspective of Interpersonal Communication // Journal of Islamic Studies and Culture. December 2016. Vol. 4. No. 2. P. 22-37. URL: <https://doi.org/10.15640/jisc.v4n2a3> (дата обращения: 25.12.2018).
8. Macit Yusuf. Some of Prophet Muhammad's Principles of Communication. URL: <http://www.lastprophet.info/some-of-prophet-muhammad-s-principles-of-communication> (дата обращения: 25.12.2018).
9. Mawllana Hamid. Global Communication in Transition: The End of Diversity? Thousand Oaks, Calif. SAGE Publications, Inc. 1996. 233 с.
10. Mawllana Hamid, Joseph A. Kéchichian. Communications Media / The Oxford Encyclopedia of the Islamic World. Oxford Islamic Studies Online. 2015. URL: <http://www.oxfordislamicstudies.com/article/opr/t236/e0157> (дата обращения: 26.12.2018).
11. Дубовский Ю.А., Кучер А.В. Типологические и специфические черты в английском и русском языках. Пятигорск, 2000. 169 с.
12. Дубовский Ю.А., Заграевская Т.Б., Колесник О.Г. Когниолингвистический потенциал оценочности в языке и речи. Saarbrücken, 2012. 561 с.
13. Заграевская Т.Б. Категория «оценка», ее статус и вербализация в современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2006. 286 с.