

частка *se* знаходиться у постпозиції відносно головного дієслова і бере на себе граматичні функції минулого часу; в) перфектив із дистанційним положенням головного і допоміжного дієслів стверджувальних і заперечних форм імперфективів і аористів від дієслова „*бити*”, які виносяться у кінець поетичного пасажу; г) інверсійного використання „*роширених*” форм аориста й імперфекта з інфінітивом тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Ахманова О. С.* Словарь лингвистических терминов. – Изд. 2-ое, стереотипн. – М.: Сов. энциклопедия, 1969. – 608 с.;
2. *Васильев Л. М.* Грамматические категории славянского глагола (время и вид) [електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: <http://lib.znate.ru/docs/index-214452.html?page=20>;
3. *Вуксановић Ј.* Речник језичких појмова. — Београд: Номос, 1997. – 224 с.;
4. *Дис В. П.* Најлепше песме В. П. Диса. – Београд: Просвета, 2002. – 105 с.;
5. *Дучић Ј.* Сабрана дела. – Књ. II. – Београд: Народна просвета, 1929. – 103 с.;
6. *Илић В.* Живи песници. – Београд: Нолит, 1964. – 149 с.;
7. *Палавестра П.* Историја модерне српске књижевности: златно доба 1892–1918. – 2 изд. – Београд: Српска књижевна задруга, 1995. – 539 стр.;
8. *Петрухин П. В.* Экспансия перфекта в древнерусском летописании как типологическая проблема // *Irrealis and Irreality* [електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела: http://www.ruslang.ru/doc/petruhin_expansion.pdf.;
9. *Поповић Б.* Антологија новије српске лирике. – Београд: Српска књижевна задруга, 1983. – 354 с.;
10. *Ракић М.* Долап и друге песме. – Сарајево: Веселин Маслеша, 1982. – 161 с.;
11. *Селіванова О. О.* Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.;
12. *Krnjević V.* Među javom i med snom. Antologija srpskog pesništva XX veka. – Beograd: Književne novine, 1985. – 403 s.

Яскевич О.В. (Минськ, Україна)

Основные коммуникативные стратегии в формировании и функционировании религиозного дискурса (на материале современной англоязычной проповеди)

Дана стаття присвячена проблемі вивчення лінгвістичних особливостей реалізації комунікативних стратегій у тексті сучасної християнської англомовної проповіді.

Ключові слова: лінгвістика, проповідь, комунікативна стратегія, дискурс.

Данная статья посвящена проблеме изучения лингвистических особенностей реализации коммуникативных стратегий в тексте современной христианской англоязычной проповеди.

Ключевые слова: лингвистика, проповедь, коммуникативная стратегия, дискурс.

This article is devoted to the study of linguistic features of the communicative strategies in the text of the English-language contemporary Christian preaching.

Key words: *linguistics, preaching, communication strategy, discourse.*

К числу приоритетных направлений современной лингвистики относится изучение разных типов дискурса, среди которых особое место занимает институциональный дискурс (в том числе религиозный). Такой интерес можно связать с теми изменениями, которые произошли в структуре и динамике современного знания о мире, а также с новым взглядом на проблему вербализации результатов научного и обыденного познания.

За последние годы в лингвистике отмечается пересмотр позиций по вопросам соотношения языка и мышления, языкового отражения действительности. Пересматривается взгляд на природу языка как инструмента в процессе познания, как средства выведения новых истин. Это предопределило повышенный интерес к изучению дискурсивного пространства религиозной речи с позиций как традиционной, так и когнитивной лингвистики [6].

Религиозная система англоязычной лингвокультуры отражает уровень развития человеческих взаимоотношений, которые, в свою очередь, определяют сосуществование разных вероисповеданий в рамках единого коммуникативного пространства. Анализ специфики англоязычного религиозного дискурса в различных аспектах будет способствовать более полному представлению о языковой и социокультурной картине мира носителей английского языка, что определяет актуальность данного исследования.

Основной целью формирования и функционирования современного англоязычного религиозного дискурса является приобщение человека к вере. Религия является одной из базовых составляющих социальной духовной культуры и концентрирует в себе глобальные понятия, определяющие бытие как верующих, так и неверующих людей. Эти понятия хранятся в сакральных текстах и постоянно реализуются в речи участников религиозного дискурса.

Особым жанром религиозного дискурса является проповедь. Н.Б. Мечковская считает проповедь фундаментальным первичным жанром религиозной коммуникации. Она пишет: «Религия как межличностный коммуникативный процесс началась именно с проповеди учения людям» [4, 205]. Проповедь – это креолизованный речевой жанр религиозной коммуникации, сочетающий в себе свойства институционального и бытийного типов дискурса, реализующийся преимущественно в устной

форме непосредственно в храме или опосредованно через средства массовой информации [6].

Можно выделить следующие отличительные особенности проповеди как жанра:

- проповедь строится по определенным законам ораторского искусства и является образцом церковного красноречия;

- проповедь обязательно имеет адресата (это, как правило, группа людей);

- проповедь произносится на родном и понятном для прихожан каждого конкретного храма языке;

- проповедь имеет пространственные и временные рамки;

- текст проповеди всегда содержит интертексты разного рода, цитаты из канонических книг, которые священник разъясняет людям;

- проповедь – относительно свободный жанр, так как ее отличает относительная непредсказуемость.

Но в то же время проповедь – речевой жанр институционального общения, отличающийся стереотипностью форм поведения, строгой регламентацией и четкой иерархией взаимоотношений участников общения, клишированностью форм коммуникативного взаимодействия. Наряду с признаками институциональности проповедь имеет характеристики, присущие бытийному дискурсу, суть которого – сформировать у адресата религиозное мировоззрение путем раскрытия внутреннего мира христианина, обсуждения морально-нравственных проблем, перцептивизации образов и смыслов прецедентных текстов религиозного содержания. Для достижения коммуникативной цели в современной христианской проповеди применяются определенные речевые стратегии [6].

Речевая деятельность в подавляющем большинстве случаев мотивируется неречевыми задачами. Эффективность их решения является одним из важнейших критериев, по которому люди осуществляют выбор языковых средств [2, 8]. К задачам религиозной проповеди можно отнести привлечение людей к вере, формирование положительных моральных качеств, указание на греховность поведения и исправление человека, объяснение основных догматов веры, противопоставление жизни верующих и неверующих и др.

Типы дискурса различаются по интенсивности воздействия. По этому критерию Р. Лакофф выделяет «обычный разговор» (ordinary conversation) и «персуазивный дискурс» (persuasive discourse) [2, 21]. Дискурс считается персуазивным, когда он неравноправный, то есть когда один из коммуникантов осознанно осуществляет воздействие на другого коммуниканта [9, 28].

По этим критериям проповедь мы можем отнести к персуазивному типу. Ведь перед субъектом речевого воздействия – проповедником – может стоять сразу несколько задач: убедить в истинности вероучения, повлиять на принятие коммуникантами решений, изменить представления о мире, регулировать деятельность партнеров по коммуникации.

Речевая коммуникация – это стратегический процесс, осуществляемый автором текста (в данном случае проповедником). Он основан на оптимальном выборе языковых ресурсов с целью осуществления определенной коммуникативной задачи. А.П. Сковородников определяет коммуникативную, или речевую, стратегию как общий план (или «вектор») речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных говорящим/пишущим поэтапных речевых действий. Иными словами, это линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели (целей) в процессе речевого общения.

Каждая речевая (коммуникативная) стратегия характеризуется определенным набором речевых тактик. Речевая тактика – это конкретный речевой ход (шаг, поворот, этап) в процессе осуществления речевой стратегии. Это речевое действие (речевой акт или совокупность нескольких речевых актов), соответствующее тому или иному этапу в реализации речевой стратегии, которое направлено на решение частной коммуникативной задачи этого этапа. Реализация совокупной последовательности речевых тактик обеспечивает достижение коммуникативной цели речевого общения (конкретной интеракции) [7, 6].

И.Н. Борисова считает, что коммуникативная стратегия «...есть результат организации речевого поведения говорящего в соответствии с прагматической целеустановкой, интенцией. В широком смысле коммуникативная стратегия понимается как общее намерение, задача в глобальном масштабе, сверхзадача речи, диктуемая практической целью продуцента» [1, 22].

Коммуникативная стратегия предполагает отбор фактов и подачу их в определенном освещении. Коммуникативная тактика призвана обеспечить осуществление избранной коммуникативной стратегии и развертывание избранного жанра. С точки зрения членения речевого потока, развертывания речевого жанра, она является речевым действием – минимальной его единицей. С точки зрения ее роли как средства осуществления коммуникативной стратегии, она является приемом речевого поведения и может получить другие терминологические обозначения, отличные от названий речевых актов, имена речевых тактик в этом случае – это имена «речевых поступков» или имена клише, посредством которых осуществляется данная тактика» [8,

60-61]. О. С. Иссерс формулирует фактически ту же мысль более лаконично: «Речевой тактикой следует считать одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии» [2,16].

Материалом исследования в данной статье послужили 10 текстов проповедей на английском языке. Их анализ позволил выделить следующие основные коммуникативные стратегии, представление о которых, на наш взгляд, будет возможно спроецировать на последующее изучение современной проповеди как разновидности религиозного дискурса:

- стратегия самоидентификации (самопрезентации),
- информационно-интерпретационная (объясняющая),
- конвенционально-аргументативная,
- эмоционально-воздействующая,
- стратегия призыва,
- стратегия модификации иллюкативной силы высказывания.

Коммуникативная стратегия *самоидентификации (самопрезентации)* включает в себя тактики инклюзивности и дистанцирования. Позитивное отношение к одной группе людей (верующих) и негативное к другой (неверующих) реализуется, в первую очередь, через оппозицию «свой» – «чужой». Структурирование социума путем построения данной оппозиции имеет давние социокультурные традиции. Многие социальные группы, в том числе религиозные деноминации, объединяются на основе общности интересов, которые имеют отличия от интересов тех «других», не принадлежащих к «своим».

Манипулятивная природа социума является базой для управления людьми («своими»), в том числе посредством речевого воздействия. Это находит отражение в одной из базовых семантических категорий персуазивной коммуникации – в так называемой категории «свой круг» [2, 45].

Языковые средства реализации этой стратегии относятся, главным образом, к лексическому уровню. Так, в текстах современных англоязычных проповедей верующие противопоставляются неверующим, христиане – представителям других религиозных конфессий, христианская мораль и ценности – ценностям современного общества: *the righteous – the unrighteous; Christianity – non-Christian religions, pagan beliefs, idols of the early civilizations, the pagan world; the good – the evil; believers – unbelievers, atheists; the holy in heaven – the sinning on earth; those men who are in the church – those men who are outside of it; married couples – anti-marriage culture*. «Свое» чаще всего сопровождается положительной оценочной лексикой: *We are good Christians*.

Использование *we* также является языковым средством реализации стратегии самоидентификации. Проповедник включает себя в круг людей, к которым обращена его же проповедь, идентифицируя себя с данной христианской церковью.

We are keeping a Feast which is the decisive point in the history not only of mankind but of the whole Cosmos...

But we must also ask ourselves questions about ourselves.

Речевая стратегия самоидентификации реализуется через тактику употребления социолекта христианской конфессии. Религиозный социолект – это совокупность языковых средств, которыми владеют люди, объединенные верой в Бога. В использовании элементов религиозного социолекта проявляется, по мнению Е. Кожемякина, догматический аспект религиозного дискурса. Это, в частности, широкое применение «консервативных» языковых средств – употребление устаревшей лексики (например, в православной церкви это элементы церковнославянского языка), специфичной религиозной терминологии, цитирование текста Св. Писания, а также использование пословиц и поговорок библейского происхождения. Это предполагает сохранение догматического потенциала дискурса, ориентацию на точное воспроизведение сакрального текста, в котором зафиксировано «истинное знание» [5].

В текстах современных англоязычных проповедей традиционными элементами религиозного социолекта являются:

- устаревшие лексические единицы и грамматические формы:

Go ye (уст. «вы») into all the world, and preach the Gospel to every creature.

Thy kingdom come!(thy – уст. «твой, твое, твоя»)

- христианские клишированные фразы: *Lord, lead us not into temptation! Thy will be done! Mercy me! Amen! God bless!*

Информационно-интерпретационная, или *объяснительная* стратегия призвана сформировать определенное представление о предмете и включает в себя приемы дефиниции, интерпретации, аналогии и сравнения.

Проповедник может дать определение: *Saint Mary of Egypt was a sinner, someone whose sin was known to everyone and not to God alone; perhaps she was the only one who was least of all aware of it because sin was her life.*

Чаще всего проповедник прибегает к приему интерпретации, или объяснения. Здесь он сравнивает, проводит аналогии с современным миром, призывает верующих сопоставить собственную христианскую жизнь с жизнью своих предков, надеясь, что это сравнение подвигнет прихожан к более активной христианской жизни:

...God created us in order that we might be loved by Him with all His being; and in this, He accepted beforehand the Crucifixion, because He gave us power to reject His love.

...When we make breakfast – we have a toaster and a waffle iron plugged into the wall socket.

...What lesson can we receive from her life? How often is it that we have knocked at the door of God in the way in which Mary tried to come into His presence? How often have we tried to pray, to be in His presence in silence?

Конвенціонально-аргументативная коммунікативна стратегія в релігійному дискурсі прежде всего связана с тактикой апелляции к авторитету. Чаще всего христианский проповедник ссылается на авторитет Св. Писания и различных богослужебных текстов. Так формируется позитивное отношение к взглядам, которые разделяет автор цитаты и, соответственно, проповедник.

...And the Liberty Bell will be rung. But did you know that on that Bell are the words of Scripture, which planted a divine idea of freedom in the hearts of so many of those who devised those words? Inscribed on the Liberty Bell are the words of Leviticus 25:10...

Это может быть апелляция к высказываниям прославленных святых и отцов церкви или известных духовных служителей.

...The Apostle Paul relates how this struggle for freedom in Christ brought him to Jerusalem where he fought for grace. He tells about how this struggle for grace even caused him to have to take on Peter face to face...

В проповеди применяется риторический прием апелляции к образцу. Главным образцом, несомненно, является Иисус Христос:

...Only the sacrificial death of Jesus Christ can atone for sin...

Также в качестве примера для подражания могут приводиться истории из жизни церкви и ранних христиан.

...You see, for the early fathers of the Church the image of the Ark became a powerful symbol of the Church. For the early fathers, if you weren't in the Ark of Noah you drowned, you perished, you died. And hence for the father, if you weren't connected to Jesus Christ in the Church, you would die.

Следует отметить, что О. С. Иссерс помимо коммуникативных стратегий и тактик выделяет коммуникативный ход. Коммуникативный ход определяется относительно предполагаемой реакции партнера и с учетом предыдущих речевых действий» [3, 17]. Каждому виду коммуникативной тактики и ее разновидности присущи определенные наиболее типичные для

нее коммуникативные ходы. Один из активно используемых ходов эмоционально-воздействующей коммуникативной стратегии – апелляция к чувствам. Проповедник использует слова и выражения, вызывающие у адресата живой эмоциональный отклик, а также может говорить о недавних событиях, которые привлекли внимание всего мира:

...My beloved in Christ, let us talk about faith this morning and where we find it and how we'll find it.

My dear friends...

You know, friends...

...On Tuesday, September 11, 2001, the tranquility of our nation was shattered by a series of devastating terrorist attacks. We approach the celebration of the Feast of the Holy Cross still struggling to come to grips with the dreadful scope of this tragedy.

В рамках данной стратегии активно используется оценочная лексика, как положительная (*one of the most amazing statements, reasonably successful, true prayer, faithful in prayer*), так и отрицательная (*wicked men, offensive offer, sinning people, unworthy men*).

Также широко используются средства выражения модальности, связанные с тактиками категоричной/некатегоричной номинации [1, 11]. Модальные фразы придают тексту проповеди большую иллюкативную силу:

...I think, I believe, as it seems, no doubt, we know from experience.

...No doubt this is true in heaven itself.

Для финальной части проповеди характерно использование *призывной* стратегии. Как отмечает А. Салахова, использование речевой стратегии призыва определено целью проповеднического выступления, которая заключается в призыве слушающих к вере и покаянию [6]. Речевая стратегия призыва отражает суть проповеди как жанра институционального дискурса. Данная стратегия обычно реализуется в финальной части проповеди и актуализируется с помощью языковых средств прямого и косвенного побуждения.

...My beloved friends, this is not a church, this is not a building, this is not a structure, this is an Ark. This is an Ark and the storms are blowing and the flood waters are crashing over us but if you are in the Ark we'll find safety. Welcome to the Ark of your salvation.

...Let us rally around the Cross as a standard of hope, confident that the power of good is greater than that of evil, that the power of love is stronger than that of hate, and that the power of the Resurrection has vanquished and shall

vanquish all the powers of fear, of division, and of death.

Таким образом, следует отметить, что в текстах современной англоязычной проповеди реализуются определенные речевые стратегии. Дальнейшее исследование современной проповеди должно быть направлено на выявление языковых механизмов процесса убеждения, закономерностей функционирования текста в рамках общественного института церкви, определение особенностей языкового воплощения речевых стратегий в проповеди с учетом конкретной коммуникативной ситуации.

ЛИТЕРАТУРА:

- 1.** *Борисова И.Н.* Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге / И.Н. Борисова // *Русская разговорная речь как явление городской культуры* / под ред. Т.В. Матвеевой. – Екатеринбург : АРГО, 1996. – С. 21-48;
- 2.** *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс – М., 2006. – 288 с.;
- 3.** *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : автореф. дис. на соискание учен. ст. доктора филол. наук / О.С. Иссерс. – Екатеринбург, 1999. – 29 с.;
- 4.** *Мечковская Н.Б.* Язык и религия : Пособие для студентов гуманитарных вузов / Н.Б. Мечковская. – М.: Агентство «Файр», 1998. – 352 с.;
- 5.** *Кожемякин Е.* Лингвистические стратегии институциональных дискурсов. Современный дискурс-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.discourseanalysis.org/st30.html>;
- 6.** *Салахова А.Г.-Б.* Речевые стратегии и средства их реализации в современных христианских немецкоязычных проповедях [Электронный ресурс]. – Челябинск, 2006. – 213 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/rechevye-strategii>;
- 7.** *Сковородников А.П.* О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии / А.П. Сковородников // *Риторика↔Лингвистика*. Вып. 5 : сб. статей. – Смоленск: СГПУ, 2004. – С. 5-11;
- 8.** *Труфанова И.В.* О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И.В. Труфанова // *Филологические науки*. – 2001. – № 3. – С. 56-65;
- 9.** *Lakoff R.T.* Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples of advertising/ R.T. Lakoff // Tannen D. (Ed.) *Analyzing discourse: text an Talk*, George Town University Press, 1981. – P. 25-42;
- 10.** *Sermons.com* [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sermons.com>.