професійних мовних підсистем різних видів спорту та їх прагматичного потенціалу, питання поповнення фразеофонду одиницями професійної мови спорту, питання синонімії лексичних новоутворень. Привабливими видаються також когнітивно-прагматичні дослідження у міждискурсивній площині на «перехресті» спортивного, політичного, технічного, військового, медичного дискурсів та їхні кореляції з літературною мовою.

Література

Анисимова Т. В. Средства лексической экспрессии в публицистическом стиле // Слово в различных сферах речи. Межвуз. сб. науч. тр. Волгоград: ВГПИ им. А.С. Серафимовича, 1988.– С.79-85. *Дегтяренко В.С., Жестков С.Г.* Спортивна метафора в сучасному німецькому мас-медійному дискурсі // Нова філологія. Збірник наукових праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2008. – С. 77-81. *Попов Р.В.* Русская спортивная терминология (На материале баскетбольной терминосистемы): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Северодвинск, 2003. – 264 с. *Приходько А.М.* Концепти і концептосистеми в когнитивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. – Запоріжжя: Прем'єр, 2008. – 331 с. *Розен Е.В.* Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке. – Л.: Просвещение, 1991. – 192 с. *Чудинов А.П.* Спортивная метафора в современном российском политическом дискурсе // Вестник ВГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2001. – №2. – С.26-31. *Baranov A., Dobrovolskij D.* Kognitive Modellierung in der Phraseologie: Zum Problem der aktuellen Bedeutung // Beiträge zur Erforschung der deutschen Sprache / hrsg. von W.Fleischer, R.Grosse, G.Helbig, G.Lerchner. – Leipzig: Bibliographisches Institut, 1991. – Bd. 10. – S. 112-123. *Braun P.* Tendenzen in der deutschen Gegenwartssprache. Sprachvarietäten. – Stuttgart, Berlin, Köln: 1998. – 264 S. *Mackensen L.* Die deutsche Sprache in unserer Zeit. – Heidelberg: Universitätsverlag, 1991. – 234 S. *Mehl E.* Jahn als Spracherzieher. Zum 200. Geburtstag des Turnvaters (* 11. August 1778 zu Lanz) // Wissenschaftliche Schriftenreihe Muttersprache. – Heft 9. – Klosterneuburg-Weidling: Verein Muttersprache, 1978. – S. 9-18.

ДІЛАЙ М.П.
(Національний університет „Львівська політехніка")

РЕАЛІЗАЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ТАКТИКИ ФОРМУВАННЯ „СВОГО КОЛА" У АНГЛОМОВНІЙ ПРОТЕСТАНТСЬКІЙ ПРОПОВІДІ

Одним з актуальних завдань сучасних комунікативно спрямованих лінгвістичних студій є дослідження комунікативної стратегії впливу та тактик її реалізації. Малодослідженим у цьому аспекті видається релігійний дискурс, основною комунікативною інтенцією, а, отже, і комунікативною стратегією якого вважаємо здійснення релігійно-мотивованого впливу на адресата. Об'єктом аналізу у цій статті є тактика формування „свого кола", яка полягає у конструюванні в свідомості віруючих образів *свого* по відношенню до вірувань певної релігійної громади та образів *чужого* по відношенню до інших релігійних вірувань. Як один із конкретних способів реалізації інтенційної програми релігійного дискурсу, тактика формування „свого кола" спрямована на досягнення ефекту самоідентифікації адресата. За свідченням психологів, саме самоідентифікація, тобто усвідомлення своєї приналежності до певної групи, викликає відчуття психологічного комфорту під час сприйняття тексту, а отже, збільшує шанси адресанта бути прийнятим, а відповідно, і його шанси ефективно здійснювати вплив.

Дана стаття присвячена виявленню та аналізу основних комунікативних прийомів та мовних засобів, за допомогою яких реалізується комунікативна тактика формування „свого кола" у англіканському релігійному дискурсі. Оскільки жанр

проповіді визнається фундаментальним первинним жанром релігійної комунікації, в якому розкриваються особливості певного релігійного світобачення [Мечковская 1998, с. 205], матеріалом дослідження обрано тексти проповідей протестантських пасторів.

Дослідження комунікативних прийомів тактики формування „свого кола" ґрунтується на виявленні мовних реалізацій архетипної бінарної опозиції *свій - чужий,* на якій, власне, і побудована ця тактика. Протиставлення *свій – чужий* пронизує усю культуру та має універсальний характер, позаяк в основі будь-якого колективного, масового, народного, національного світосприйняття лежать механізми тотожності та розрізнення свого і чужого [Степанов 2001, с. 126]. Ця опозиція є одним з найважливіших базових концептів, що формують картину світу індивіда та, в кінцевому результаті, реалізують архетипну опозицію добро – зло [Милевич 2007, с. 69]. Для професійного мовця користування архетипами – це свідомий процес, який допомагає вплинути на широке коло адресатів. Адже головне комунікативне призначення архетипних елементів, які, на думку В.І. Карасика, характеризуються здатністю проникати в свідомість та відключати критичне сприйняття, полягає в досягненні ефекту причетності кожного індивідууму до культурних надбань певної групи, виникнення в адресата відчуття входження до групи, полегшення відчуття самоідентифікації, тобто, співвіднесення з цією групою [Різун 2005, с. 47]. Дихотомічно протиставленні концепти *свій – чужий* дозволяють встановити відношення між мовцем, аудиторією та третіми особами – *чужими*. В цій системі координат автор здійснює самопрезентацію, окреслюючи "своє коло", і кожен раз заново, відповідно до комунікативного завдання та ситуації, розмежовує *своїх*, або *наших*, від *чужих* [Iссерс 1999, с. 202].

Розмежування *своїх* та *чужих* здійснюється на основі символів добра та зла, наприклад:

"In the divine arrangement, the ***Church*** *is to be this* ***light*** *of the world. To her members – to all of them – is given the solemn charge of holding forth the word of life".*

"***Christianity –*** *is the dominion of* ***truth***, ***holiness*** *and* ***love****";*

"The spirit of the ***world*** *is a spirit of* ***selfishness****; and its* ***bitter*** *fruits are* ***unrighteousness***, ***oppression***, ***anger***, ***hatred***, ***envy***, ***malice***, ***revenge***. *The spirit of* ***Christ*** *is a spirit of* ***love****, and its* ***blessed*** *fruits are* ***righteousness***, ***kindness***, ***forgiveness***, ***meekness****, and active* ***benevolence****."*

Тобто, в залежності від інтерпретації в категоріях добра *(light; truth, holiness, love; righteousness, kindness, forgiveness, meekness, active benevolence)* чи зла (*selfishness, unrighteousness, oppression, anger, hatred, envy, malice, revenge)*, об'єкт ідентифікується як свій (*Church, we, Christianity, spirit of Christ)* або чужий *(spirit of the world).*

Таким чином, можна виділити комунікативні прийоми позитивної самопрезентації *своїх* та дискредитації *чужих*, за допомогою яких мовець прагне викликати довіру, позитивно налаштувати адресата по відношенню до *своєї* групи та викликати неприязнь до *чужих*.

На лексико-семантичному рівні засобами реалізації позитивної самопрезентації у протестантській проповіді є мовні одиниці, які виражають: 1) моральні та духовні цінності, що складають систему загальнолюдських цінностей. У текстах проповідей вони представлені абстрактними іменниками: *love, truth, freedom, salvation, holiness, courage, grace, peace etc*. Наприклад: "*Well, apart from the fact that we believe with all our hearts that the truth which we maintain is in full harmony with the word of God, it is of great comfort to me personally when I face this question that the truth which we confess as the* ***Protestant Churches*** *is the* ***truth*** *that the church has confessed from the very beginning of her history in the new dispensation.";*

2) позитивну оцінку *свого*, яка представлена такими прикметниками, як: *powerful, loving, divine, spiritual, marvelous, eternal, everlasting, exciting, amazing, etc;* дієсловами: *to win, to set up, can, to achieve, to improve, to protect, to defend, etc.*

3) граничність вияву позитивної ознаки за допомогою найвищого ступеня порівняння прикметників: *the best, the greatest, the highest, etc,* наприклад: "*The manifestation of the sons of God is the final realization and perfection of God's covenant,* ***the highest*** *glory of that covenant relationship in which God is our God and we are His people."*

4) унікальність та винятковість. З цією метою у проповіді використовуються прикметники *unique, single, chosen, particular* та прислівник *only,* наприклад: *"Peter taught Christians that they constituted a royal priesthood, a* ***chosen*** *race, a* ***peculiar*** *people, for this very purpose, that they might show forth the praises of him that called them from darkness into his marvelous light.";* " ***Only*** *they can successfully labor for the conversion of the world, who are one with Christ, and one with each other, and who develop the spiritual life which they have received from God in brotherly affection and in a world-wide philanthropy."*

Лексико-семантичними засобами дискредитації *чужого* є одиниці пейоративного змісту, які виражають:

1) негативну оцінку, наприклад, іменники: *enemy, falsehood, lie, delusion, tyranny, weakness, darkness, selfishness, envy, malice, revenge etc*. Наприклад: *"Both the* ***Charismatics*** *and* ***Roman Catholics*** *hold to extra-biblical revelation and authority. Both also are fierce enemies of the biblical truths of sovereign grace. They are* ***enemies*** *of the* ***Reformed faith****. They are enemies of the truth of God's covenant of grace, the truth which is the foundation stone of Christian marriage and Godly family life. I say again, for their opposition to the truth of Scripture";* прикметники: *weak, powerless, false, oppressive, corrupting, degrading, blind, foolish, helpless, etc.* Наприклад: *"It is therefore a spiritual kingdom, in opposition to earthy and carnal kingdoms; and is meant to redeem, elevate and glorify man, in opposition to the* ***oppressive, corruptive*** *and* ***degrading*** *tendencies of the kingdoms of this world.";* дієслова: *to mislead, to undermine, to destroy, to sink, to fail, to shake, to fall, etc.* Наприклад: *"There is Satan, whom we cannot see, who nevertheless uses all of his devilish plans and devices to* ***mislead****,* ***undermine****, and* ***destroy****";*

2) недовіру та сумнів: *a certain, a kind of, so called, self-appointed, presumed, etc*, наприклад: *"As a* ***so-called*** *Christian he [the dissatisfied man] is very much displeased with the small crowd at church, but never bothers to do something to get larger crowds."*

3) невизначеність та узагальнення: *all, somebody, somewhere, something.* Наприклад:*"****All*** *earthly powers will be shaken but the kingdom of God can not be moved. In this kingdom every citizen is a king and a partner of the throne of the king eternal."*

Крім наведених вище мовних засобів реалізації позитивної самопрезентації, з метою посилення позитивної оцінки в проповіді використовуються такі комунікативні прийоми як апеляція до взірця та авторитету. Комунікативний прийом посилання на авторитети полягає в наведенні у висловлювань осіб, які користуються повагою цільової аудиторії. Інформація, яка виходить з авторитетного джерела, характеризується більшою силою впливу, через те що люди схильні сприймати її менш критично [Різун 2005, с. 117]. Такі висловлювання, як правило, містять оцінні судження, виражають схвалення або осуд. В такий спосіб у реципієнта формується відповідне емоційне ставлення до об'єкта. В ролі авторитетів виступають вчені-теологи, відомі філософи, історики, поети, письменники. Найбільшим авторитетом у протестантській проповіді, як і у всьому християнському релігійному дискурсі, користуються прецеденті тексти, перш за все, Святе Письмо:

*"**Scripture**, in its description, presents to us the glorious majesty of the Most High. That majesty of the Most High is seen certainly, in the midst of this earth and throughout the ages, in the gathering and preservation of God's church."*

За допомогою комунікативного прийому апеляції до взірця проповідник спонукає адресата до імітації необхідної поведінки в межах тактики формування „свого кола", до усвідомлення приналежності до християнської громади. Наприклад:

*"And meanwhile – **Shakespeare** was being entirely **Christian** in this respect – get used to loving and valuing things and persons irrespective of the fact that they won't be there for ever."*

Взірцями можуть бути окремі люди або певні групи, загальний престиж яких підносить зміст їх вчинків [Салахова 2006, с. 17], а також маловідомі люди, які живуть за християнськими канонами.

З метою формування схвального ставлення до своєї громади в протестантських проповідях спостерігається використання комунікативного прийому, який в лінгвістиці впливу має назву „наліплювання ярликів". Цей прийом полягає у виборі лексики з негативною конотацією, образливих епітетів, метафор, так званих „ярликів", для називання *чужих*. „Ярлики" викликають емоційно негативне ставлення, породжують неприємні асоціації, тому, використовуються в текстах протестантських проповідей для того, щоб знеславити в очах адресата діяльність, ідеї представників інших християнських та нехристиянських конфесій. Наприклад:

*"Well, unfortunately, many churches are like that – **monuments to past glory**. They look like a church but they don't do what a church was called to do."*

Класичним комунікативним прийомом формування „свого кола" та відмежування *чужого*, який найчастіше спостерігається у текстах протестантських проповідей, є пряме називання *своїх* та *чужих* використовуючи займенники *we (our, us)* та *they (their, them)*. За допомогою інклюзивного *we* та його похідних *our, us* досягається зміцнення почуття єдності всіх, хто зібрався в храмі, виникає почуття приналежності до *Ми-групи – Anglicans, Christians, God's people, church*. Наприклад:

*"This Conference is a time when **we** can tell each other – and tell the world – about this first and most important job that **we**, Anglicans, like other Christians, do: being there, so that they can say "Christ is here; you're not alone."*

*"The manifestation of the sons of God is the final realization and perfection of God's covenant, the highest glory of that covenant relationship in which God is **our** God and **we** are His people."*

*"It requires confidence and gratitude – yes Christ has blessed **us**! – that in the history of **our** church He has given **us** enormous riches, glory and joy, wisdom and insight."*

Вживання займенника *they* сприяє дистанціюванню та відстороненню від *інших, чужих* груп, наприклад:

*"Selfishness, pride and sectarian strife are the brood of perdition; Satan is **their** father, and hell their native air."*

*"You know, so many local churches fail to do anything significant because **they** ignore the instructions of our Lord and only attempt things **they** know **they** can do in their own power."*

В результаті проведеного кількісного аналізу корпусу англомовних протестантських проповідей (загальний обсяг 150 000 слів) встановлено, що займенник *we* та його похідні *our, us* досить часто зустрічаються в текстах проповідей. На них припадає 3,18% усіх слововживань, тобто, практично, кожне тридцяте слово у тексті проповіді це *we (our, us)*. Питома вага займенника *they* та його похідних *their, them* значно менша – 0,8% слововживань. Таким чином, на першому плані в англомовній протестантській проповіді є не стільки дискредитація та

дистанціювання від інших, як єднання, солідаризація віруючих у межах релігійної конфесії.

"But God also has formed us Christians as a body, the body of Christ. ***In the unity of faith we*** *walk together on the pathway to heaven. As one body we fight the battle of faith, striving together for the faith of the gospel, according to Philippians 1:27. We are called always to admonish and encourage one another, to edify one another."*

Окрім займенника першої особи однини, у текстах проповідей виявлено і низку інших лексичних одиниць зі значенням спільності, до яких належать збірні іменники (*family, communion, parish, congregation, union, flock),* прикметники *(communal, common, united, joint, universal, shared, mutual),* дієслова та дієслівні словосполучення *(to share, to unite, to join, to stand united, to come together, to stick together, to pull together, to gather together, to be all in this together).* Значення інклюзивності виражається за допомогою лексичних одиниць лексико-семантичного поля „сім'я", які пов'язані ієрархічними відношеннями: *father, son, daughter, brothers, sisters, children.* При цьому характерною рисою поля „сім'я" в протестантських проповідях є відсутність лексеми *mother*, що відображає особливості їхнього релігійного віровчення.

Почуття приналежності до релігійної громади посилюється за допомогою комунікативного прийому уточнення та конкретизації *свого*. З цією метою у текстах проповідей спостерігається використання займенників *you* та *I (me)*:

"And there are because ***as Christians****,* ***we*** *–* ***you*** *and* ***me*** *– we are apostolic people! We are just like Peter and Paul – in that we are people who know Jesus personally – who bear personal witness to His presence and power in our lives.* ***You*** *and* ***I*** *are living are living out of the subsequent chapters of "the Acts of Apostolic People" sharing the gospel as we go about out lives."*

В окремих контекстах конкретизація здійснюється через експлікацію відношення меронімії (*we (our)* – холонім, *I* (my) – паронім):

"Yet he who says that God is ***our*** *God acknowledges thereby that He is* ***my*** *God.* ***I*** *have to stand before His face day after day.* ***I*** *have to read His Word. If He is* ***my*** *God and He has given His Word,* ***I*** *have to read that day after day. If He is* ***my*** *God,* ***mine****,* ***I*** *have to come to Him and pray to Him and ask His blessing and the fulfillment of His promise."*

Як відомо, одним із чинників сприймання є контрастність [Різун 2005; с. 101]. Контраст як комунікативний прийом тактики формування „свого кола" у релігійному дискурсі допомагає чітко усвідомити хто є *своїм*, а хто *чужим*. Стилістичним засобом вираження контрасту є антитеза, наприклад:

"It is therefore a spiritual kingdom, in opposition to earthy and carnal kingdoms; and is meant to redeem, elevate and glorify man, in opposition to oppressive, corruptive and degrading tendencies of the kingdom of this world."

Мовними засобами контрасту на лексичному рівні є антоніми *spiritual – earthy*, *carnal.* На синтаксичному рівні до мовних засобів контрасту у проповіді належать: складнопідрядні речення часу зі сполучниками *when, while, meanwhile, whilst;* порівняльні конструкції *as…as (not so as), more then (no more then), rather then (not rather then), like (not like; nothing like), so that (not so that);* складносурядні речення протиставлення зі сполучниками *but, but then, though.* Наприклад:*"It (this world) can't give you anything,* ***but*** *your relationship with God gives you fulfillment and eternal life."*

Особливістю актуалізації самоідентифікації вважаємо застосування особливого соціолекту християнської конфесії, який об'єднує представників однієї конфесіональної групи і включає мовні одиниці сакральності. Мова проповіді має свої особливості. З одного боку, вона повинна відповідати сфері церковного життя, чим пояснюється наявність у проповіді численних маркерів сакральності: біблеїзмів, одиниць семантичного поля „релігія", релігійних метафор, риторичних фігур,

архаїзмів, слів та виразів латинською мовою. З іншого боку, проповідник повинен звертатися до аудиторії на зрозумілій їй мові, тому у текстах проповідей нерідко зустрічається лексика, яка є близькою та звичною для слухачів. Так, у деяких проповідях, адресованих молоді, мовець використовує розмовну лексику, наприклад: "*All this modern* ***trash*** *that flatters the pride of sinful men has nothing to do with the Christ of the Scriptures."* Таким чином, проповідник асимілюється з адресатом, сприймається "своїм", а це сприяє виникненню довіри та зближенню.

Особливу велику продуктивність мають прийоми непрямого окреслення „свого кола" за допомогою імпліцитних компонентів висловлення. Імплікатури оминають аналітичні процедури обробки інформації, тому адресат не схильний аналізувати й оцінювати цю інформацію, а сприймає її такою, якою вона є [Різун 2005, с. 118]. Адресат сам виводить цю інформацію, а не отримує її в готовому вигляді, а тому, як правило, не шукає підтверджень їй, адже знання здобуте власними інтелектуальними зусиллями, сприймається як своє власне і не підлягає сумніву. Змушуючи адресата робити вибір між двома чи більше реальними шляхами поведінки, мовець нав'язує йому на рівні підсвідомості певну дію: *"Deny that truth, and do not come here. Hold fast to it, confess it from the heart, and that is where you belong: to partake of the broken bread and the poured out wine, speaking to us of that wonderwork of Calvary, deliverance through the shed blood of the Lamb."* Вибираючи щось одне адресат навіть не відчуває, що таким прийомом його по суті, програмують на виконання дії, на приєднання до релігійної громади.

Таким чином, в результаті проведеного аналізу англомовних протестантських проповідей було з'ясовано, що комунікативна тактика формування „свого кола" реалізується за допомогою низки комунікативних прийомів, кожен з яких зумовлений певним комунікативним наміром мовця та є практичним засобом руху до досягнення ефекту самоідентифікації. З метою викликати довіру адресата до релігійної громади та ідентифікувати його інтереси з інтересами громади використовуються прийоми позитивної самопрезентації та дискредитації інших, апеляції до авторитетів та взірців, навішування ярликів, асиміляції з адресатом. Почуття приналежності адресата до групи віруючих досягається за допомогою комунікативних прийомів інклюзивності, дистанціювання, уточнення та конкретизації *свого*, контрасту.

Література

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Омск, 1999. – 288с. *Карасик В. И.* Архетипические концепты в общении // Прямая и непрямая коммуникация. – Саратов, 2003. – С.39-47. *Мечковская Н. Б.* Язык и религия. Лекции по филологии и истории религии. – М., 1998. – 352с. *Милевич И.* Коммуникативные тактики агитации предвыборного политического и миссионерского дискурсов // Respectus Philologicus. – 2007. - №11(16). – С. 67-74. *Різун В. В., Непицвода Н. Ф., Корнєв В. М.* Лінгвістика впливу: Монографія / К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет", 2005. – 148с. *Салахова А. Г.* Речевые стратегии и средства их реализации в современных христианских немецкоязычных проповедях: Авторефер. дис. к. філол. н.: 10.02.04/ Челябинский государственный университет – Уфа, 2006. – 23с. *Степанов Ю. С.* Константы: словарь русской культуры. – М.: Академический Проект, 2001.– 240с. http://www.archbishopofcanterbury.org/123. http://www.faithanglicanchurch.org/sermons.htm.