

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В ПРОПОВЕДИ

Исследования последних десятилетий позволяют говорить о качественно новом этапе в развитии лингвистики текста. Ученые все чаще обращаются к тексту с точки зрения не его статики, а его динамики, и поэтому неизбежным становится вовлечение понятия текстовых стратегий в рассмотрение процессов порождения текста. Это относится как к личностно-ориентированному, так и к статусно-ориентированному (институциональному) дискурсу.

Предметом данного исследования является использование пасторами текстовых стратегий в проповеди как одной из жанровых разновидностей религиозного дискурса. Материалом для выполнения исследования послужили записи проповедей, произнесенных в Христианском центре Бухвег (Цюрих) в 2005-2006 годах. Объем материала составляет около 400 минут звучания. Отобранные тексты представляют собой подготовленные устные монологи, вплетенные в ритуал богослужения. Запись выполнена непосредственно во время богослужения, поэтому тексты содержат все особенности устной формы речи: синтаксис устного текста, его авторское членение, авторскую акцентуацию, специфическую паузацию и т.д.

Под коммуникативной стратегией мы вслед за О.С. Иссерс понимаем «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс О.С. 2002, с.54]. Основной коммуникативной целью проповеди является побуждение слушателя жить в соответствии с законами Бога, и на достижение этой цели направлены как отдельные речевые действия проповедника, так и их комплексы.

Исследователями выделены на сегодняшний день несколько стратегий религиозного дискурса: *молитвенная, исповедальная, призывающая, утверждающая, разъясняющая и обрядовая* [Карасик В.И. 2002, с.226]. Данные стратегии по-разному и в разных сочетаниях представлены в отдельных жанровых разновидностях религиозного дискурса.

Анализ экспериментального материала показывает, что в каждой проповеди активно используется призывающая (апеллятивная) стратегия, которая находит отражение в прямом обращении проповедника к слушателю. Лингвистическими индикаторами данной стратегии являются различные средства выражения побудительной модальности, из которых наиболее частотными являются различные формы побудительного наклонения. Они представлены более чем в 400 случаях, при этом отмечено преимущественное использование формы 2 л. ед. ч. (более 60 %), создающей эффект прямого обращения к каждому, напр.: *Fang an so zu sparen!* / *Начинай экономить!* *Lass dein Herz frei sein!* / *Позволь своему сердцу быть свободным!*

Конструкции с модальными глаголами *müssen* и *sollen* являются вторым по частотности индикатором прямой апелляции (около 300 случаев): *Ihr sollt nicht Schätze sammeln auf Erden!* / *Вы не должны собирать богатств на земле!*

Нацеленные на будущее комиссивы также представляют средство реализации прямого призыва, напр.: *Wenn Gott in unser Leben kommt, liebe Freunde, dann kommt Lebensqualität in unser Leben.* / *Если в нашу жизнь, дорогие друзья, войдет Бог, то в ней появится и качество жизни).*

Наряду с прямой апелляцией в исследуемых текстах часто используется *разъясняющая стратегия*, реализуемая в форме пояснений к отдельным местам Священного писания, напр.: *Und ich weiß: gerne nehmen wir den Bibelausschnitt hier und sprechen über das Thema "Wir sollen uns nicht sorgen". Oder man spricht über das Thema „Niemand kann zwei Herren dienen". Aber wenn wir den Bibeltext genau anschauen, müssen wir sagen: Es ist alles ein Gedanke.* / *И я знаю: мы с удовольствием возьмем данный отрывок из Библии и будем говорить по теме «Нам незачем беспокоиться». Или можно говорить по теме «Никто не может служить сразу двум господам». Однако если мы пристально всмотримся в этот отрывок, то вынуждены будем сказать: это одна и та же мысль.*

Данный пример наглядно демонстрирует использование автором проповеди сочетания двух стратегий – разъясняющей и утверждающей: проповедник цитирует определенные места из Библии, вставляет их в контекст проповеди и делает свой вывод: «Все это одна и та же мысль».

Утверждающая стратегия отчетливо просматривается и в эмоционально нагруженных восклицательных предложениях, зачастую выступающих в тексте в комбинации с повтором, напр.: *Gott ist nicht knauserig!* / *Бог не скуп!* *Gott ist dein Versorger!* / *Бог позаботится о тебе!*

Оптимальному воздействию на адресата служат в данных случаях несколько слоев текстового фрагмента: его семантика обобщающего плана,

фиксирующая церковную истину; грамматический параллелизм, выражающийся в повторном употреблении одной и той же синтаксической конструкции; анафора – лексический повтор начальных сегментов обоих высказываний; мелодический рисунок фраз с большими тональными перепадами; четкое выделение фразовым акцентом рематического элемента в обеих фразах. Комбинация этих языковых средств, несомненно, воздействует на адресата в желаемом направлении.

Поскольку разъясняющая и утверждающая стратегии напрямую связаны с сообщением слушателям новых знаний и/или модификацией уже имеющихся, то в рамках реализации данных стратегий авторы охотно прибегают к интертекстуальности для подкрепления своих мыслей, используя цитаты из Библии и примеры из личного опыта. Рассказы о собственных ошибках можно рассматривать как элементы *исповедальной стратегии*, однако они встречаются в анализируемых текстах не очень часто. В целом же исповедальная стратегия в проповеди демонстрирует слушателям образец покаяния их духовного наставника, пример открытого признания собственных ошибок, его желания стать лучше, что, несомненно, является мощным фактором воздействия на паству.

Молитвенная стратегия не является типичной для проповеди, однако в исследуемом материале она занимает существенное и строго определенное место: молитвой завершается каждая проповедь. Данная стратегия реализует намерение проповедника подкрепить основные моменты его рассуждения обращением к высшим силам. Текст молитвы в структуре исследуемых проповедей занимает до 10 % от их объема. Молитва имеет при этом произвольную форму, в ней повторяются ключевые моменты проповеди. Она эксплицитно предваряется в тексте формулой обращения к Богу, для чего используются перформативы в виде глагола *beten* или существительного *Gebet*, напр.: *Ich denke, wir gehen für ein paar Momente einfach ins Gebet vor Gott.* – Я думаю, мы сейчас на несколько мгновений обратимся с молитвой к Богу.

Далее следует хорошо подготовленный текст молитвы, вводимый прямым обращением к Богу: *Lieber Vater!* / Милостивый Боже!

Материал показывает, что в проповеди используются все типы молитвы: прошение, покаяние, восхваление и благодарение, а их выбор зависит от основной тематической линии проповеди.

Обрядовая стратегия находит применение в общем обрамлении ритуального текста. Для ее языкового оформления используется прежде всего стандартное обращение к слушателям в начале проповеди: *Geschwister!* / Братья и Сестры! Этой же цели служат и специфические для данного дискурса восклицания, отмечающие переходы к следующим логико-структурным отрезкам текста: *Hallelujja!* / Аллилуйя! / *Amen!* / Аминь!

Таким образом, материал показывает, что в текстах проповеди применяются практически все стратегии религиозного дискурса, однако удельный вес каждой из них различен. В данном жанре отчетливо доминируют призываю-

шая, утверждающая и разъясняющая стратегии. Во всех текстах присутствуют элементы молитвенной стратегии, а исповедальный прием представлен лишь спорадически. Обрядовая стратегия задействована в каждой проповеди для ее внешнего оформления. Для языковой реализации выбранных проповедником стратегий используются комплексы лингвистических средств всех уровней, действующих, как правило, в одном направлении – усиливая друг друга.