

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ /О.В. Магировская/
«_____» _____ 2021 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В БРИТАНСКОМ
РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ
АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОТЕСТАНТСКОЙ ПРОПОВЕДИ)**

45.04.02 Лингвистика
45.04.02.01 Межкультурная коммуникация и перевод

Магистрант
Научный руководитель
Нормоконтролер

Ю.С. Тегай
канд. филол. наук, доцент кафедры
ТГЯиМКК Н.Г. Бурмакина
Я.М. Янченко

Красноярск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СРЕДСТВ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРОТЕСТАНТСКОМ РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ.....	6
1.1. Религиозный дискурс как объект исследования.....	6
1.1.1. Проблематика определения понятия «дискурс».....	6
1.1.2. Основные характеристики религиозного дискурса как разновидности институционального общения.....	7
1.1.3. Проповедь как жанр протестантского религиозного дискурса.....	18
1.2. Речевое воздействие как объект лингвистических исследований.....	25
1.2.1. Основные теории речевого воздействия.....	25
1.2.2. Соотношение понятий «речевое воздействие», «суггестия», «манипуляция».....	34
1.2.3. Субъект, объект, задачи и разновидности речевого воздействия	36
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	40
ГЛАВА 2. СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОЙ БРИТАНСКОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОТЕСТАНТСКОЙ ПРОПОВЕДИ.....	42
2.1. Вербальные средства воздействия в жанре протестантской проповеди.....	42
2.2. Реализация паравербальных средств речевого воздействия в протестантской проповеди на английском языке.....	60
2.3. Суггестивный потенциал невербальных средств коммуникации в религиозном дискурсе.....	62
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	70
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	74

ВВЕДЕНИЕ

Воздействие на человека посредством речи активно изучается современной наукой в связи с интересом к практической стороне вопроса - воздействием на людей средств массовой информации, рекламы, политической пропаганды. Религиозный дискурс тоже характеризуется использованием средств речевого воздействия в качестве основного инструмент для убеждения аудитории в истинности представленных в нем доктринальных положений.

Данная работа посвящена исследованию британского религиозного проповеднического дискурса, а конкретнее средств речевого воздействия, реализуемых в рамках данного дискурса на материале видеозаписей протестантских проповедей.

Актуальность работы заключается в необходимости более глубокого исследования особенностей протестантской проповеди как составляющей религиозного (протестантского) дискурса в свете растущего интереса к исследованию религиозного дискурса в рамках философии, лингвистики, культурологии, а также широкого спектра смежных дисциплин современного гуманитарного знания; в исследовании вербальных, паравербальных и невербальных средств, с помощью которых реализуются средства речевого воздействия в религиозном дискурсе.

Целью данной работы является выявление и описание основных средств речевого воздействия в современной англоязычной протестантской проповеди. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

1. Систематизация характеристик религиозного дискурса как институционального типа дискурса.
2. Описание протестантской проповеди, как особого жанра религиозного дискурса.
3. Раскрытие понятия речевого воздействия и описание основных подходов к его изучению.
4. Выявление типичных средств речевого воздействия в протестантской проповеди, их характеристика и систематизация.

Объектом данного исследования выступает протестантский религиозный дискурс как сфера активного применения практик речевого воздействия. В качестве предмета изучения рассматриваются лингвистические и экстралингвистические средства воздействия в жанре протестантской проповеди. Материалом исследования послужили 30 видеозаписей современных англоязычных проповедей, прочитанных пасторами британских протестантских религиозных объединений на различную тематику, длительностью от 30 до 50 минут, выложенных в открытом доступе на платформе YouTube (www.youtube.com).

В качестве основных методов исследования в работе были использованы: описательный метод (приемы наблюдения, сопоставления, дифференциации исследуемого материала) и элементы количественного анализа, метод случайной выборки для сбора эмпирического материала, метод дискурсивного анализа для выделения средств речевого воздействия и анализа способов их реализации.

Методологическую и теоретическую базу исследования составили работы отечественных и зарубежных исследователей по теории коммуникации и теории речевого воздействия (О.С. Иссерс, И.А. Стернин, Е.В. Шелестюк, Г.А. Копнина и др.), по теории дискурса и дискурс-анализу (Р. Водак, В.И. Карасик, В.В. Красных, Е.С. Кубрякова, Т. van Dijk, N. Fairclough и др), по религиозному дискурсу (В.И. Карасик, Е.В. Бобырева и др.).

Работа состоит из введения, двух глав, заключения и библиографического списка. В первой главе рассмотрены специфика и сущность религиозного дискурса и проповедь как ядерный жанр религиозного дискурса, а также теоретические основы изучения речевого воздействия в лингвистике, его история, типология и подходы к определению понятия. Во второй главе представлена практическая часть исследования, в которой проведен анализ вербальных, паравербальных и невербальных средств, с помощью которых реализуется речевое воздействие в современной британской протестантской проповеди. В заключении представлены основные выводы теоретической и

практической части исследования, отмечена практическая значимость и намечены перспективы для дальнейшего изучения. Список использованных источников включает 126 наименования, в том числе 101 на русском и 25 на иностранном языке.

Основные положения и выводы исследования представлялись на II Международном Форуме языков и культур в г. Красноярске. Материалы исследования представлены в статье «Средства речевого воздействия в протестантской онлайн-проповеди».

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СРЕДСТВ РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ В ПРОТЕСТАНТСКОМ РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ

1.1 Религиозный дискурс как объект исследования

1.1.1. Проблематика определения понятия «дискурс»

Определение и характеристики понятия дискурса варьируются у разных исследователей. Дискурс - сложное и емкое понятие, определения, которые дают ему различные авторы, могут отличаться. С исследованием дискурса связаны многие дисциплины: лингвистика, философия, культурология, социология, педагогика, юриспруденция и другие. Закономерно, что каждое научное направление подходит к изучению дискурса в соответствии со спецификой собственного предмета.

Discours (франц. от лат. *discursus* - движение, беседа, разговор) изначально во французской лингвистике этот термин обозначал речь вообще или текст. В XX веке Э. Бенвенист определил дискурс как «речь, присваиваемая говорящим» [Бенвенист, 2009: 296], что положило начало теории дискурса. Он разделил план повествования (*recit*) и план языка, присваемого говорящим человеком (*discours*). Позднее понятие дискурса перестало ограничиваться рамками текста, в него стали включаться также и условия, в которых этот текст актуализируется. Т. ван Дейк дает определение дискурса как «речевого потока, языка в его постоянном движении, вбирающего в себя многообразие исторической эпохи, индивидуальных и социальных особенностей как коммуниканта, так и коммуникативной ситуации, в которой происходит общение. В дискурсе отражается менталитет и культура как национальная, всеобщая, так и индивидуальная, частная» [Дейк, 1989].

В современной лингвистике термин «дискурс» часто определяется через термин «текст» [Карасик, 2000], отмечается, что ему характерен динамический,

разворачивающийся во времени характер языкового общения. Текст же понимается скорее как результат языковой деятельности, статический объект.

Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как речь, погруженную в жизнь [Арутюнова, 1990: 137]. Рассуждая о выделении типов дискурса, Е.С. Кубрякова отмечает, что при классификации и выделении этих типов формулу «речь, погруженная в жизнь» интерпретируют обычно как указание на связь разных типов дискурса с реально протекающей деятельностью людей. Поэтому выделяют в качестве особых типов дискурса интервью и репортажи, политический дискурс и т.д. [Кубрякова, 2000: 10-11]. Так, В.И. Каасик, применительно к современному социуму выделяет такие виды институционального дискурса, как юридический, политический, спортивный, административный, мистический, военный, медицинский, педагогический, деловой, религиозный, сценический, рекламный, научный и массово-информационный. Он отмечает, что институциональный дискурс это «специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [Каасик, 2002: 291].

В рамках нашего исследования мы будем пользоваться понятием институционального дискурса, рассматривая его, вслед за В.И. Каасиком на основании таких двух системообразующих признаков как цель и участники общения. Говоря о религиозном дискурсе, как о дискурсе институциональном, мы обратимся к его основным характеристикам, рассмотрим его цель и участников в последующих параграфах.

1.1.2. Основные характеристики религиозного дискурса как разновидности институционального общения

Перед тем, как перейти к рассмотрению религиозного дискурса, рассмотрим варианты определения понятие "религия" и основные подходы к изучению данного явления. Определение религии может варьироваться в

зависимости от мировоззрения исследователя, а также от того, с позиций какой науки он религию исследует. Для психологии на первый план выступают черты религии, связанные с индивидуальной верой [Джеймс, 1993], социология уделяет внимание социальным аспектам религии [Вебер, 2003], философия - онтологическим. Распространены всевозможные вариации определения религии как веры в Бога, «Существо», «Абсолют», «Сверхъестественное». Подобные определения базируются на представлении о связи религии с понятием «веры», изменяется только описание предмета этой веры. Однако, существуют религии, в которых вера отходит на второй план по сравнению либо с ритуалами и эмоциями («примитивные» религии), либо с поведением (иудаизм). Второй аспект подобных определений, касающийся «Бога» или «Существа» с натяжкой применим к религиям наподобие буддизма, в котором понятие божества или сверхчеловеческого существа является второстепенным.

И.Н. Яблоков определяет религию очень широко, говоря, что «религия есть сфера духовной жизни общества, группы, индивида, способ практического духовного освоения мира и область духовного производства» [Яблоков, 1995]. Такое определение требует дальнейшего уточнения терминов, определения что именно подразумевается под «духовной сферой».

В современном философском словаре мы находим следующее определение религии: «мировоззрение, миропонимание, мироощущение, а также сопряженное с ними поведение людей и формы его концептуализации, определяемые верой в существование сверхъестественной сферы...» [Грицанов, 1999: 569].

Многообразие и неоднозначность определений религии связана с потребностью провести грань между явлениями религиозными и не относящимися к сфере религии, которая далеко не всегда бывает очевидна. Могут возникать сомнения даже в том, относить ли одно объединение людей к числу религиозных или нет, и в особенности эта проблема стала заметна в связи с активным ростом и развитием так называемых неорелигиозных объединений [Barker, 1989]. В нашем исследовании мы занимаемся изучением средств

речевого воздействия, используемых в протестантском религиозном дискурсе. Протестантизм является давно устоявшимся религиозным течением, в связи с чем мы будем пользоваться определением религии, приведенным в современном философском словаре, где религия понимается как «мировоззрение, миропонимание, мироощущение, а также сопряженное с ними поведение людей и формы его концептуализации, определяемые верой в существование сверхъестественной сферы...» [Грицанов, 1999: 569].

Занимаясь изучением религиозного дискурса, полезно рассмотреть, как другие исследователи обращались к исследованию данного явления в рамках лингвистических дисциплин. Лингвисты давно интересовались изучением сферы религии, с именем немецкого и английского лингвиста и переводчика Макса Мюллера принято связывать само возникновение религиоведения [Гараджа, 1995: 13]. В результате развития теории дискурса ученых появились для этого новые средства. Прежде исследователи языка были заинтересованы в первую очередь в изучении устройства языка самого по себе, в рамках структурно-системного направления они изучали язык как систему форм. На научные парадигмы того времени большое влияние оказали идеи Фердинанда де Соссюра. Язык, в рамках данного направления, изучался словно существующий вне человека, культурные и этические условия существования языка имели второстепенное значение, относились к сфере «внешней лингвистики» [Соссюр, 1977: 31]. В рамках направления структурализма можно еще отметить работы Клода Леви-Страсса, который, отталкиваясь от идей Р. Якобсона и Ф. де Соссюра, рассматривает мифологию, религиозные ритуалы как языковые продукты. Он рассматривает религиозные явления как систему внутренних отношений, отражающую социальную реальность [Леви-Стросс, 1985: 183]. Лингвистика была для Леви-Страсса отправной точкой и больший интерес проявлял он именно к литературной, а не к ритуальной символике [Тернер, 1983: 6]. Применяя методологию лингвистики к исследованию религии, он говорил о связи между историческими языками и историческими

религиями, основываясь на закономерностях фонетики, синтаксиса и систем родства у народов определенных языковых групп [Леви-Стросс, 1985: 56].

Становление когнитивно-дискурсивной парадигмы в лингвистике на рубеже XX-XXI веков позволило по-новому посмотреть на вопрос о месте языка в мире человека, степени зависимости человека от языка, влиянии ситуации общения на выбор языковых средств. Теория дискурса, его интерпретация и разновидности тоже оказались пересмотрены под новым углом. Теперь изучение религии и ее связи с языком не казалось только лишь сферой «внешней лингвистики», оно стало теперь расцениваться как связанное с «особой, "внутренней" и фундаментальной, ролью языка и религии в самом феномене человека» [Мечковская, 1998: 4].

Язык религии изучался учеными как в общетеоретическом аспекте, так и в стилистическом [Крылова, 2003]. Исследовались также и отдельные жанры, такие как духовное послание [Ярмульская, 2005], молитва [Мусхелишвили и др., 1993], проповедь [Крысин, 1996].

Для описания направления лингвистической науки, направленного на изучение религиозных феноменов, а в особенности, языка религии, рядом ученых использовался термин «теолингвистика» [Бугаева, 2015; Гадомский, 2008; Постовалова, 2013]. Введен термин был Жан-Пьером ван Ноппеном. Под его редакцией была издана коллективная монография под названием «Theolinguistics» [Noppen, 1981]. Д. Кристалл включил термин «Теолингвистика» в Кембриджскую лингвистическую энциклопедию, способствовав его распространению. А. Вагнер использовал этот термин, выступив на ежегодном 32-м Лингвистическом коллоквиуме, проходившем в Касселе, с докладом «Theolinguistik? – Theolinguistik!». Он сравнил этот термин с такими, уже давно принятыми в лингвистике терминами, как «социолингвистика» и «нейролингвистика», а также определил предмет и задачи теолингвистики [Wagner, 1999].

В русскоязычном научном сообществе о теолингвистике писала В.И. Постовалова, охарактеризовав ее как синтетическую теолого-

лингвистическую дисциплину, направленную на «изучение взаимосвязи и взаимодействия (интеракции) языка и религии» [Постовалова, 2012: 55]. А.К. Гадомский рассматривал методологические проблемы теолингвистики, как раздела языкознания, а также работал над систематизацией теолингвистической терминологии и составлением ее двуязычного словаря [Гадомский, 2008]. И.В. Бугаева, давая характеристику теолингвистике и описывая основные вопросы, которыми она занимается в настоящее время (такие как описание языка религиозной коммуникации, терминология теолингвистики, религиозная лексика и лексикография, язык Библии и библеизмы, стилистика религиозных текстов, язык молитвы, религия в средствах массовой информации, и прочие), предлагает термин «лингвотеология», как еще один вектор исследования проблемы языка и религии, занимающийся такими проблемами, как кодирование богословских знаний языковыми средствами [Бугаева, 2015].

Работы большинства отечественных исследователей, занимающихся изучением религиозного дискурса, базируются на анализе христианских, чаще православных, источников [Бугаева, 2015; Бобырева, 2006; Кошелева, 2008]. Соответственно, давая определение религиозного дискурса и выделяя его черты, говоря об его особенностях и целях, исследователи ориентируются прежде всего на христианство. В качестве примера можно использовать определение религии, приводимое Е.В. Бобыревой: «Религия в самом общем виде - определенное мировоззрение и мироощущение, а также поведение индивида и определенные культовые действия, основанные на вере в существование высшей силы - Бога». Из такого определения вытекают и цели религиозного дискурса, в качестве одной из них: «получить поддержку у Бога» [Бобырева, 2008: 162]. С самого начала, еще с определения религии, исследователем используется в качестве ориентира христианство, что накладывает отпечаток и на все последующие рассуждения, сужая собственно религиозный дискурс до христианского. Содержание подобного определения подходит не религиозному дискурсу вообще, а скорее более узкой его части - христианскому религиозному дискурсу. Можно отметить, что в поле

общетеоретического описания религиозного дискурса недостаточно внимания уделяется точности употребляемых терминов.

Конечно, это характерно не для всех исследователей. Например, Е.А. Кожемякин, говоря о религиозном дискурсе, оперирует понятиями не «Бог» и «Священное Писание», а «Абсолют» и «Сакральный Текст», которые представляются более универсальными, подходящими для большего числа религиозных направлений [Кожемякин, 2011]. Возможно, для дальнейшего теоретического описания религиозного дискурса в целом, а не относящегося к какой-либо определенной конфессии, имеет смысл рассмотреть использование подобного рода терминологии.

Исследователи, рассматривающие религиозный дискурс, отмечают, что в зависимости от целей исследования, можно по-разному определять данное понятие. Е.В. Бобырева предлагает узкое и широкое понимания религиозного дискурса. В узком смысле как «совокупность речевых актов, которые используются в религиозной сфере», в широком - «набор определенных действий, ориентированных на приобщение человека к вере, совокупность речеактивных комплексов, сопровождающих процесс взаимодействия коммуникантов» [Бобырева, 2008: 162]. Е.А. Кожемякин под религиозным дискурсом понимает «Регламентируемую историческими и социокультурными кодами (традициями) смыслообразующую и смысловоспроизводящую деятельность, направленную на формирование, трансляцию и изменение догматического мышления, сакрального мироощущения и мистического опыта» [Кожемякин, 2011: 37]. Т.Н. Попова, проанализировав различные определения, приводимые исследователями, предлагает рассматривать религиозный дискурс как «речевую деятельность в процессе коммуникации людей, имеющих отношение к институту религии, которая имеет своей целью привлечь внимание к вопросам религии и церкви, продемонстрировать или укрепить веру в Бога или обменяться мнениями о духовном опыте» [Попова, 2018: 311]. И.В. Богачевская называет религиозный дискурс религиозным текстом «в ситуации реального общения» [Богачевская, 2006: 120].

В нашем исследовании мы не ставим целью дать характеристику религиозному дискурсу в целом, мы обращаемся к той его части, которая лежит в рамках протестантского проповеднического дискурса, поэтому рассматривать мы будем отношения между проповедником и его аудиторией, то есть прихожанами, и, таким образом, понятия Бога или Сверхъестественного и восприятие их человеком оказывается за пределами фокуса нашего внимания. В рамках нашего исследования мы будем рассматривать протестантский религиозный дискурс в качестве институционального, обращая внимание на такие его категории, как участники общения, ценности, хронотоп, цели, разновидности и жанры, стратегии, материал, прецедентные тексты и дискурсивные формулы.

Рассматривая религиозный дискурс, как институциональный, исследователи выделяют взаимодействующие стороны внутри дискурса. В.И. Карасик называет их «агенты» и «клиенты». В качестве агентов выступают священнослужители, а клиентов - верующие (прихожане) [Карасик, 2002: 331]. Е.В. Бобырева перечисляет следующие взаимодействующие стороны религиозного дискурса: «адресаты» - верующие и другие люди, «адресанты» - пророки, «автор» - Бог [Бобырева, 2007: 7]. К.В. Чумакова, рассматривая реализацию религиозного дискурса в массмедиа, отмечает, что определение клиентов у В.И. Каасика ограниченно конфессионально и предлагает три группы участников религиозного дискурса: агенты, клиенты и посредники. В качестве посредников здесь выступают журналисты и сами СМИ. Как и Е.В. Бобырева, К.В. Чумакова добавляет Бога в цепочку общения, называя его «сверхагентом» в цепочке общения клиент-агент-суперагент [Чумакова, 2012].

Несмотря на то, что исследователи по-разному выделяют взаимодействующие стороны, все они отмечают, что для религиозного дискурса характерна иерархизированность коммуникантов. Поскольку, в рамках нашего исследования, мы рассматриваем протестантский религиозный дискурс и рассматриваем такой его жанр, как проповедь, то в качестве

участников общения для нас будут выступать пастор (агент) и прихожане (клиенты).

В.И. Карасик и Е.В. Бобырева, называют в качестве хронотопа религиозного дискурса храм [Карасик, 2002; Бобырева, 2007]. В то время как у К.В. Чумаковой, рассматривающей функционирование религиозного дискурса в медиасреде, хронотоп расширяется в пространственно-временном отношении, что связано с временем трансляции материалов и возможностью повторных выпусков [Чумакова, 2012]. Мы будем рассматривать в качестве хронотопа храм и отведенные для проповеди часы службы. Однако, следует отметить, что в результате перехода ряда религиозных организаций в дистанционный режим, прототипное место религиозного общения временно было смещено и осуществлялось в пространстве сети интернет, в то время как часы, выделенные для проповеди, остались прежними.

Неодинаково выделяют исследователи и цели религиозного дискурса. Е.В. Бобырева приводит в качестве таковых получение поддержки у Бога, призыв близких к вере и покаянию, очищение души, утверждение верующих в вере а также осознание собственной принадлежности к той или иной конфессии. Л.З. Кулова качестве цели религиозного дискурса называет формирование, сохранение и передачу духовного опыта [Кулова, 2014: 96]. В.И. Карасик пишет о том, что религиозный дискурс ориентирован на описание и интерпретацию положений религиозного мировоззрения и отмечает, что в отличие от иных типов «институционализированного» дискурса, религиозному дискурсу характерен миссионерский характер. Цель религиозного дискурса он видит в приобщении к вере в рамках определенной конфессии [Карасик, 2002: 334]. Е.А. Кожемякин пишет о направленности религиозного дискурса на достижение иррационального опыта и переживаний [Кожемякин, 2011: 38]. В то время, как последнее определение нам кажется наименее дискуссионным, по сравнению с другими, приведенными выше, которые обозначают цели, не обязательно характерные для всех конфессий, мы учитываем, что в качестве объекта нашего исследования выступает

протестантский проповеднический дискурс и можем конкретизировать его цель более детально - как приобщение и подкрепление веры и самоидентификация участников дискурсов как членов протестантской деноминации.

Анализируя языковые средства, характерные для религиозного дискурса, В.И. Карасик отмечает особую роль личных местоимений. В канонических молитвах используется исключительно местоимение «мы», его произносит священнослужитель и прихожанин. Что касается религиозных текстов, в них не употребляются вежливые формы местоимений и роль местоимения «я» незначительна [Карасик, 2002: 332]. При анализе материала исследования, мы обратили внимание на роль местоимений и заметили, что, в отличие от текста Библии, о котором говорит В.И. Карасик, в протестантских проповедях роль и распределение местоимений несколько иные. Местоимение «я» используется активно, а кроме того большее значение имеет противопоставление местоимений «мы» и «вы», используемых для реализации оппозиции «свои - чужие».

Е.А. Кожемякин, как и другие исследователи, занимающиеся религиозным дискурсом, отмечает значительную роль использования средств выразительности. В этом дискурсе широко используются тропы, антитезы, эвфемизмы, высказывания перформативного характера, риторические обращения, вопросы, безличные конструкции, а также возвышенная и устаревшая лексика [Кожемякин, 2011: 44].

Е.В. Новокрещеных поднимает вопрос о том, что же следует включать в религиозный дискурс: «религиозный дискурс — это дискурс о религии, дискурс религии о себе или и то, и другое?». Она приходит к выводу о двустороннем характере религиозного дискурса и возможности его изучения как «изнутри», с позиции «религии о себе», так и «снаружи», с позиции «о религии» [Новокрещеных, 2013].

Описывая религиозный дискурс, его черты, Е.А. Кожемякин уделяет внимание мистическому опыту, стремлению к нему. Он видит задачу религиозного дискурса в том, чтобы сохранить, закрепить и воспроизвести

основные устои и каноны религии в знаково-когнитивной форме [Кожемякин, 2011: 37]. Мы можем наблюдать это и в контексте протестантской проповеди, обязательной составляющей которой является чтение и толкование Библии.

Как и В.И. Карасик, Е.В. Бобырева, И.В. Богачевская и другие исследователи, он отмечает ритуальность религиозного дискурса, а также пишет еще о такой его особенности как «эзотеричность». «Обладание истиной и особыми практиками («техниками») ее достижения характерно не для любого верующего, но для особого круга посвященных» [Кожемякин, 2011: 38]. Говоря о ритуальности религиозного дискурса, В.И. Карасик и Е.А. Кожемякин акцентируют внимание на большом значении, которое имеют в религиозном дискурсе невербальные и вообще не речевые акты (крестное знамение, возжигание свечи, вращение молитвенного барабана). Из невербальных актов, характерных для протестантского проповеднического дискурса можно отметить, что переход от собственно проповеди к ее заключительной части, а именно молитве, нередко отмечается прикрытыми или опущенными вниз глазами.

Исследователи, рассматривающие религиозный дискурс в масс-медиа (Л.З. Кулова, К.В. Чумакова, А.И. Чаусов) и интернет-среде (И.А. Шашков) отмечают отличия «традиционного» религиозного дискурса, функционирующего непосредственно в самом институте религии, от того, как он представлен в современном информационном поле. Эти отличия затрагивают и участников дискурса (в него включены не только прихожане), и хронотоп (медиа- и интернет- сферы выносят религиозный дискурс за границы храма), и интенцию дискурса (она не обязательно проповедническая, например, новости на сайте епархии стилистически сугубо информативны). Целевая аудитория не ограничена не только вероисповеданием, но и вообще религиозностью. «Сами журналисты и редакторы СМИ, а также читатели не считают большинство материалов, относящихся к религиозному дискурсу, сугубо религиозными» [Чаусов, 2013: 36].

Особое место в религиозном дискурсе занимает такая его категория, как ценности. В.И. Карасик отмечает открытость ценностей религиозного дискурса, выделяющую его среди других типов институционального общения. Ценности в религиозном дискурсе не являются скрытыми, подразумеваемыми и выводимым, но сама суть религиозного дискурса состоит в открытом утверждении ценностей [Карасик, 2002: 334]. В.И. Карасик выделяет четыре группы ценностей и норм поведения в религиозном дискурсе: суперморальные, моральные, утилитарные и субутилитарные [Карасик, 2002: 335].

Большинство исследователей отмечают концепт «вера» как ключевой для религиозного дискурса [Блувберг, 2007; Карасик, 2002; Крылова, 2012; Бобырева, 2007]. К.В. Чумакова также обращает внимание на важную роль понятия «единства» для данного дискурса [Чумакова, 2012].

В.И. Карасик выделяет следующие стратегии религиозного дискурса: молитвенную, призывающую, исповедальную, разъясняющую, утверждающую и обрядовую стратегии [Карасик, 2002:343]. В проповедях мы встретим разъясняющую и утверждающую стратегии.

Материалом религиозного дискурса, который представляет собой совокупность его письменных и устных текстов, обладает следующей спецификой: прецедентные тексты, (в данном случае тексты Священного Писания) обладают в нем особым, исключительным значением и являются прецедентными текстами по отношению к самому понятию прецедентных текстов [Слышкин, 2000].

Говоря о дискурсивных формулах религиозного дискурса, В.И. Карасик относит к ним принятые в религиозном общении клише и функционально-обусловленные обороты, которые однозначно определяют тип данного дискурса [Карасик, 2002].

Как мы увидели, существует множество подходов к изучению религии в рамках лингвистики и смежных дисциплин. Наше исследование будет осуществлено в рамках когнитивно-дискурсивной парадигмы с применением

метода дискурсивного анализа и учетом результатов исследований отдельных жанров религиозного дискурса, в особенности проповедей.

В качестве объекта нашего исследования выступает протестантский проповеднический дискурс, в котором в качестве участников общения выступают пастор (агент) и прихожане (клиенты), в роли хронотопа выступает храм и фиксированные часы проповеди, целью является приобщение и подкрепление веры и самоидентификация участников дискурса как членов протестантской деноминации. Подробнее мы рассмотрим понятие проповеди в следующем параграфе.

1.1.3. Проповедь как жанр протестантского религиозного дискурса

Понятие проповеди обширно, и может пониматься в нескольких смыслах. В словаре С.И. Ожегова мы находим следующие определения проповеди:

1. Речь религиозно-назидательного содержания, произносимая в храме во время богослужения. 2. Распространение каких-н. идей, взглядов (книжн.). В нашем исследовании мы будем рассматривать проповедь в первом из приведенных значений, в качестве одного из жанров религиозного дискурса. Н.Б. Мечковская отмечает, что религия, как межличностный коммуникативный процесс начинается именно с проповеди учения людям, говоря, что проповедь присутствовала в религиозной коммуникации людей раньше любых письменных фиксаций религиозного содержания [Мечковская, 1998: 150], и называет ее поэтому фундаментальным, первичным жанром религиозной коммуникации [Мечковская, 1998: 205].

В.И. Карасик делает интересное наблюдение о схожести проповеди с такими жанрами, как беседа и лекция, замечая, что в жанре проповеди религиозный дискурс сближается с педагогическим [Карасик, 2002: 343].

В разных конфессиях различные особенности истории содержательной и жанровой коммуникации, в связи с чем судьба проповеди в разных конфессиях неодинакова [Мечковская, 1998: 150]. В христианстве этот жанр детально

регламентирован, проповедь составляется по определенным правилам и изучается в рамках гомилетики - учения о проповеди. Элементы проповеди можно проследить еще начиная с Ветхого Завета, в частности в эпизоде из четвертой главы Второзакония, где Моисей (стихи 1-40), передавая заповеди народу, призывает к их исполнению и объясняет чем грозит невыполнение этих заповедей. Другим примером проповеди, уже из Нового Завета, можно назвать знаменитую "Нагорную проповедь" Иисуса Христа. Мы видим, что несмотря на то, что с точки зрения содержания, в ней излагается вероучение, анализируя характер коммуникации, жанр и активность говорящего, который стремится убедить слушателей, мы приходим к выводу, что это проповедь. И, таким образом, Нагорная проповедь позволяет получить представление о некоторых чертах проповедничества, характерного для раннего христианства [Мечковская, 1998:207].

Проповеди раннего христианства заметно отличались от тех, которые мы можем услышать сегодня. Согласно Хоппину [Hoppin, 1883], основные изменения в подходе к чтению проповеди прослеживаются в 3-4 веках. Если прежде проповедь была достаточно простой и безыскусной, то теперь в нее стали включаться элементы риторики, она стала все больше напоминать произведения классических греческих ораторов. Наиболее ярко эта тенденция проявилась именно в тот переходный период, когда простая и сильно опирающаяся на Библию раннехристианская проповедническая система преображалась, чтобы принять вид, характерный для современной проповеди. В раннехристианский период основной фокус был на чтении библейского текста, в то время как сама проповедь преимущественно заключалась в простом обсуждении отрывка из Писания. Данный подход брал свое начало из проповедей раввинистического иудаизма, с которыми были наиболее хорошо знакомы раннехристианские церковные лидеры.

Переход к классической риторической традиции связывают с именами Иоанна Златоуста, который первым начал использовать приемы риторики в своих проповедях. Затем Блаженный Августин в своем трактате «Христианская

наука» отстаивал необходимость применения риторических принципов в проповеди, говоря о трех обязанностях проповедника: наставлять, восхищать и сподвигать к действию. Таким образом, мы видим смещение фокуса проповеди с чтения отрывка из Священного Писания на способности проповедника.

По сравнению с литургией, проповедь куда более свободна и предоставляет проповеднику возможность некоторого выбора содержания и способа общения с верующими. Проповедь непредсказуема, что внушает опасения о возможности ее отхода от ортодоксального учения, и в прошлом это опасение приводило к ограничениям возможностей проповедничества со стороны католической и православной церквей. Например, проповедовать в православном храме могут только епископы и пресвитеры [Мечковская, 1998:209]. В отличие от католической и православного направлений христианства, в протестантизме был принят взгляд на свободную проповедь, как на возвращение к чистоте и религиозному творчеству раннехристианских времен и потому проповедничество активно развивалось в рамках протестантских конфессий [Мечковская, 1998: 210]. Проповедь занимает важное место в религиозной практике протестантизма и именно этим обусловлен наш выбор видеозаписей протестантских проповедей в качестве материала исследования.

С.В. Блувберг, проанализировав проповеди, представленные на страницах протестантской прессы Германии, выделил следующую структуру протестантской проповеди:

- 1) Der Bibelabschnitt (Отрывок из Ветхого или Нового Завета).
- 2) II. Die Predigt (Собственно проповедь):
Die Einführung (введение);
Die Erklärung (разъяснение);
Die Deutung (толкование);
Die Schlussfolgerung (выводы).
- 3) III. Das Gebet (Молитва) [Блувберг, 2007:231].

Отрывок из Священного писания для чтения может быть взят из Ветхого Завета (чаще из «Пророков») или из Нового Завета. Иногда библейский отрывок зачитывается не в начале или после короткого вступления, а распределен по другим структурным частям проповеди. Последнее мы можем наблюдать и на собранном нами материале англоязычных проповедей.

Проповедь обычно начинается с приветствий, комментариев или неформальных вопросов к прихожанам. Цель подобной преамбулы заключается с одной стороны, в том, чтобы ввести аудиторию в контекст происходящего помочь приступить к проповеди. С другой стороны, в том, чтобы с помощью такого неформального начала публичной речи создать дружеский настрой между собеседниками, и, таким образом, разрушить традиционный монологический барьер между духовным лицом и прихожанами, придав проповеди неформальный и частично диалогический характер.

Центральная часть, или собственно проповедь, состоит из следующих структурных элементов: введения, разъяснения, толкования и выводов. В введении оратор обычно рассуждает по поводу какого-либо актуального события, это может быть, например, религиозный праздник, или, как это часто можно увидеть в проповедях 2020 года, которые мы рассматриваем в нашем исследовании, рассуждение об эпидемиологической ситуации в стране. В разъяснении оратор раскрывает значение библейского отрывка, который был прочитан, проводит аналогии между библейским сюжетом и современным контекстом (например, в проповеди от 22 марта 2020 года Брюс Аткинсон приводит в пример больную женщину, которая, благодаря своей вере и настойчивости, получила исцеление и призывает своих прихожан не терять надежду и продолжать бороться с болезнью). При толковании библейского отрывка, оратор интерпретирует его применительно к теме, затронутой в данной проповеди. В выводе он подводит итоги проповеди, предлагает прихожанам какую-либо модель поведения, дает рекомендации как себя вести, какие действия совершать, а каких избегать.

В конце проповеди читается молитва, зачастую состоящая из нескольких простых предложений и имеющая отношение к теме проповеди.

С.В. Блувберг, в результате анализа современных протестантских проповедей, выделяет несколько основных отличительных признаков данной разновидности религиозного дискурса. Он говорит о неразрывной связи со Святым Писанием, являющимся основным источником веры в христианстве, с одной стороны, и в то же время о тематической актуальности проповедей, выделяет характерные для проповедей христоцентризм, космополитизм, гуманизм, позитивизм и антропоцентризм. С точки зрения языка проповеди, он отмечает его намеренную простоту на лексическом, грамматическом и синтаксическом уровнях. [Блувберг, 2007:234].

Рассматривая проповедь в качестве одного из жанров религиозного дискурса, Э. Адедан описывает дискурсивную структуру протестантской проповеди, отмечая, что проповедь, как речевое событие, состоит из трех компонентов: общения, участников и актов [Adedun, 2010]. Для данной разновидности дискурса характерны четыре вида общения. Во-первых, информирование - его целью является передача слушателям идей, фактов и мнений. Во-вторых, указание, с целью добиться от слушателей выполнения невербальных действий. В-третьих, вызов ответа, с целью добиться вербальных действий от слушателей. В-четвертых, заявление - оно реализуется через такие акты как молитва, прошение и прочие высказывания, посредством которых говорящие реализуют свои институциональные роли и функции. Другим компонентом дискурсивной структуры проповеди являются участники - главные и второстепенные, помогающие тематическому развитию проповеди посредством информирования, объявлений, комментариев и иллюстраций [там же].

Кроме того, Э. Адедан выделяет в протестантской проповеди дискурсивные акты, то есть предложения, слова или фразы, играющие структурную или функциональную роль в дискурсе проповеди. Ряд этих актов

уникален для этого вида дискурса, например, молитва, наставление и исповедание [Adedun, 2010:26].

Проповедь строится на основании общих, известных аудитории и говорящему, предпосылок. Эти предпосылки, согласно Стаббсу [Stubbs, 1983], представляют собой группу связанных фактов, схему или структуру знания, которой обладают участники данного дискурса, и благодаря которой они интерпретируют поступающую к ним информацию в рамках данного дискурса. Применительно к проповеди, слушатели (прихожане) способны при помощи ключевых слов, фраз или контекстуальных сигналов активировать схемы знания и понимать происходящее в рамках дискурса. В норме участники дискурса активируют множество подобных схем, что помогает им понимать, как реагировать на высказывания оратора (пастора) и получать подсказки, к примеру, о том, что проповедь приближается к концу. Способность прихожан верно интерпретировать невысказанное напрямую основывается на этих структурах знания [Adedun, 2010:29].

Одной из подобных схем при чтении проповедей является использование ораторами открывающих и завершающих стратегий. В качестве открывающих стратегий могут выступать песни, заявления общего характера, молитвы, библейские цитаты, объявление темы проповеди. Во время завершения проповеди могут использоваться такие дискурсивные стратегии как молитва, краткое подведение итогов проповеди, указания. Когда пастор использует дискурсивные стратегии для начала или завершения проповеди, прихожане интерпретируют происходящее при помощи своих фоновых знаний, ситуационных факторов, текстуальных и контекстуальных ресурсов. Именно способность слушателей к подобной интерпретации способствует осмыслению проповеди, что обеспечивает весь процесс коммуникации [там же].

В ситуации самоизоляции огромная часть деятельности религиозных обществ была перенесена в онлайн среду, и не могла не претерпеть изменения. У проповеди, предназначеннной для трансляции онлайн, мы также можем наблюдать некоторые отличия от ее более традиционного варианта, читаемого

выступающим (в нашем случае - пастором протестантской церкви) перед живой аудиторией. Конечно, проповеди не впервые оказались в интернет-пространстве. И до введения режима самоизоляции религиозные общества практиковали запись проповедей с последующим размещением видеозаписей в сети Интернет. Однако реципиентом этих проповедей, их целевой аудиторией, были люди, находящиеся в одном зале с оратором, прибывшие на проповедь лично. В то время как онлайн проповедь спланирована и технически оформлена так, чтобы оказать воздействие на зрителей, смотрящих онлайн трансляцию. Можно выделить несколько подходов к организации онлайн проповеди. Первый, это чтение проповеди пастором в реальном времени онлайн на платформе Zoom или подобных. Второй - предварительная запись и монтаж проповеди, с последующей трансляцией в назначенное для церковного собрания время. Средства воздействия на аудиторию, употребляемые ораторами в этих двух случаях отличаются.

Онлайн проповедь лишена ряда возможностей воздействия на слушателей, которыми обладает проповедь, произносимая в непосредственном присутствии аудитории. Например, возможности эмоционального «заражения» аудитории, то есть передачи своего состояния или отношения другому человеку или группе людей [Карепанова, 2006:49]. Кроме того, у оратора, читающего проповедь оффлайн больше контакт со слушателями, у него есть возможность корректировать свое поведение в зависимости от реакции аудитории. Подобную возможность частично сохраняет оратор, выступающий в реальном времени на платформе, где возможен двусторонний контакт с аудиторией. Он может видеть часть аудитории на экране своего компьютера и также сохраняет возможность использовать такие приемы, как побуждение аудитории к повторению вслед за ним определенных слов или фраз и получать обратную связь в отношении успешности этого побуждения, иными словами, слышать их голоса и анализировать с готовностью ли слушатели откликаются на его побуждение, много их или мало, насколько они возбуждены либо равнодушны.

Более того, и сами слушатели могут слышать голоса своих единоверцев, одновременно с ними повторяющих слова пастора, вовлеченных в общую активность. Пасторы, записывающие свои выступления заранее, лишены возможности получать в процессе своей речи обратную связь от своей аудитории, однако, и они в ряде случаев используют прием побуждения к повторению слов и коротких фраз.

В то же время, онлайн проповедь располагает рядом средств воздействия на аудиторию, недоступных в ситуации, когда проповедь читается в личном присутствии слушателей. Более гибкие возможности для позиционирования говорящего относительно аудитории, возможность смены ракурса, большие возможности для иллюстрирования выступления с помощью изображений или реальных предметов, а также сопровождения выступления текстом для выделения ключевых моментов либо удержания внимания аудитории.

Разные выступающие используют новые возможности в различной степени. Более подробно мы разберем наиболее часто используемые в онлайн проповедях средства речевого воздействия на аудиторию во второй главе диссертации, уделив внимание как верbalным, так и паравербальным и невербальным средствам.

В нашем исследовании мы рассматриваем проповедь в качестве одного из жанров религиозного дискурса, опираясь на описание структуры проповеди, предложенное С.В. Блувбергом, когда она состоит из чтения отрывка Библии, введения, разъяснения, толкования и выводов и завершается молитвой.

1.2. Речевое воздействие как объект исследования

1.2.1. Основные теории речевого воздействия

Рассмотрев объект нашего исследования, а именно протестантский проповеднический дискурс, мы постепенно переходим к предмету - средствам речевого воздействия в дискурсе протестантской проповеди. Сперва мы остановимся на основных зарубежных теориях (речевого) воздействия, в

рамках которых осуществлялись уже более конкретные лингвистические исследования. В этом параграфе мы начнем с того, как проблемы, связанные с речевым воздействием рассматривали в англоязычных источниках, а в следующем параграфе перейдем к рассмотрению собственно термина "речевое воздействие", появившегося в отечественной лингвистической науке. Отметим, что проблема речевого воздействия вызывает значительный интерес в современной лингвистике и смежных с ней дисциплинах. Изучению различных аспектов речевого воздействия посвящали свои работы как отечественные, так и зарубежные исследователи, например, О.С. Иссерс [Иссерс, 2009], И.А. Стернин [Стернин, 2001], П.Б. Паршин [Паршин, 2000], Е.В. Шелестюк [Шелестюк, 2014], Г.П. Копнина [Копнина, 2012], Р.М. Блакар [Блакар, 1987], Т.ван Дейк [Дейк, 2013] и многие другие. Впрочем, нельзя сказать, что этот интерес возник только в последние годы - вопрос о сущности речевого воздействия занимал умы людей еще с античных времен, что нашло отражение, например, в аристотелевской концепции риторики и в Риторике для Геренния. Авторство последней долгое время приписывалось Цицерону, хотя впоследствии это было опровергнуто и в настоящее время автор этой работы неизвестен. Риторика для Геренния использовала многие положения аристотелевской Риторики, а кроме того описывала пять канонов риторики (или пять этапов риторического действия): 1) нахождение или изобретение материала речи (*inventio*); 2) расположение, или композиция материала (*dispositio*); 3) словесное выражение, или дикция (*elocutio*); 4) память, запоминание (*memoria*); 5) исполнение, произнесение (*actio*) [Невская, 2008]. Мы видим, что в этих пяти канонах, объясняющих как оратору лучше всегоказать воздействие на аудиторию, убедить ее в своей точке зрения, внимание уделяется содержанию сообщения и его источнику. Первый этап (или канон) включает в себя поиск веских аргументов, которые помогут защитить точку зрения оратора. Второй этап подчеркивает необходимость разборчивого и связного представления идей автора. Третий этап подразумевает, что сообщение должно быть составлено с учетом характеристик предполагаемой

аудитории, учитывая язык, культурные особенности, убеждения и ценности будущих слушателей. Четвертый этап делает акцент на необходимости полного владения передаваемой информацией, точного знания содержания сообщения. И, наконец, пятый этап обращает внимание на представление сообщения аудитории, а именно использование невербальных и паравербальных способов речевого воздействия, таких как жесты и тон и громкость голоса.

Начиная со второй половины XX века классический подход к изучению ораторских текстов значительно изменился за счет идей, почерпнутых из смежных дисциплин. Появились теории, ставящие своей целью объяснить природу речевого воздействия, отражая отдельные аспекты этой области. Среди подобных теорий можно назвать модель вероятности сознательной обработки информации [Petty, Cacioppo, 1986]. Она была разработана Ричардом Питти и Джоном Качиоппо в 1980х годах и уделяла особое внимание получателю сообщения. Согласно этой теории, убеждение происходит двумя путями:

1. Центральный путь обработки информации, который обращается к способности получателя рассуждать и использует факты, статистические данные, логику, доказательства, достоверную информацию и тд.

2. Периферийный путь обработки информации, опирающийся на способы убеждения, лежащие за пределами содержания сообщения, такие как степень доверия к оратору, его привлекательность, способ подачи информации или давление внешних обстоятельств. По сути, периферийный путь идет в обход критического мышления реципиента и может являться эффективным способом речевого воздействия, например, в таких случаях, когда возможности слушателя обрабатывать информацию ограничены, например, по причине того, что она представлена в недостаточном объеме.

Положение модели вероятности сознательной обработки информации что речевое воздействие может производиться различными путями, в зависимости от интереса реципиента информации и его способности осознать содержание сообщения, заставило исследователей заинтересоваться, как отдельные речевые явления (например, разделительные вопросы или хезитации) могут влиять на

убедительность сообщения в различных условиях [Blankenship, Craig, 2007]. Согласно модели вероятности сознательной обработки информации, если интерес и способность реципиента осмыслить сообщение невысоки, то речевое воздействие будет оказываться через периферийный путь обработки информации. В том же случае, если интерес и способность к осмыслению сообщения высоки, то речевое воздействие будет оказываться через мыслительные процессы, то есть центральным путем обработки информации, с помощью фактов, аргументов, логических построений и тд. Наконец, когда интерес и способность реципиента к осмыслению сообщения не являются строго высокими или низкими, речевое воздействие может оказываться за счет увеличения или уменьшения количества обрабатываемой информации, что будет влиять на интерес и способность осмысления сообщения [Petty, Wegener, 1998].

Другой взгляд на речевое воздействие представляет теория социального суждения, согласно которой когда людям представляют идею или делают предложение, их естественной реакцией является поиск способа упорядочить информацию и подсознательная реакция на нее. Человек оценивает полученную информацию и сопоставляет ее со своей текущей позицией, что называется точкой отсчета или "якорем" [Sherif, 1961]. Музафер Шериф с коллегами пришли к выводу, что при упорядочивании поступающей действующей информации, аудитория распределяет ее в один из диапазонов - принятия, безразличия либо отторжения. В тех случаях, когда проблематика тесно связана с восприятием субъектом окружающих людей или касается того, что его сильно волнует, диапазоны принятия и безразличия обыкновенно малы, в то время как диапазон отторжения гораздо шире. "Якорь" субъекта находится в центре его диапазона принятия. Для аудитории характерно искажение поступающей информации с целью соответствия собственным уникальным диапазонам. Так, когда информация попадает за пределы диапазона принятия субъекта, он склонен ассимилировать ее и полагать, что она находится ближе к его "якорю", чем это есть на самом деле. В то время как если информация

попадает в пределы диапазона отторжения, субъект склонен убеждать себя в том, что она находится дальше от его "якоря", чем это есть в действительности.

Согласно этой теории, при воздействии на одного или нескольких слушателей, необходимо сперва изучить их средние диапазоны принятия, отторжения и безразличия. В идеале, для успешного воздействия на аудиторию, следует использовать информацию, которая окажется недалеко от границы диапазона принятия - если целью воздействия является изменение "якоря" аудитории. Многократное внушение идей, находящихся на грани диапазона принятия заставит субъект воздействия постепенно выровнять "якорь" в соответствии с целями говорящего. В то время как внушение идей в диапазонах отторжения и безразличия никак не влияет на "якоря" аудитории [Sherif, 1961].

Другой концепцией, исследующей природу речевого воздействия, и обращающей внимание на то, как оно применяется в средствах массовой информации, является гипотеза культивации, предложенная Джорджем Гербнером и Ларри Гроссом [Gerbner, Gross, 1980]. Согласно этой гипотезе, отличительной характеристикой человека является потребность рассказывать истории - для того, чтобы осознать самих себя, общество, культуру, и для того, чтобы объяснить окружающий мир [Gerbner, 2000]. Индивидуальная и коллективная картины мира, мораль и ценности - все формируется за счет повторения тщательно составленных историй. Однако, в связи с появлением современных средств коммуникации, а в особенности телевидения, природа этих историй значительно изменилась. Если прежде в каждом отдельном сообществе в каждом регионе вырабатывались свои собственные истории и взгляды, то теперь телевидение стало основным поставщиком историй для всех слоев населения. В связи с этим, согласно гипотезе культивации, произошла потеря культурной самобытности и все интересы и взгляды, отличные от доминирующих и транслирующихся посредством телевидения теперь оказались в невыгодном положении [Gerbner, 2000:3].

В результате своих исследований Гербнер и его коллеги пришли к выводу, что чем больше времени люди проводят за просмотром телевидения, тем больше их картина мира приближается к той, что в нем представлена. Мир для них становится враждебным, жестоким местом, где никому нельзя доверять [Gerbner, Gross, 1980].

Еще одна теория, затрагивающая явление речевого воздействия, рассматривает когнитивные процессы и поведение человека. Это теория запланированного поведения, произошедшая от теории аргументированных действий, утверждавшей, что поведение людей лучше всего поддается прогнозированию на основе поведенческих намерений, которые состоят из позиции по отношению к поведению и субъективной нормы (то есть представлений человека о том, как его действия воспринимают другие люди).

Исаак Айзен, разработавший вместе с Мартином Фишбейном теорию запланированного подведения, обнаружил, что подобная формула не применив в случаях, когда поведение человека подвергается влиянию внешнего или внутреннего контроля. Для разрешения этого противоречия, Айзен добавил третий элемент - воспринимаемый поведенческий контроль, и назвал получившуюся формулу теорией запланированного поведения. Таким образом, она состоит из нормативных убеждений (поведенческих ожиданий значимых людей или групп), мотивации индивида, подверженного влиянию и убеждений может ли действие быть совершено [Ajzen, Brown, Carvajal, 2004].

Несмотря на то, что первоначально теория запланированного поведения была разработана для изучения возможности прогнозирования человеческого поведения, модель определения причин поведенческих намерений легко адаптируется к вопросам, связанным с изучением речевого влияния. Как один из вариантов применения теории в связи с этим предметом - манипуляция субъективными нормами с целью добиться определенного поведения индивида под влиянием социального давления.

Другая теория, которую мы затронем, касается проблемы речевого воздействия в аспекте описания такого явления, как введение в заблуждение, и

называется теорией манипулирования информацией. Ее основоположник, Стивен МакКорнак [McCornak, 1992] рассуждал о ситуации обмана или введения в заблуждения. Он утверждал, что подобная ситуация возникает в том случае, когда воздействующий субъект преднамеренно и скрытно нарушает одну из четырех максим Грайса [Grice, 1989] с целью обмануть слушателя. Максима количества информации описывает ожидания слушателя, что информация в процессе общения должна быть максимально исчерпывающей, часть ее не должна быть преднамеренно скрыта. Максима количества информации обращается к ожиданиям слушателя, что предоставленная ему информация является точной и подкрепленной фактами. Максима релевантности отражает ожидания слушателя, что информация относится к теме беседы, а максима ясности говорит об ожиданиях слушателя, что информация будет предоставлена ему в таком виде, чтобы он мог легко ее воспринять.

Другая концепция, рассматривающая проблемы речевого воздействия в аспекте манипулирования мнением больших культурных и национальных сообществ, это теория установления повестки дня. Новостные СМИ традиционно имели большое влияние на общественное мнение. В концепции гейткапинга (также известной, как теория привратника) описывается ситуация, когда СМИ первыми получают новую информацию, а затем принимают решение, какие новостные сюжеты станут известны публике и как именно они будут преподнесены [Valenzuela, McCombs, 2019]. Что рассказывать, а что нет, какое внимание будетделено информации и как она будет представлена, все это влияет картину мира реципиентов новостей. Несмотря на это, теория установления повестки дня не предполагает, что СМИ могут диктовать людям, что им думать, однако указывает на то, что СМИ успешно диктуют людям о чем им думать. Обе теории, и теория привратника и теория установления повестки дня опираются на один и тот же процесс отбора информации, которая будет представлена общественности и обе рассматривают то, как информация представляется публике. Однако они отличаются в определении причины этого

отбора. В то время как для теории привратника цель фильтрации информации заключается в распределении важных новостей, теория установления повестки дня говорит о преднамеренной манипуляции информацией с целью добиться определенного результата. Эта цель может быть достигнута за счет определенной подачи информации, ее удержания или продвижения [Gillespie, 2012].

Для нашего исследования наибольший интерес представляет положение, высказанное в рамках модели вероятности сознательной обработки информации о том, что существуют два пути обработки информации - прямой и периферийный. Кроме того, этапы риторического действия позволяют лучше понять организацию подготовленной речи, в нашем случае, проповеди, а благодаря теории запланированного поведения, теории установления повестки дня и гипотезе культивации мы видим какое большое влияние может речевое воздействие оказывать на человеческую жизнь, и почему исследование этого явления имеет значение для множества дисциплин, в том числе и лингвистики.

Рассмотрев более общие и мультидисциплинарные теории, объясняющие как и за счет чего можно воздействовать на человека, перейдем понятию речевого воздействия, как оно будет пониматься в рамках нашего исследования. Само понятие «речевое воздействие», характерное для отечественной лингвистики (в отличие от более широкого англоязычного термина «persuasion»), было введено в научный оборот в начале 1970-х годов, впервые оно встречается в сборнике «Речевое воздействие: Проблемы прикладной лингвистики» в 1972 году [Шелестюк, 2014: 5].

Различные исследователи дают различные определения явлению речевого воздействия. Так, определение И.А. Стернина звучит как «воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели» [Стернин, 2001: 51]. Е.В. Шелестюк дает развернутое определение речевого воздействия, как воздействия «субъекта на реципиента в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которое осуществляется с помощью

лингвистических, паралингвистических и символьческих средств и отличается особыми предметными целями говорящего, предполагающими изменение отношения реципиента к тому или иному объекту, влияние на его поведение, психологический настрой, физиологические процессы либо категориальную перестройку его сознания» [Шелестюк, 2008: 166]. О.С. Иссерс и Е.В. Шелестюк различают речевое воздействие в широком и узком смыслах. Говоря о речевом воздействии в широком смысле, О.С. Иссерс отмечает оно совпадает с самим процессом речевого общения, взятым в аспекте его целенаправленности [Иссерс, 1999:74]. В узком же смысле оно предполагает, что субъект воздействия регулирует деятельность другого человека, в определенной мере свободного в выборе своих действий и поступающего в соответствии со своими потребностями [Иссерс, 2016: 23]. По определению Е.В. Шелестюк, речевое воздействие в широком смысле это «произвольная и непроизвольная передача информации субъектом реципиенту (либо группе реципиентов) в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которая осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символьческих средств и определяется сознательными и бессознательными интенциями адресанта и целями коммуникации — предметной, коммуникативной или информационной, а также пресуппозициями и конкретной знаковой ситуацией» [Шелестюк, 2014: 38]. В узком смысле оно совпадает с определением, процитированным выше, как воздействия с помощью лингвистических, паралингвистических и символьческих средств, отличающегося особыми предметными целями говорящего (изменение отношения реципиента к тому или иному объекту, влияние на его поведение, психологический настрой, физиологические процессы либо категориальную перестройку его сознания) [Шелестюк, 2014: 39].

В то время, как у Е.В. Шелестюк речевое воздействие включает в себя и то воздействие которое было оказано на реципиента неосознанно или за счет бессознательных интенций адресанта, Л.Л. Федорова рассматривает речевое

воздействие как осознанное воздействие одного коммуниканта на другого, как «рассчитанный эффект» [Федорова, 1991: 46]. Она определяет его как «однонаправленное речевое действие содержанием которого является социальное воздействие говорящего на собеседника в процессе общения, диалога» [там же].

Выделяя такую характерную черту речевого воздействия, как целенаправленность его действия, О.С. Иссерс объясняет это тем, что в процессе коммуникации все участники преследуют определенные неречевые цели и в конечном итоге оказывают влияние на деятельность собеседника [Иссерс, 1999: 74]. Таким образом, говоря об основной проблематике лингвистического анализа речевого воздействия О.С. Иссерс отмечает ее связь с изучением стратегий говорящего и всех находящихся в его распоряжении языковых ресурсов, определяющих достижение им коммуникативной цели [Иссерс, 2016:23].

Мы будем использовать определение речевого воздействия Е.В. Шелестюк. Применительно к ситуации протестантской проповеди, мы будем рассматривать воздействие пастора на прихожан с помощью лингвистических, паралингвистических и символических средств с целью изменения их отношения к тому или иному объекту, влияние на их поведение, психологический настрой, физиологические процессы либо категориальную перестройку сознания.

1.2.2. Соотношение понятий «речевое воздействие», «суггестия», «манипуляция»

Ряд авторов, при описании явлений, связанных с речевым воздействием, использует термин «суггестия». Е.В. Шелестюк использует его в качестве синонима для одного из способов речевого воздействия, а именно внушения [Шелестюк, 2014]. Таким образом, суггестия выступает в качестве более узкого термина, одной из разновидностей, способов речевого воздействия.

Приравнивают термины «внушение» и «суггестия» также и такие авторы, как И.Ю. Черепанова [Черепанова, 1992] и С.Ю. Головин [Головин, 2003]. Кроме того, И.Ю. Черепанова выделяет такое связанное с суггестией понятие, как «суггестивные тексты», отмечая, что это особый тип текстов, специально создаваемый массовым или индивидуальным сознанием для воздействия на установку личности [Черепанова, 1992:3]. Для этих текстов она предлагает две классификации: 1) по степени распространенности и универсальности и 2) по направленности воздействия [Черепанова, 1992:9].

Другим термином, связанным с понятием речевого воздействия, является «манипуляция». И.А. Стернин разграничивает понятия речевого воздействия и манипуляции, отмечая, что речевое воздействие нацелено на то, чтобы убедить реципиента сознательно принять точку зрения адресанта, сознательно принять решение о каком-либо действии и т.д., в то время как манипуляция производится с целью побудить реципиента изменить поведение, совершить поступок и т.д. неосознанно или вопреки его собственному намерению [Стернин, 2001].

Е.В. Шелестюк, говоря о приемах речевого воздействия, разграничивает «лояльные» логико-риторические и психологические приемы и приемы манипулятивного убеждения. К ним относятся: 1) дезинформация; 2) уклон (предвзятая подача информации, специальный подбор фактов и аргументов); 3) апелляция к устоявшимся стереотипам и архетипам; 4) стереотипизация; 5) размытие и подмена понятий; 6) манипуляции с модусами мнения и знания; 7) маскировка несостоятельных тезиса или аргументов [Шелестюк, 2014]. Отдельно она выделяет приемы суггестивного воздействия, отмечая, что они используются для реализации эмоционально-установочных целей или «правил суггестивного речевого внушения» [Шелестюк, 2014:79].

Н.А. Бубнова, сопоставляя понятия речевого воздействия и манипуляции или речевого манипулирования по 19 признакам выделяет у них ряд общих признаков, таких как: установка на воздействие и его односторонность, комплекс используемых речевых приемов и расчет на определенную реакцию

адресата, по остальным же признакам понятия речевого воздействия и речевой манипуляции различаются. В результате такого сопоставления исследователь приходит к выводу, что это два различных явления, которые соотносятся друг с другом как часть и целое, при этом речевое манипулирование является одной из разновидностей речевого воздействия [Бубнова, 2011].

Г.А. Копнина отмечает, что для ситуации манипулирования характерно навязывание объекту манипуляции тех целей, которые им изначально не преследовались, но это навязывание должно быть скрытым, сохраняя у объекта манипуляции ощущение самостоятельности принятия решения [Копнина, 2012].

В нашем исследовании мы будем рассматривать манипуляцию и суггестию как разновидности речевого воздействия, используя классификацию Е.В. Шелестюк.

1.2.3. Субъект, объект, задачи и разновидности речевого воздействия

Задачей речевого воздействия И.А. Стернин называет изменение поведения или мнения собеседников в необходимом говорящему направлении [Стернин, 2001:59]. Это можно рассматривать, как наиболее общую, глобальную задачу, стоящую перед речевым воздействием, как явлением. Кроме того, Е.В. Шелестюк выделяет еще и промежуточные задачи речевого воздействия, которые стоят перед отправителем сообщения и благодаря успешному решению которых речевое воздействие будет эффективно, а именно: преодоление защитного барьера реципиента («negoциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдитико-когнитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально-установочное внушение) [Шелестюк, 2014: 10].

О.С. Иссерс выделяет субъект и объект речевого воздействия. Субъект речевого воздействия регулирует как интеллектуальную, так и физическую

деятельность своего собеседника при помощи речи. Это включает в себя не только побуждение к совершению каких-либо действий, но и влияние на принятие решений, на представления о мире, на систему ценностей и убеждений. Объект речевого воздействия испытывает на себе влияние других, осуществляемое в верbalльной форме [Иссерс, 2016: 24].

Как мы видим, здесь, говоря о речевом воздействии, О.С. Иссерс акцентирует внимание именно на вербальном воздействии, воздействии с помощью речи (в узком смысле). И.А. Стернин же специально различает два основных аспекта речевого воздействия - вербальный и невербальный. Вербальное речевое воздействие, это воздействие при помощи слов, и его успешность зависит от подбора речевых средств, их расположения, содержания выражаемой ими мысли. Невербальное речевое воздействие - это воздействие при помощи несловесных средств, таких как жесты, мимика, поведение во время речи, внешность говорящего, дистанция до собеседника и др [Стернин, 2001: 51].

Л.М. Дегтярева которая выделяет намеренное и скрытое речевое воздействие [Дегтярева, 2007: 93]. Основанием для разделения служит мотивированность и осознанность выбора отправителем текста определенных речевых средств с целью выразить содержание текста и воздействовать на реципиента [там же].

Е.В. Шелестюк выделяет способы и типы речевого воздействия. Способами речевого воздействия она называет «совокупность приемов или операций практической деятельности, определяемой иллокутивными целями действующего субъекта и подчиненных решению его конкретных задач» [Шелестюк, 2014: 43]. Типы речевого воздействия перекликаются с понятиями речевой стратегии, определяемой как совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего [Иссерс, 2008: 109] и речевой тактики, означающей одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии [Иссерс, 2008: 110]. Тем не менее, в отличие от приведенных выше понятий, тип речевого воздействия в

определении Е.В. Шелестюк соотносится не с коммуникативной целью говорящего в какой-либо ситуации общения, а с прагматической функцией, общей для тех или иных видов высказываний. Типы речевого воздействия по Е.В. Шелестюк - «обобщенные группы прагматических видов высказываний, выделяемых на основании единой коммуникативной функции» [Шелестюк, 2014: 56].

В качестве способов речевого воздействия Е.В. Шелестюк указывает убеждение, внушение и побуждение [Шелестюк, 2014: 55]. Убеждение означает воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению [Шелестюк, 2014: 43]. Внушение - воздействие на подсознание, эмоции и чувства человека, косвенно обеспечивающее воздействие на его ум, волю, поведение [Шелестюк, 2014: 48]. Эти два типа воздействия напоминают два пути обработки информации, выделяемые в модели вероятности сознательной обработки информации Питти и Качиоппо, рассмотренные выше. Однако, Е.В. Шелестюк добавляет в классификацию еще один способ речевого воздействия, а именно побуждение (волеизъявление), определяемое как внешнее стимулирование реципиента прямым воздействием на его волю [Шелестюк, 2014: 55].

Классификация способов речевого воздействия, которую приводит И.А. Стернин, еще более подробна. Он выделяет: 1) доказывание; 2) убеждение; 3) уговаривание; 4) клянченье; 5) внушение; 6) приказ; 7) просьба; 8) принуждение [Стернин, 2001:60].

Рассуждая об эффективности общения, И.А.Стернин выделяет понятие факторов речевого воздействия, то есть типов коммуникативных сигналов или приемов, используемых в речевом воздействии [Стернин, 2001: 53]. В качестве основных факторов речевого воздействия он называет: 1) фактор внешности; 2) фактор соблюдения коммуникативной нормы; 3) фактор установления контакта с собеседником; 4) фактор взгляда; 5) фактор физического поведения во время речи; 6) фактор манеры; 7) фактор размещения в пространстве; 8) фактор содержания; 9) фактор языка; 10) фактор объема сообщения; 11) фактор

расположения фактов и аргументов, идей; 12) фактор времени; 13) фактор количества участников; 14) фактор адресата [там же].

И.А. Стернин объединяет все факторы в три обобщающих мегафактора: 1) фактор говорящего, в который включено все, что относится к физической стороне деятельности говорящего, в том числе его внешность и невербальное поведение; 2) фактор адресата, куда включено все, что относится к учету того, на кого ориентировано сообщение; 3) фактор сообщения, включающий в себя все, что наполнению содержанием, построению и формам языкового выражения сообщения, условиям его передачи.

В нашем исследовании мы будем рассматривать в качестве субъекта речевого воздействия того собеседника, который регулирует интеллектуальную и физическую деятельность других, а в качестве объекта — того собеседника, который испытывает на себе влияние речевого воздействия.

В качестве задачи мы будем рассматривать изменение поведения или мнения реципиентов, то есть прихожан, в необходимом говорящему (пастору) направлении. При этом, для нашего исследования важны не только вербальные средства речевого воздействия, но и паравербальные и невербальные.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В данной работе мы рассматриваем религиозный дискурс как институциональный, обращаясь, вслед за В.И. Карасиком, к таким его основным категориям, как участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, разновидности и жанры, материал, прецедентные тексты и дискурсивные формулы. В протестантском религиозном дискурсе в качестве участников общения выступают пастор (агент) и прихожане (клиенты), в роли хронотопа - храм и фиксированные часы, предназначенные для чтения проповеди. Целью данного типа дискурса является приобщение к христианской (протестантской) религии, укрепление в вере, самоидентификация участников дискурса как членов протестантской деноминации. В качестве основных ценностей мы выделяем концепты веры и единства. Исследуемый в данной работе жанр протестантского дискурса - проповедь, как речь религиозно-назидательного содержания, произносимая во время богослужения и состоящая из введения, разъяснения, толкования и выводов и завершаемая молитвой.

Под речевым воздействием мы, вслед за Е.В. Шелестюк, понимаем воздействие субъекта на реципиента в процессе речевого общения в устной и письменной формах, которое осуществляется с помощью лингвистических, паралингвистических и символических средств и отличается особыми предметными целями говорящего, предполагающими изменение отношения реципиента к тому или иному объекту, влияние на его поведение, психологический настрой, физиологические процессы либо категориальную перестройку его сознания. Применительно к протестантской проповеди мы рассматриваем воздействие пастора на прихожан с помощью лингвистических, паралингвистических и символических средств с целью изменения их поведения или отношения к тому или иному объекту, влияние на их психологический настрой, физиологические процессы либо категориальную перестройку сознания.

В данном исследовании мы будем использовать классификации способов и приемов речевого воздействия, приводимые Е.В. Шелестюк, разграничивая понятия "речевое воздействие" и "манипуляция", соотносимые друг с другом как часть и целое, где манипуляция, наряду с суггестией и убеждением являются способами речевого воздействия.

ГЛАВА 2. СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОЙ БРИТАНСКОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОТЕСТАНТСКОЙ ПРОПОВЕДИ

2.1. Вербальные средства речевого воздействия в жанре протестантской проповеди

Всего в проанализированном материале использовано 85300 слов, из них 5356 уникальных. Сравнительно высокий процент уникальных лексических единиц демонстрирует широкое использование ораторами активного словарного запаса в проповедях. Распределение частоты использования различных частей речи можно видеть на рисунке 1.

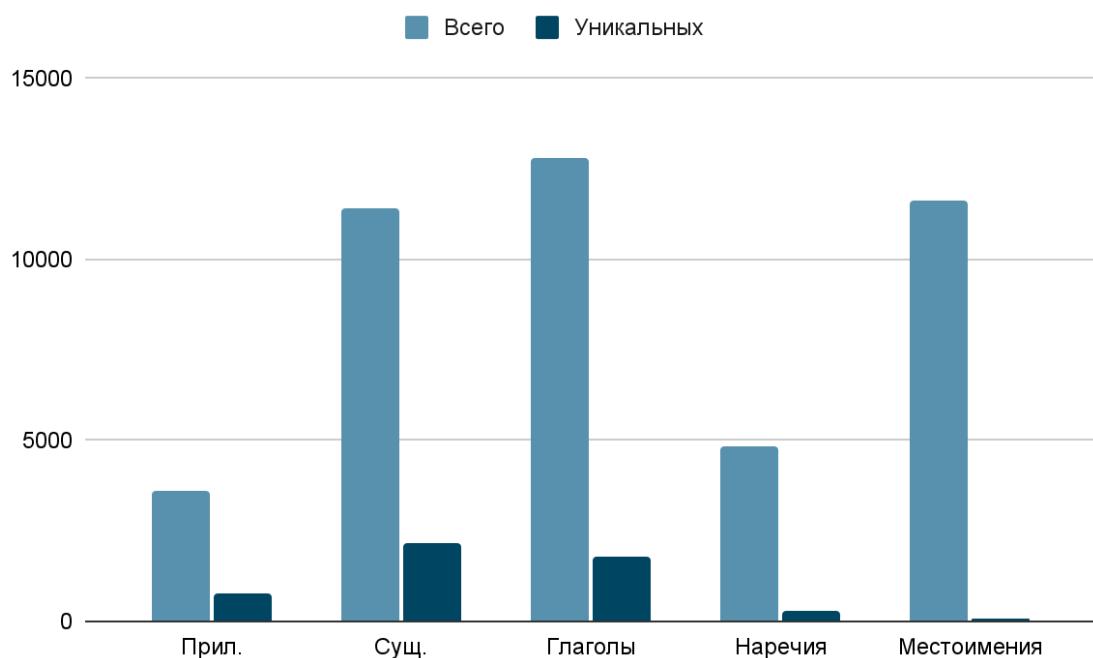


Рисунок 1. Части речи

Наиболее частотно в проанализированных проповедях использование глаголов (12826 раз, из них 1785 - уникальных). Большое количество глаголов придает речи динамичность и экспрессивность, часто используется для побуждения к действию и свидетельствует об эмоциональном возбуждении говорящего.

Распространенным средством лексического воздействия является эмоционально-экспрессивная лексика. Влияние на эмоции и воображение является эффективным средством воздействия на человека. Например, в следующем отрывке из проповеди:

Always very important is being satisfied with what God gives us.

Наречие *always* превращает последующее высказывание в правило, подчеркивает его непреложный характер; наречие *very* усиливает значение следующего за ним прилагательного *important*, еще более усиливая значимость высказывания, усиливает его воздействующий эффект.

Just as somebody with a broken leg can't dance in worship, someone with depression will struggle to display happiness in worship, but both can still seek and find God's presence.

В данном примере за счет глагола *struggle* и стилистического приема сравнения подчеркиваются трудности, с которыми сталкиваются прихожане, страдающие от депрессии, во время церковной службы.

The knowledge that just like any parent our Heavenly Father still delights and rejoices in us, although every one of the qualities described as fruits of the spirit can be experienced to some degree in the natural, they will only be experienced collectively and in their purest and most authentic spiritual form when we are full of God's holy spirit.

За счет глаголов *delights* и *rejoices*, обладающих эмоционально-экспрессивной окраской и приема сравнения (*like any parent*), подчеркиваются положительное отношение бога к верующим. С помощью прилагательных в превосходной степени *purest* и *most authentic* и использования идиоматического выражения *to some degree* осуществляется прием противопоставления плодов духа, которые можно получить вне веры (*in the natural*) и будучи прихожанином церкви.

And today, maybe, we don't erect stones like that, but maybe you write some of the incredible answers to praise in a journal of what god has done in your life.

В данном примере оратор, рассказывая ветхозаветную историю про воздвижение камня пророком Самуилом в память о том, как Бог ответил на молитвы нуждающихся, сопоставляет это событие с современной практикой. За счет использования прилагательного с эмоционально-экспрессивной окраской *incredible* оратор уравнивает библейскую историю и современность.

В проповедях широко используются лексические единицы с положительной семантикой (*love, good, kindness, comfort, pleasantly, enjoying, fellowship, rescue*) призванные способствовать достижению цели оратора укрепить дух членов общины, успокоить и утешить, представить ситуацию в более позитивном свете. Всего в проанализированном материале прилагательные использованы 3580 раз, среди них 763 уникальных. И среди самых частотных прилагательных мы видим как раз единицы с положительной семантикой: *new (112), good (109), great (91)*.

Keeping good company is essential. We need people who will add value to our lives, and we need to add value to others.

В этом примере за счет прилагательного *good* и существительного *value* подчеркивается благоприятное воздействие прихожан на жизнь друг друга.

In galatians 5 verses 22 and 23, the verses which tell us about the fruit of the spirit, it says that the source of that fruit is god's holy spirit, and that the fruit will be: love, joy, peace, forbearance or patience, kindness, goodness, faithfulness, gentleness and self-control.

В данном примере мы видим перечисление существительных с положительной семантикой, описывающих преимущества, получаемые верующими.

When we look back at all that God has done within our past, then we can find hope and courage and remember his faithfulness back then. And it can be courage and hope that to remind us that God is going to be faithful in the days to come as well.

Здесь используется тип речевого воздействия аргументация, который в сочетании с употреблением существительных с положительной семантикой

hope, courage, и faithfulness призван успокоить слушателей, убедить их в том, что как и прежде, они должны продолжать полагаться на поддержку Бога.

Обратим внимание на особенности употребление лексических единиц с негативной семантикой:

God wants to use us as a platform. To show that he's a powerful and an awesome God. That he's able to overcome anxiety. He's able to overcome trouble. He's able to overcome doubt. He's able to overcome difficulty. And yes, he's all able to overcome uncertainty.

Оратор, применяя прием анафоры, использует слова с негативной семантикой (*anxiety, trouble, doubt, difficulty, uncertainty*) в контексте, предназначенном для ободрения аудитории, с помощью глагола *overcome* придавая ситуации положительное звучание.

Для проповедей характерно использование специальной лексики, присущей религиозному (христианскому) дискурсу: *God, Lord, blessing, salvation, pray, gospel, Holy Spirit, Heaven, righteous, minister, preaching*. Это способствует самоидентификации слушателей как христиан, как прихожан одной церкви. Всего в проанализированном материале существительные использованы 11409 раз, среди них 2156 уникальных. Среди самых частотных существительных *God* (647), *church* (161), *faith* (116), непосредственно относящиеся к религиозному дискурсу.

I have loved just being a part... to seeing how our church has adapted to these times, and people blessing each other, people encouraging each other, and people going on Zoom, and having a chat.

В приведенном примере, использованные существительные *church* и глагол *blessing*, характерные для христианского дискурса, сужают круг аудитории, для которой предназначено сообщение, сплачивают слушателей, что дополнительно усиливается местоимением *our*.

Исследователями уже отмечалась особая роль местоимений в религиозном дискурсе [Карасик, 2002: 332]. Всего в проанализированных проповедях местоимения использованы 11613 раз, среди них уникальных - 52.

Одно и то же местоимение может использоваться для создания различных эффектов. Наиболее частотным является местоимение *you* (2328 раз). Местоимение *I* (использовано 1573 раз) может использоваться при апелляции к собственному опыту либо к своему авторитету как пастора, читающего проповедь (*I think... I believe*). Местоимение *we* (использовано 1378 раз) используется для сближения говорящего с аудиторией, наряду с местоимением *us* (использовано 554 раза). Следующие примеры иллюстрируют, каким воздейственным потенциалом обладает выбор местоимений в жанре протестантской проповеди.

I love that passage, it says that we can come to God's throne with confidence. And when we start to declare that we are his children, that we belong to him, that we are... that we're his, and we can have that confidence to boldly approach him.

I think our church is a brilliant family. And I don't know about you, but in these times I have missed getting together. I have missed seeing everybody.

Говорящий в данном случае акцентирует свою роль ментора, поучающего слушателей, дающего им нравственные ориентиры и указывающего, каким должно быть их поведение. Кроме того, местоимение *I* может использоваться как "я" лирического героя из цитируемого отрывка Священного Писания. Объясняя прочитанный отрывок, ораторы зачастую используют прием домысливания обстоятельств, изложенных в Писании, добавления деталей повествованию, особенно это касается внутренних переживаний персонажей.

Это позволяет слушающим погрузиться в повествование, представить себя на месте героев, задействовав эмпатию и воображение. При этом говорящий может использовать прямую речь, чтобы еще глубже вовлечь слушателей в описываемую сцену, в таком случае *I* лирического героя проецируется на "я" слушателей, позволяя им почувствовать себя действующими лицами из описываемой сцены, испытать их эмоции.

She spent all that she had, and was no better, but grew worse when she heard about Jesus. She came behind him in the crowd and touched his garment for she said: if only I may touch his clothes, I shall be made well.

В начале использовано местоимение *she*, и женщина, о которой идет речь, воспринимается со стороны, от третьего лица. Но по мере описания ее переживаний, на смену местоимению *she* приходит *I*, используемое в прямой речи, смещая восприятие героини от третьего лица к первому.

Местоимение *we* используется для сближения говорящего с аудиторией. Рассмотрим пример:

We, as the people of God, can learn from these two women.

Здесь оратор использует местоимение *we*, чтобы объединить себя с аудиторией, и в то же время создать отдельную группу "the people of God", имплицитно противопоставленную всем остальным людям. Использование существительного "God", имеющего огромное значение для христианского дискурса, призвано оказать дополнительное воздействие на аудиторию, которое усиливается из-за построения фразы, благодаря которому возникает импликатура: те, кто не выполняет последующее условие (*can learn from these two women*), исключены из группы "the people of God".

Возвращаясь к приему погружения в повествование, рассмотрим такой пример:

This was their livelihood. And to not catch any fish, can you imagine him going back home - «honey, i've got nothing today».

Здесь оратор приглашает слушателей представить себе чувства героя повествования, приводит реплику, которую тот мог бы произнести. Это ироническая реплика, приводящая к снижению стиля, от высокого библейского настроя к современному разговорному стилю. Подобное использование разговорной лексики, позволяет слушателям почувствовать себя ближе к библейским героям, представить себя на их месте. Другой пример, использования разговорной лексики для сближения с аудиторией, придающей сообщению доверительный, интимный тон:

Take time to chill out with God, to hang out with him. Make sure that he is your best friend.

Использование разговорного стиля добавляет проповеди игривый, шутливый оттенок, одновременно создавая эффект неожиданности за счет привнесения юмора в обсуждение экзистенциальных вопросов. Использование юмора в качестве одного из средств речевого воздействия может иметь определенные преимущества. Коммуникация с использованием юмора является значимым способом сделать информацию более запоминающейся, персонажей более притягательными, а объяснения более понятными.

Суггестивно также использование иностранных слов для замены богатых смысловыми ассоциациями слов исходного языка на номинации с неявным смыслом, который можно развивать в наиболее выгодном для решения коммуникативной задачи направлении [5, с. 143]. Рассмотрим следующий пример, где оратор вводит новое для аудитории слово friscada.

There's a greek word there and it's called friscada. Can you say that with me? Friskada. Let me hear you... yeah... yeah.... that ain't a bad attempt. Friskada that actually is where we get our word in the english, it's freshness. God has brought you into a freshness, into a newness.

Введенное слово используется в качестве замены английского существительного freshness. Почему не воспользоваться уже имеющимся в английском языке словом, зачем вводить новый термин из греческого? В Oxford Dictionary мы находим несколько значений слова freshness, среди них нужное оратору (the quality of being pleasantly new or different) стоит на втором месте, следом за определением «(with reference to food) the state of being recently made or obtained or not having decayed». Вводя новое слово friscada вместо слова freshness автор избавляется от ассоциации с пищей, а оставляет только необходимое значение - новизна.

In Galatians chapter 4 and verse 6 it says: God has sent forth the spirit of his son into our hearts crying out Abba Father... English equivalent would be dad or daddy. In other words, God isn't some distant father. He wants to be a close intimate father. He wants to be called Abba Father. And thank God for that.

Многим протестантским деноминациям характерна ориентация на установление более близких, доверительных отношений с Богом, что проявляется в том числе и через личное обращение к Богу. Одним из распространенных среди прихожан обращений к Богу является Daddy (или, для русскоговорящих членов протестантских деноминаций - Папочка). Это обращение используется во время молитвы или в повседневных монологах, обращенных к Богу. Однако все верующие чувствуют себя комфортно, используя подобное обращение, и в данном примере пастор предлагает альтернативное обращение, заимствованное из иврита - Abba - которое, сохранив значение близости, может казаться ряду верующих более приемлемым.

In the hebrew there's a word for crisis. There's a hebrew word misper, and this hebrew word means to bring something new or to birth something new. It means the place of breach, it means the place of opening, in some places it also refers to a birthing stone or a birth. And still, is it possible that we can be in a crisis, and God is saying: I want to birth something new. I want you to birth something new. I want you to bring forth something new. What we see as a crisis, as God says: I see as an opportunity to bring something forth, that you've never brought forth before. To push something, establish something. It's painful, but God says when you get through it, you're going to be better. When you get through it, you're going to be greater. When you get through it, there will be things added to you, that before this thing, before this crisis, before this difficulty, you couldn't see it. You didn't walk in it. You didn't understand it. But after this crisis you're going to see me in a new way, and in a greater way.

В данном примере оратор старается планомерно изменить отношение аудитории к современной ситуации (эпидемии коронавируса). Оратор соглашается, что в результате пандемии, многие люди подверглись значительным испытаниям, оказались в ситуации кризиса, которую можно воспринимать как негативную. Используя иностранное слово misper, оратор переносит одно из его значений (рождение) на текущую ситуацию и

представляет явление кризиса в более позитивном свете, как способа перерождения, преодоления трудностей с последующим совершенствованием.

Использование следующих стилистических приемов также призвано оказывать суггестивное влияние на слушателей:

1. Эпитеты:

intense relationship with God

in the hardest times

we've got a brand new church online

he's our Father, he's our Heavenly Father, he's everlasting Father

2. Сравнения:

It is like a parallel paradigm: whatever we do on earth here to the least of this our brother and sisters, we did it for him.

Оратор использует термин из области программирования для описания принципа из религиозной сферы, согласно которому все, что прихожане делают друг для друга, они делают для Бога.

Perhaps, it's a reflection of the joy that God has in us, the knowledge that just like any parent our Heavenly Father still delights and rejoices in us his children.

Бог сравнивается с родителем, который радуется за своих детей и гордится ими.

3. Метафоры:

You are now part of the family, you don't feel like a foreigner anymore, because you are not. You have been accepted. So, when you have a relationship, you become a child of God, you become a family member of Jesus.

Принадлежность к христианской вере, церкви, рассматривается как принадлежность к семье, что соответствует цели сплотить прихожан, способствовать их самоидентификации как христиан, членов одной церкви, как членов одной семьи.

Oh he's our Father. He's our Heavenly Father. He's everlasting father. That's the first antidote. If we meditate upon that that immediately begins to take away

something about worrying our anxiety. The second thing Jesus says as an antidote is: not only is God our Father, he's also my Lord and Master.

Цитата из Библии используется как противоядие от тревоги, умиротворения, что перекликается с целью успокоить прихожан.

4. Оксюморон:

Well, I was quite pleasantly horrified, when one day I walked down to the cafeteria and saw one of my staff members clipping some homeless brothers' toenails.

Оратор описывает свои противоречивые эмоции через использование приема оксюморона, делая выражение более красочным, чтобы сильнее воздействовать на воображение слушателей.

Эпитеты и метафоры с положительной экспрессивностью усиливают выразительную и оценочную функции. Метафора играет важную роль в презентации и раскрытии темы проповеди, она может быть отражена в заголовке, обыгрываться в тексте и впоследствии использоваться в молитве, которая следует сразу после проповеди. Рассмотрим в качестве примера проповедь пастора Брюса Аткинсона «The Lord is my healer», прочитанную 24 марта 2020 года. Как видно из заголовка в этой проповеди, бог в ней представлен в роли лекаря. Подобная тема была очень актуальна в связи с ситуацией пандемии, когда многих людей волновало собственное здоровье и здоровье близких. В качестве отрывков Священного Писания для разбора и толкования автором были выбраны два эпизода Нового Завета, связанные с исцелением верующих. В молитве, прочитанной в конце проповеди, мы видим следующие строки, закрепляющие связь между образом бога и образом целителя:

... while we call on your supernatural government, Lord, to come into this Earth and to turn people to you. Not just, Lord, to push back the coronavirus, but also the sin virus that all human beings have been inherited.

Ораторы нередко испытывают потребность в использовании терминов других дискурсов для разговора о христианском дискурсе. Это могут быть либо термины из сфер, близких и понятных оратору в результате его жизненного

опыта, например финансовой, сельскохозяйственной, информационных технологий, либо из актуальных для текущей политической и социальной обстановки в обществе, как в случае с медицинским дискурсом, когда медицинская тематика актуальна в связи с пандемией:

The ultimate vaccine - it's a gospel of Jesus Christ. But you know that the love of God is infectious.

В следующем примере мы видим использование понятий из военного дискурса (*enemy, shoot*) для описания явлений религиозного дискурса:

You can see the enemy from afar. God would allow you to see an enemy coming and you can take and shoot the word and destroy him before he even gets close.

В результате особенностей онлайн-проповеди, ораторы пользуются возможностью создания более объемных метафор, задействуя как материальные объекты, которые они демонстрируют аудитории с помощью камеры, так и изображения. Приведем пример из проповеди пастора Питера Лу «*Loving People*» от 29 марта 2020 года. Обсуждая сложную проблему, связанную с такими вопросами как свобода воли человека и роль его личного выбора, для облегчения восприятия и понимания вопроса пастор прибегает к использованию метафоры. Обратим внимание, что представление каждой детали комплексной метафоры сопровождается демонстрацией. Сравнивая человека с сосудом аромараспылителя, пастор дает аудитории возможность разглядеть реквизит, поднося аромараспылитель к камере. Сравнивая благодать с эфирным маслом, он наливает масло в сосуд и поясняет, что это дар Святого Духа каждому человеку (рис. 1). Затем, пастор демонстрирует переключатель аромараспылителя, акцентируя внимание на том, что даже при наличии всех составляющих, требуется воля человека для того, чтобы прибор заработал. В ходе проповеди оратор еще возвращается к этой метафоре, укореняя этот образ в картине мира слушателей, пользуясь им для создания слогана «*flick the switch*» и побуждая аудиторию несколько раз повторять этот слоган, закрепляя воздействующий эффект.

Широко используются ораторами и такие риторические приемы, как:

1. Обращение и побудительные предложения:

So let's read from the screen, let's read together.

2. Призыв:

So even in this epidemic let us seek God and say: God your command is for me to love one another.

3. Риторический вопрос

Can I ask you the question: do you like fresh bread or do you like stale bread?

Риторический вопрос может употребляться:

1. Для привлечения внимания слушателей:

But you know what?

2. Чтобы побудить слушателей задуматься, дать собственную оценку высказыванию:

We're talking a lot about social distancing, aren't we?

Риторическое обращение зачастую используется для привлечения внимания аудитории, перед высказыванием, на которое оратор хочет обратить особое внимание слушающих или для сближения с аудиторией (особенно в сочетании с последующим употреблением местоимений *we, our*, которые объединяют говорящего и слушателей в одну группу, добиваясь сокращения дистанции с аудиторией). Призыв и побудительные предложения могут использоваться и как приглашение следовать определенной, предложенной оратором модели поведения (например, призыв помогать другим членам религиозной организации), либо к выполнению каких-то немедленных действий во время проповеди (приглашение прислушаться к следующим словам оратора, помолиться, повторить за оратором определенную фразу).

Перечисленные выше риторические приемы в классификации Е.В.Шелестюк относятся к типу речевого воздействия симулированный диалог, к которому ораторы прибегают чаще всего (30,9% случаев).

Другим приемом, используемым в проповедях является повторение. Это может быть повторение отдельных слов, как ключевых слов с целью создания акцента, так и как средство выразительности, для создания более яркого образа:

There was many many many crowds around.

В данном примере внимание было привлечено и при помощи использования паравербальных (нисходящая интонация, ускорение темпа) и невербальных (мимика и движения головы из стороны в сторону) компонентов. Кроме того, ораторы могут повторять словосочетания и короткие предложения, как мы уже видели выше в случае со слоганом «flick the switch». Пастор не просто сам несколько раз подряд произнес эту фразу, но и давал аудитории время на повторение, следя за их реакцией:

okay yes I see us our mouths moving

При помощи этого приема аудитория вовлекается в диалогическое взаимодействие по типу побуждение - отклик. Задача подобных диалогов - установление контакта и гармонизация отношений между участниками дискурса, а также повышение эмоционального настроя проповеди.

Данный стилистический прием подчеркивает важность высказываемой идеи, побуждает аудиторию к активному слушанию. Для усиления воздействующего эффекта повторение может использоваться в комбинации с побуждением и обращением к слушателям:

You need to make your own decision. You need to make your personal choice.
You need to make a decision, you need to say: «Lord, I accept you in my life».

В проповеди повторение может выполнять и ряд других функций - оно может выступать в качестве формы обратной связи (когда аудитория повторяет вслед за оратором), заполнять паузы, служить связкой структурных компонентов проповеди или средством для запоминания информации.

Выступающими с проповедями ораторами широко используются:

1. Параллельные конструкции и анафора:

Is He listening? Is He answering?

2. Перечисление:

She'd gone to all types of doctors: the good, the bad, the strange.

3. Параллельные конструкции:

And so I pray God that tonight. That you would encourage your people. That you would strengthen them.

Параллельные конструкции добавляют ясность, понятность высказыванию, перечисление способствует эмоциональному насыщению текста, добавляет яркости описаниям, делая высказывания более запоминающимися. В этом примере оратор обращается к Богу, описывая тот эффект, которого он надеется добиться с помощью своей проповеди - ободрить прихожан, придать им душевных сил.

Противопоставление обладает воздействующим эффектом за счет быстрой смены противоположных по смыслу понятий, а анафора придает экспрессивность определенным, значимым словам, способствует созданию эффекта ритмичности речи оратора. При изложении информации характерно ее структурирование, что должно способствовать облегчению ее восприятия, понимания и запоминания:

...we can immediately see two effects of believing in Jesus... first one... second one...

Рассмотрим другой пример:

He [Jesus] could have just caused those fish to jump in the boat. But he didn't. He told Simon: I need you to let down your net. I need you to come into agreement with me. I need you to connect with me.

Оратор использует приемы анафоры и градации, наращивая напряжение. Использование словосочетания *I need* от лица в данном примере призвано оказать побудительное воздействие на аудиторию, так как оратор использует его как слова, сказанные Богом.

This pandemic is great. But it is not greater than our God. This pandemic has caused a lot of things, but God is greater. And I, I want you to know that. And I want you to focus on his greatness.

В данном примере оратор стремится успокоить и ободрить прихожан, внушить им надежду и веру в величие Бога, с помощью степеней сравнения и однокоренных слов создавая своеобразную шкалу, на которой Бог находится выше пандемии.

Другой особенностью проповеди, обладающей воздейственным характером, является ее интертекстуальность. Проповедь интертекстуальна, это одна из закономерностей ее построения. При помощи цитат из Священного Писания задается тематическое направление развития проповеди, цитаты могут использоваться для того, чтобы открывать новую тему (тогда сперва зачитывается текст из Библии, а затем идут комментарии пастора), а также в качестве подтверждения слов оратора:

I believe that the best days are ahead of you as well. God's going to do great things in your life. He's going to do great things in and through your family as well, and you might say again, how do I know that? Jeremiah chapter 29 verse 11, listen to what the Lord says. He says: for I know the plans I have for you. Says the Lord: they are plans for good and not for disaster, to give you a future and a hope.

В проанализированном материале наиболее частотной является дискурсивная практика внушения, реализуемая через уговаривание, аргументацию, оценку, симулированный диалог, воздействие с помощью художественных образов, психологическое программирование и призыв. На втором месте по частоте использования в проповедях находится побуждение, к которому относятся типы речевого воздействия: уговаривание, симулированный диалог, психологическое программирование, призыв и повеление. Чуть меньшую долю, чем побуждение, занимает убеждение, которому соответствуют типы: аргументация, оценка, информирование и доказывание. Распределение внушения, побуждения и убеждения можно посмотреть на рисунке 2.

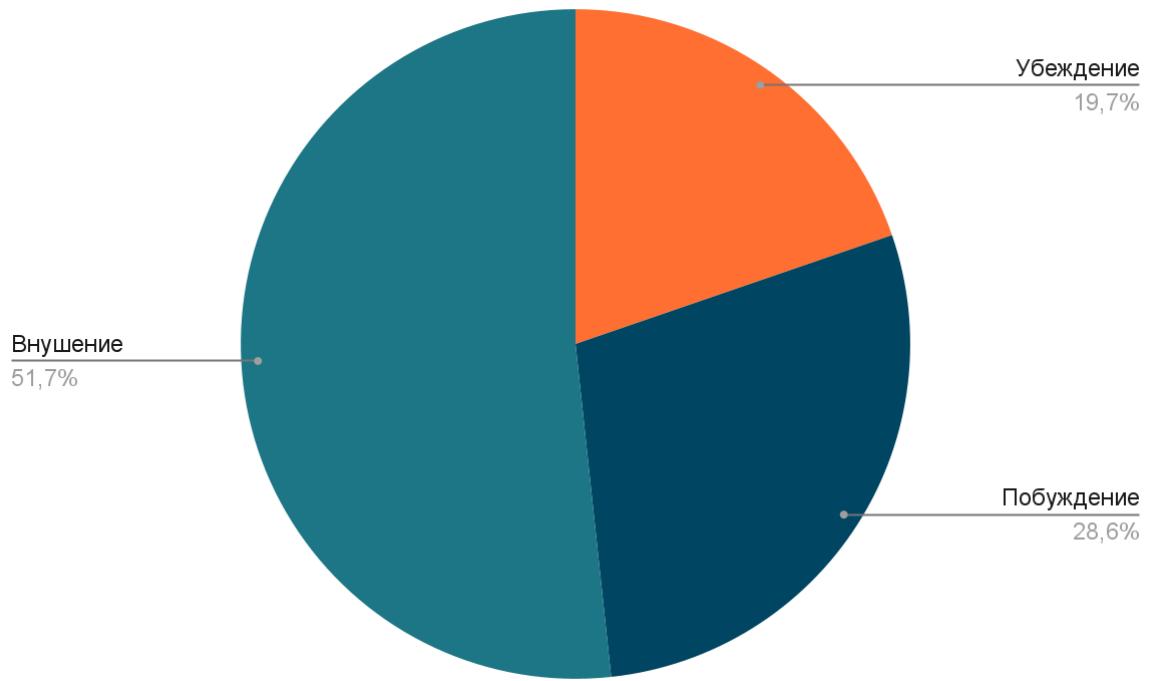


Рисунок 2. Способы речевого воздействия

Чаще всего ораторы, произносящие проповедь, прибегают к употреблению симулированного диалога, к которому относятся следующие виды высказываний: обращение, риторический вопрос, готовые вопросно-ответные комплексы. Эти приемы используются для привлечения внимания аудитории, взаимодействия с ней. Рассмотрим несколько примеров использования данного типа речевого воздействия в проповедях.

It says that the source of that fruit is God's Holy Spirit and that the fruit will be love, joy, peace, forbearance or patience, kindness, goodness, faithfulness, gentleness, and self-control. What better harvest can there be than these nine fruits?

В приведенном примере перечисляются плоды святого духа, или добродетели, обретаемые благодаря святому духу, и в конце говорящий употребляет риторический вопрос, благодаря которому возникает имплекатура: нет лучшего урожая, чем эти добродетели. Подобное построение фразы должно способствовать оказанию речевого воздействия на аудиторию.

You see, christian joy is inextricably linked somehow to the relationship we have with God. If we know Jesus as our personal Lord and Savior and our response to his love is one of obedience to his teaching and a desire for a close and consistent

relationship with him, we'll experience that kind of joy which John Piper describes as a good feeling in the soul.

В данном примере говорящий использует риторическое обращение (you see) для привлечения внимания аудитории и одновременно употребляет местоимения we, our, которые объединяют говорящего и слушателей в одну группу, добиваясь сокращения дистанции с аудиторией.

Активно в проповедях используется аргументация. Она отличается от доказывания, к которому относятся следующие прагматические разновидности высказываний: определение, постулирование, обоснование, описание, толкование, обобщение, сообщение с модусом знания, предположения, мнения и др. Отличие доказывания от аргументации заключается в том, что те же виды высказываний, что и в доказывании, используются со специальным подбором фактов и упорядочиванием аргументов для убеждения и переубеждения адресата. Кроме того, они могут использоваться с некорректным представлением тезиса и аргументов в виде несвойственных им высказываний, с добавлением эмоционально-оценочного модуса, с манипуляцией с модусами мнения и знания и т.п. В проповедях преобладает именно аргументация, как правило за счет добавления эмоционально-оценочного модуса.

And it was while they were still praying and singing that god sent an earthquake and it shook open the cell doors, loosened their chains, and set them free. The jailer jumped to the wrong conclusion, and assumed that his prisoners had escaped, and was about to kill himself without even checking. You see, without the joy of the Lord in our hearts we're inclined to jump to the wrong conclusions and assume the worst.

Говорящий приводит ситуацию, описанную в Новом Завете, когда тюремщик, не являвшийся христианином, на основании ошибочного заключения (заключенные сбежали) собирался совершить самоубийство. Говорящий истолковывает данное происшествие, акцентируя внимание слушателей на непричастности тюремщика к христианской вере, делая заключение, что именно по причине того, что тюремщик не являлся

христианином, он и пришел к неверным выводам, что едва не привело его к смерти.

Немалую долю занимает уговаривание. К нему относятся такие прагматические виды высказываний, как просьба, предупреждение, предложение, приглашение, рекомендация, наставление, совет, пожелание, навязывание, мольба, увещевание, подначивание, обольщение, подкуп и др. С помощью этого типа речевого воздействия оратор может наставлять слушателей или предостерегать их от нежелательного поведения.

You see, we shouldn't just be accentuating the positives and eliminating the negatives in our past experience. It's about the here and now, and it's about the future. We need to set priorities in the here and now that will help us to accentuate the positives.

В данном примере говорящий наставляет слушателей, объясняя какой модели поведения они должны следовать.

Something we need to be aware of, though, is putting on a display of false joy. Joy isn't putting on a happy face or whistling a happy tune. It's more of an expression of the work of God's Holy Spirit within us. And that's something that is still fully available to every single one of us even in the hardest times.

Мы видим, как в говорящий предостерегает (something we need to be aware of) аудиторию от нежелательного поведения, говоря, что необходимо остерегаться напускной, неискренней радости.

Речевое воздействие в проповедях может осуществляться с помощью художественных образов через повествование (рассказ о собственном опыте) и изображение (художественное описание).

Jesus said that every good tree bears good fruit, but a bad tree bears bad fruit. A good tree cannot bear bad fruit and a bad tree cannot bear good fruit. Every tree that does not bear good fruit is cut down and thrown into the fire. Thus, by their fruit you will recognize them.

В данном примере мы видим частичный пересказ строк из Нового Завета, в которых используется метафора, сравнивающая человека с деревом, приносящим либо хорошие, либо плохие плоды. Помимо метафорического описания, в отрывке используется повторяющееся противопоставление прилагательных с ярко выраженной положительной и отрицательной семантикой (good - bad), а также выразительный образ деревьев (людей), которых бросают в огонь (адское пламя), что должно оказывать воздействие на слушателей.

Проанализировав видеозаписи современных англоязычных проповедей, прочитанных пасторами британских протестантских религиозных объединений, среди вербальных средств воздействия мы можем отметить использование эмоционально-экспрессивной лексики, специальной религиозной лексики, разговорной лексики, введение иностранных слов, широкое использование лексических единиц с положительной семантикой, высокое содержание глаголов. Наиболее часто встречающимися в текстах проповедей средствами выразительности являются эпитеты, сравнения и метафоры. Среди риторических приемов можно выделить обращение и побудительные предложения, призыв, риторический вопрос, повторение и перечисление.

2.2. Реализация паравербальных средств речевого воздействия в протестантской проповеди на английском языке

Говоря о паравербальной составляющей проповедей, нельзя не отметить высокую выразительность, интонационную насыщенность выступлений. Ораторы активно используют эмфазу, воздействуя на слушателей через повышение или понижение интонации, смену темпа речи, паузацию, ударение на определенных, ключевых словах. Умелое использование паузации и ударения создает определенный ритмический рисунок проповеди, что обладает высоким речевоздейственным потенциалом, способствуя бессознательной

запоминаемости образа текста. Рассмотрим следующий пример из проповеди (расшифровка дана в таблице 1):

you may have /loved somebody @разводит руками@
 who is .. /unlikable .. @пожимает плечами@
 although the most UNSANCTIFIED @пальцы в щепоть, рука движется сверху вниз@

Christian .. the .. er.. I did the most UNDESERVING .. >>>but Jesus say if you have DONE it for even that person .. @ладонь ребром, движение сверху вниз@
 <<<you did it for me @голос тише@

Речь оратора никак не назвать монотонной, она насыщена интонационно, сопровождается жестикуляцией, в ней используется смена темпа, громкости. Прибегая к приему парадоксального высказывания, оратор выделяет ключевые для этого приема лексические единицы интонационно и при помощи пауз. На кульминационном моменте объяснения сути парадокса, оратор ускоряет темп, что способствует, в том числе, удержанию внимания аудитории.

Таблица 1. Обозначения

Категория	Символ
ускорение темпа	>>>
замедление темпа	<<<
интонация восходящая	/
интонация нисходящая	\
короткая невокализованная пауза	..
долгая невокализованная пауза	...
интонационное выделение	CAPS
комментарий	@ @
удлинение слабое и сильное	: ::

<<<and though you've not SEEN:: / him.. @проводит рукой с вытянутым указательным пальцем от себя в сторону@ you LOVE\ him.. @указательный палец направлен в сторону@

and though you do not SEE:: / him .. @движение двумя руками сверху вниз@ you BELIEVE \ in him

В данном примере оратор тоже использует парадокс, ключевые единицы (not seen - love, not see - believe) выделены интонационно, а удлинение и паузация задают ритм речи, повышая воздейственный эффект высказывания.

Рассмотрим взаимодействие оратора с аудиторией (О: оратор А: аудитория).

O: >>> And guess what? /God wants to give you more\ joy..@оглядывает аудиторию@

A: Yes!

O: <<< /God wants to give you more\ joy..@качет головой@

A: Yes!!

O:>>>/God wants to give you more\ joy

Сначала оратор привлекает внимание аудитории при помощи риторического вопроса, сопровождающегося повышением темпа речи. Получив отклик аудитории, он повторяет высказывание, но в замедленном темпе. Аудитория реагирует еще более эмоционально. Затем оратор в третий раз повторяет высказывание, снова меняя темп речи на более быстрый.

2.3. Суггестивный потенциал невербальных средств коммуникации в религиозном дискурсе

В невербальной составляющей можно отметить некоторые вариации, в зависимости от того, читается ли проповедь оффлайн, перед живой аудиторией, либо транслируется онлайн. Мы выделили три разновидности представления проповедей аудитории: 1) оффлайн; 2) онлайн в реальном времени; 3) онлайн в записи. Каждая из этих разновидностей обладает собственным набором невербальных средств воздействия на аудиторию.

Особенно заметно отличия проявляются в отношении положения оратора и аудитории в пространстве и по отношению друг к другу. Когда проповедь читается оффлайн, оратор традиционно находится за кафедрой, нередко на сцене. Он находится на удалении от аудитории, между ними достаточно

большое (в зависимости от величины помещения) пространство (рисунок 3). При этом между членами аудитории расстояние гораздо меньше.



Рисунок 3. Выступление со сцены

В случае выступления со сцены, расположение между участниками общения вертикальное, что обладает воздействующим эффектом, способствует приданию убедительности речи оратора.

В ситуации чтения проповеди онлайн оратор может стоять или сидеть, но в любом случае находится прямо перед камерой, что создает ситуацию горизонтального общения (рисунок 4).



Рисунок 4. Онлайн проповедь

Расстояние между оратором и слушателем визуально сокращается, что способствует интимизации общения. Более того, если во время оффлайн выступления слушатели находятся рядом друг с другом, то онлайн-проповедь может создавать ощущение, что оратор и слушатель находятся наедине, что тоже способствует сближению выступающего с аудиторией. В онлайн записи проповеди с последующим монтажом, может использоваться прием смены ракурса, с которого аудитории представляется оратор — например, сначала запись с камеры, находящейся прямо напротив выступающего, а спустя некоторое время ракурс меняется и теперь аудитория видит оратора со стороны. Такое переключение способствует удержанию внимания аудитории (рисунок 5).



Рисунок 5. Смена ракурса

Во время выступления оратор относительно статичен, большую часть времени он находится за кафедрой, так как там лежит либо Библия, либо распечатка с цитатами из нее, зачитывание которых является неотъемлемой частью проповеди. Время от времени оратор может выходить из-за кафедры, делать несколько шагов в сторону, например, иллюстрируя действия персонажа, о котором идет речь, или подчеркивая противопоставление пространственных или временных категорий с помощью собственного перемещения в пространстве (рисунок 6).



Рисунок 6. Перемещение в пространстве

В онлайн проповедях перемещения оратора в пространстве незначительны, чаще всего ограничиваются легкими наклонами в сторону аудитории либо от нее в кульминационных моментах речи.

Жесты чаще всего используются номинативные, дополняющие, иллюстрирующие речь. Зачастую они используются вместе с вербальными средствами. Чаще всего это изобразительные жесты, передающие либо образ предмета, о котором идет речь, например показывают размер или форму. Также используются указательные жесты. Они могут быть направлены и в сторону аудитории (рисунок 7), либо в сторону какого-нибудь предмета, который оратор демонстрирует в процессе своей речи (рисунок 8).



Рисунок 7. Жестикуляция



Рисунок 8. Демонстрация иудейского одеяния

Также очень велика роль риторических жестов. Они усиливают выразительность содержания речи, либо акцентируют отдельные слова или высказывания. Они нередко создают ритмический рисунок речи, например, за счет взмахов рукой. Особенно это хорошо видно в случае использования приема перечисления, когда после каждого слова оратор делает паузу и делает руками рубящие, дробящие жесты (рисунок 9). На этом примере хорошо видно, как вербальные, паравербальные и невербальные средства используются согласовано.



Рисунок 9. Жестикуляция

В случае онлайн выступления, камера чаще всего фиксирует фигуру выступающего до середины груди, что несколько ограничивает возможности для использования жестикуляции, ритмические жесты более сдержанного оратора могут не попасть в кадр, но это не касается иллюстрирующих или указующих жестов, намеренно обращенных к аудитории.

Большую роль играет зрительный контакт. В случае оффлайн выступления оратор стремится поддерживать визуальный контакт с аудиторией, время от времени обводя слушателей взглядом. А в случае онлайн проповеди оратору достаточно просто посмотреть в камеру, чтобы достигнуть эффекта «взгляда прямо в глаза» (рисунок 10), и эффект будет оказан не на часть аудитории, а на каждого зрителя. Это же касается и жестов, направленных в камеру (например, имитация при помощи ладони чаши вина, которую затем оратор протягивает аудитории, как на рисунке 7).



Рисунок 10. Взгляд

Некоторые ораторы предпочитают готовить презентации, на которые обычно выносится зачитываемый отрывок из Библии, а также основные положения проповеди. Перед выступающими открываются возможности использования таких невербальных средств, как размер текста, тип шрифта, выделение ключевых слов или словосочетаний цветом, жирным шрифтом или курсивом, использование цветовой гаммы, иллюстрации, визуальное структурирование информации (рисунки 11, 12).

Outworkings of Agape

- To love is a COMMAND
- A REFLECTION that we love God
- The POWER of WITNESS

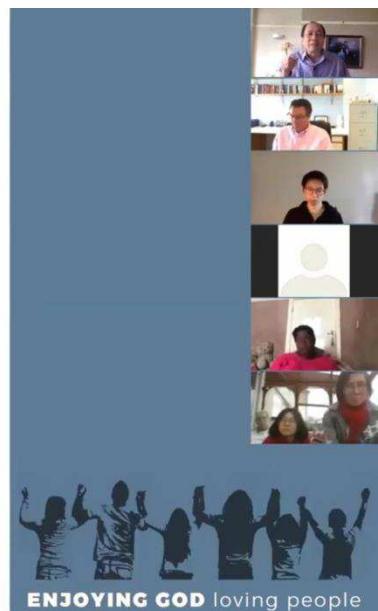


Рисунок 11. Презентация

A New Kind Of Love

1. Just as I (Jesus) have loved you.
2. Shed abroad by the Holy Spirit

"and hope does not put us to shame,
because God's love has been poured into
our hearts through the Holy Spirit who
has been given to us." (Romans 5: 5)



Рисунок 12. Структурирование в презентации

В онлайн формате проповедей, у ораторов появилась возможность шире

включать в переживание аудитории другие сенсорные модальности, сопровождать свою речь иллюстрациями и музыкой, демонстрировать реквизит. Наиболее ярко это выражено в варианте заранее записанных онлайн проповедей, в которых используются возможности монтажа видеозаписи и добавления аудио- и видеоэффектов (например, фоновой музыки или бегущей строки с ключевыми положениями проповеди, как на рисунке 13).



Рисунок 13. Бегущая строка

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Проанализировав видеозаписи современных англоязычных проповедей, прочитанных пасторами британских протестантских религиозных объединений, мы видим, что в них наиболее частотной формой реализации речевого воздействия выступает внушение с помощью как вербальных, так и парaverбальных и невербальных средств.

Среди вербальных средств воздействия мы можем отметить использование эмоционально-экспрессивной лексики, разговорной лексики, введение иностранных слов, эпитетов, сравнений и метафор. Использование специальной религиозной лексики способствует самоидентификации слушателей как христиан, как прихожан одной церкви. Можно отметить широкое использование лексических единиц с положительной семантикой, призванные способствовать достижению цели оратора укрепить дух членов общины, успокоить и утешить, представить ситуацию в более позитивном свете. Кроме того, в проповедях частотны глаголы, что придает речи динамичность и экспрессивность, используется для побуждения к действию и свидетельствует об эмоциональном возбуждении говорящего. Среди риторических приемов можно выделить обращение и побудительные предложения, призыв, риторический вопрос, повторение и перечисление.

Из парaverбальных средств речевого воздействия можно выделить эмфазу: в проповедях ораторами широко используются приемы повышения и понижения интонации, ускорения и замедления темпа, паузации, ударение на ключевых словах.

В зависимости от того, читается ли проповедь оффлайн, перед живой аудиторией, либо же транслируется онлайн, можно отметить некоторые отличия в средствах невербального воздействия на аудиторию. Выделяются три разновидности представления проповедей аудитории: 1) оффлайн; 2) онлайн в реальном времени; 3) онлайн в записи. Среди наиболее распространенных средств невербальных средств воздействия отмечается жестикуляция,

расположение выступающего относительно аудитории, работа с реквизитом, зрительный контакт с аудиторией, иллюстрации, оформление текста, сопровождающего выступление (структурирование текста, выделение цветом, курсивом и т.д.), аудио- и видеоэффекты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках проведенного исследования были проанализированы видеозаписи протестантских проповедей в связи с необходимостью более глубокого изучения особенностей протестантской проповеди, в свете растущего интереса к исследованию религиозного дискурса.

С целью решения поставленных задач, религиозный дискурс в данном исследовании рассматривался в качестве институционального, исследуя его участников, хронотоп, цели, ценности, стратегии, разновидности и жанры, материал, прецедентные тексты и дискурсивные формулы.

Протестантская проповедь была описана как особый жанр религиозного дискурса. В протестантской проповеди в качестве участников общения выступают пастор (агент) и прихожане (клиенты), в роли хронотопа - храм и фиксированные часы, предназначенные для чтения проповеди. В качестве цели проповеди отмечено приобщение к христианской (протестантской) религии, укрепление в вере, самоидентификация участников дискурса как членов протестантской деноминации. В качестве основных ценностей выделены концепты веры и единства.

Явление речевого воздействия применительно к протестантской проповеди понимается как воздействие пастора на прихожан с помощью лингвистических, паралингвистических и символических средств с целью изменения их поведения или отношения к тому или иному объекту, влияние на их психологический настрой, физиологические процессы либо категориальную перестройку сознания.

При помощи метода дискурсивного анализа были проанализированы видеозаписи протестантских проповедей и отмечено комплексное использование средств речевого воздействия на вербальном и паравербальном уровнях, а также невербальных средств воздействия на человека в коммуникации. Согласно результатам данного исследования, наиболее распространенными средствами речевого воздействия являются:

использование эмоционально-экспрессивной и специальной религиозной лексики, введение иностранных слов, широкое использование лексических единиц с положительной семантикой, эпитетов, сравнений и метафор, риторических вопросов и обращений и побудительных предложений, высокое содержание глаголов. Из паравербальных средств речевого воздействия можно выделить эмфазу. Суггестивный потенциал на невербальном уровне реализуется через жестикуляцию, расположение выступающего относительно аудитории, работу с реквизитом, зрительный контакт с аудиторией, иллюстрации, оформление текста, сопровождающего выступление (структурирование текста, выделение цветом, курсивом и т.д.), аудио- и видеоэффекты.

Теоретические и практические результаты исследования могут быть применены при разработке лекционных и практических курсов по дискурсивному анализу, специализированных курсов по анализу религиозного дискурса.

Дальнейшее исследование может развиваться в нескольких направлениях. Во-первых, в направлении изучения и анализа средств речевого воздействия, использующихся в других религиозных деноминациях. Во-вторых, в направлении сравнительного анализа средств речевого воздействия, использующихся в протестантских проповедях на других языках.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азылбекова Г.О. Речевая стратегия убеждения: утилитарный аспект // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2011. №1. С.133-136.
2. Беляева И.В. Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты: автореф. дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19. М, 2009. 39 с.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Эдиториал УРСС, 2009. 448 с.
4. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирические исследования языка и его использование в социальном контексте) // Язык и моделирование социального взаимодействия. М.: Прогресс, 1987. С. 88-125.
5. Блинова М.П., Лапшина П.И. Приемы речевого воздействия в религиозном дискурсе // Актуальные вопросы языкового сознания и дискурса. Сборник научн. трудов / Под редакцией И.П. Хутыз. Краснодар, 2017. С. 25-30.
6. Блувберг С.В. Религиозный дискурс. Структура и специфические признаки протестантской проповеди как разновидности религиозного дискурса // Социальная политика и социология. Междисциплинарный научно-практический журнал. М., РГСУ, 2007. № 2 (34). С. 223-235.
7. Бобырева Е.В. Религиозный дискурс в системе типов общения [Электронный ресурс]. URL: shorturl.at/zPU27 (дата обращения: 04.04.2020).
8. Бобырева Е.В. Институт религии. Знаковое пространство религиозного дискурса // Вестн. Волгогр. гос. ун-та Сер 2, Языкоzнание. 2006. № 5. С. 149-153.
9. Бобырева Е.В. Содержательный план и концепты религиозного дискурса // Научный Вестник Воронежского Государственного Архитектурно-строительного Университета, 2006. С. 90-96.

10. Бобырева Е.В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения) 10.02.19 – теория языка Автореферат дисс.... доктора филол. наук. Волгоград, 2007. 45 с.
11. Бобырева Е.В. Религиозный дискурс: ценности и жанры / Знание, понимание, умение. 2008. № 1. 162 с.
12. Богачевская И.В. Религиозный дискурс как объект философско-религиоведческой рефлексии // Культура народов Причерноморья. 2006. № 79. С. 119-121.
13. Боженкова Р.К., Атанова Д.В. Конститутивные признаки религиозного дискурса (на материале православного вероучения) // Известия юго-западного государственного университета. 2013. № 2. С. 205-212.
14. Броженко С.В. Стратегии и тактики речевого воздействия в рекламном дискурсе (на материале рекламных текстов банковских услуг) // Вестник Челябинского государственного университета, 2011. № 3. С. 11-15.
15. Бубнова Н.А. Речевое воздействие и манипулирование сознанием: соотношение понятий // Международный аспирантский вестник. Русский язык за рубежом, 2011. №1. С. 16-19.
16. Бугаева И.В. Границы времени в религиозном дискурсе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия «Лингвистика и педагогика». 2015. № 3 (16). С. 29-34.
17. Бугаева И.В. Теолингвистика: теология+лингвистика? // Язык и метод: Русский язык в лингвистических исследованиях XXI века, т. 2: Лингвистический анализ на грани методологического срыва / под ред. Д. Шумска, К. Озга. Krakow: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2015. С. 293-300.
18. Булкина Е.В. К вопросу о гендерно ориентированных стратегиях речевого воздействия рекламы // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2007. № 14 (37). С. 243-248.

19. Валекжанина Е.В. Особенности реализации коммуникативной стратегии убеждения в китайском экологическом дискурсе // Молодой ученый, 2017. № 23 (157). С. 244-246.
20. Вариясова Е.В. Лексические повторы как суггестивный прием в рекламных текстах (на материале экспериментальных рекламных текстов) // Актуальные проблемы современной науки. Всероссийская научно-практическая конференция / гл. редактор О.Б. Бигдай. Ставрополь, 2012. С. 14-17.
21. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 44-271.
22. Власян Г.Р. Природа речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета, 2007. № 20. С. 31-34.
23. Гадомский А.К. О лакунах в системе лингвистической науки: проблема взаимодействия языка и религии // Культура народов Причерноморья. № 49. Т.1, 2004. С. 164-167.
24. Гадомский А.К. Русско-польская терминология теолингвистики // Хрестоматия теолингвистики. Симферополь: Универсум, 2008. С. 247–268.
25. Гадомский А.К. Теолингвистика: история, современное состояние, перспективы // Хрестоматия теолингвистики / под ред. А.К. Гадомского, Ч. Лапич. Симферополь: Универсум, 2008. С. 5-32.
26. Гараджа В.И. Религиоведение. М.: Аспект-пресс, 1995. 348 с.
27. Головин С.Ю. Словарь психолога-практика. Минск: Харвест, 2003. 976 с.
28. Григорьева А.А. Масс-медийный дискурс: интенциональное пространство и приемы речевого воздействия // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки, 2010. № 3. С. 54-60.
29. Грицанов А.А. Религия / Новейший философский словарь. Минск, 1999. 569 с.
30. Гришечко Е.Г. Определение понятия речевого воздействия и виды

этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки, 2008. № 4. С. 53-59.

31. Дегтярева Л.М. Об особенностях речевого воздействия текстов памяток правоохранительных органов на население // Научная мысль Кавказа, 2007. № 4 (52). С. 93-97.

32. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 310 с.

33. Денисюк Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2003. 200 с.

34. Джеймс У. Многообразие религиозного опыта. М.: Наука, 1993. 432 с.

35. Ергазина А.А. Убеждение как коммуникативная стратегия в письменном научном тексте // Молодой ученый, 2016. № 21 (125). С. 995-998.

36. Иконникова Н.С., Захарова А.В. Суггестивное воздействие в рекламной коммуникации // Студенческая наука XXI века : материалы V Междунар. студенч. науч.-практ. конф. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. С. 139-141.

37. Исаева М.С., Васильев Л.Г. Стратегия самопрезентации как реализация речевоздействия (на материале бизнес-конференций) // Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология», 2018. № 28(2). С. 269-275.

38. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта, 2016. 224 с.

39. Иссерс О.С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий // Вестник Омского университета, 1999. Вып. 1. С. 74-79.

40. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград, 2000. С. 5-20.

41. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 476 с.

42. Карепанова Л.В. Способы речевого воздействия, эффективные в студенческой среде // Вологдинские чтения, 2006. №. 60. С. 47-49.
43. Карибова Г.У. Речевое воздействие: некоторые аспекты изучения // Вестник Башкирского университета, 2010. № 15 (3-1). С.1072-1073.
44. Карпова Н.А. Средства речевого воздействия в административном дискурсе (на материале административных объявлений) // Язык и культура : сборник статей XXVI Международной научной конференции. Томск, 2016. С. 127-132.
45. Катермина В.В., Сафонова Т.С. Механизмы суггестивного воздействия в юридическом дискурсе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкоznание, 2017. № 16(3). С. 142–152.
46. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.
47. Ковешникова М.Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования // XVIII Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф. СПб.: Ленингр. гос. ун-т, 2014. Т. 1. С. 387-394.
48. Кожемякин Е.А. Религиозный дискурс: методология исследования // Научные ведомости БелГУ. 2011. № 2 (97). С. 37-47.
49. Кожина Н.С. Фактор продуцента персузивного сообщения в речевом воздействии // Вестник Вятского государственного университета, 2007. № 18. С. 99-102.
50. Кораблев С.Е. Специфика речевого воздействия в профессиональной коммуникации сотрудника правоохранительных органов на примере участковых уполномоченных милиции // Вестник Воронежского института МВД России, 2008. № 2. С. 67-71.
51. Коркина И.В. Угроза как тактика стратегии убеждения в англоязычном диалогическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 2 (9). С. 93-96.
52. Кошелева Т.В. Интертекстуальность в религиозном дискурсе //

Вестник Новгородского государственного университета. 2008. № 47. С.75-77.

53. Крылова М.В. Аксиология дискурса англоязычного протестантизма [Электронный ресурс] // Филологические науки в России и за рубежом: материалы Международной научной конференции (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). СПб.: Реноме, 2012. URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/26/1862/> (дата обращения: 03.04.2020).

54. Крылова О.А. Церковно-религиозный стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожиной. М., 2003. С. 612-616.

55. Крысин Л.П. Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической традиции современного русского литературного языка // Поэтика. Стилистика. Язык и культура: Памяти Т.Г. Винокура. М., 1996. С. 135-138.

56. Кубрякова Е.С. О понятии дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: сборник обзоров. М.: ИНИОН РАН, 2000. С. 7-25.

57. Кулова Л.З. Особенности религиозного дискурса в масс-медиа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 9. Ч.1. С. 96–98.

58. Курьянова И.В. Языковые средства речевого воздействия в процессе коммуникации // Вестник Московского государственного лингвистического университета, 2010. № 592. С. 121-130.

59. Лаврова А.А. Синтаксический аспект речевого воздействия (на материале американских предвыборных теледебатов) // Вестник Вятского государственного университета, 2008. № 2 (1). С. 29-33.

60. Леви-Стросс К. Структурная антропология. М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. 512 с.

61. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред В.Н. Ярцева. М.: Советская энциклопедия, 1990. 685 с.

62. Метелькова Л.А., Шипатова О.В. Лексические и фонетические способы речевого воздействия в рекламе // Вопросы общего языкознания и теории текста, 2018. С. 49-52.
63. Мечковская Н.Б. Язык и религия. М.: Агентство «ФАИР», 1998. 352 с.
64. Мищук О.Н. Речевое воздействие и самопрезентация: на материале публичных выступлений: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тула, 2013. 230 с.
65. Мищук О.Н. Речевоздействующая функция и риторические параметры исследования дискурса // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки, 2012. №. 3. С. 552-561.
66. Мусхелишвили Н.Л., Шрейдер Ю.А. Семантика и ритм молитвы // Вопросы языкознания. 1993. № 1. С. 45-51.
67. Мягкова А.Ю. Непрямое речевое воздействие в политической рекламе // Вестник Вятского государственного университета, 2010. № 2-2. С. 71-74.
68. Невская М.А. Риторика. М., 2008. 100 с.
69. Новокрещеных Е.В. Проблема религиозного дискурса: дискурс религии или дискурс о религии? // Вестник Тюменского государственного университета. 2013. № 10. С. 162-167.
70. Очередько Ю.В. Речевые жанры англоязычного религиозно-популярного дискурса // Вестник Пятигорского Государственного Лингвистического Университета. 2009. С. 131-136.
71. Паршина О.Н. Тактики и приемы манипулирования в речевом поведении российских политиков // Вестник Астраханского государственного технического университета, 2004. №. 3. С. 291-296.
72. Петрищенко Н.М. Особенности использования суггестивной техники в современной рекламе // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития, 2014. № 19-1. С. 53-57.
73. Петрова А.А., Егорченкова Н.Б. Реализация воздействия в условиях политического ток-шоу: когнитивный и мультимодальный

аспект // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание, 2014. № 4. С. 46-55.

74. Пономаренко Е.В. Смысловая синергийность как фактор повышения эффективности речевого воздействия // Право и образование, 2004. № 5. С. 99-107.

75. Попова Т.П. Религиозный дискурс как особый вид институционального дискурса // Инновационные технологии в образовательной деятельности. 2018. С. 308-315.

76. Постовалова В.И. Теолингвистика в современном гуманитарном познании: истоки, основные идеи и направления // Magister Dixit. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teolingvistika-v-sovremennom-gumanitarnom-poznanii-istoki-osnovnye-idei-i-napravleniya> (дата обращения: 18.05.2020).

77. Правикова Л.В. Персуазивность как когнитивная стратегия в парламентском дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2018. №. 1-2 (79). С. 359-362.

78. Присяжнюк Т.А. Характеристика речевого воздействия в языке информационных газетных сообщений // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2009. № 2. С. 205-207.

79. Прохорова А.Е. Особенность аргументации в стратегии убеждения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2018. № 5(83). Ч. 2. С. 389-392.

80. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурса. М., 2000. 128 с.

81. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. Труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1977. 256 с.

82. Со Йн Ен. Речевой жанр современного церковно-религиозного послания. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000. 15 с.

83. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Истоки, 2001. 252 с.

84. Тернер В. Символ и ритуал. М.: Главная редакция восточной

литературы издательства «Наука», 1983. 277 с.

85. Усанова О.Г. Модели речевого воздействия в тексте современной телерекламы // Вестник культуры и искусств, 2008. № 2 .С. 18-21.

86. Хасанова Д.М. Теория речевого воздействия в политической лингвистике // Вестник ПГЛУ: научный журнал - Пятигорск: ПГЛУ, 2008. № 4. С. 68-72.

87. Хлыстова А.В. Инновационные методы анализа суггестивной образности художественного текста // Вестник Московского городского педагогического университета, 2014. № 2 (14). С. 32-36.

88. Хлыстова А.В. Психолингвистический анализ суггестивной образности художественного текста // Филология и человек, 2014. № 3. С. 15-24.

89. Чаусов А.И. Религиозный дискурс в медиаполе Великого Новгорода // Вестник Новгородского Государственного Университета Им. Ярослава Мудрого. 2013. С. 34-37.

90. Чепкасов А.В. Интертекстуальность как одно из средств суггестивного воздействия губернатора Кемеровской области А. Г. Тулеева // Общетеоретические и типологические проблемы языкоznания: сб. науч. ст. / отв. ред. У. М. Трофимова. Бийск, 2014. С. 212–216.

91. Чулкина Н.Л., Бубнова Н.А. Психолингвистика как метод изучения стратегий и тактик речевого воздействия // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2010. № 1. С. 32-37.

92. Чумакова К.В. Религиозный дискурс в масс медиа [Электронный ресурс] // Современный дискурс-анализ. Электронный научный журнал. 2012. URL: discourseanalysis.org/ada6/st47.shtml (дата обращения: 03.04.2020).

93. Шашков И.А. Участники религиозного интернет-дискурса // Актуальные вопросы филологической науки XXI века: в 2 ч. Ч. 1. Екатеринбург: УМЦ-УПИ, 2018. С. 19-25.

94. Шелестюк Е.В. Комплексная методика исследования речевого воздействия произведения письменной речи // Вестник Челябинского государственного университета, 2008. № 20. С. 166-176.
95. Шелестюк Е.В. Способы, типы, приемы и инструменты речевого воздействия // Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве. Материалы международной научной конференции. Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2006. С. 153-164.
96. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. М.: Флинта: Наука, 2014. 344 с.
97. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и таксономия // Вопросы когнитивной лингвистики, 2007. № 1. С. 23-30.
98. Шелестюк Е.В. Способы речевого воздействия // Актуальные проблемы современного научного знания: материалы II международной конф. Пятигорск: ПГЛУиздат, 2009. С. 165-173.
99. Яблоков И.Н. Религиоведение. М.: Аспект Пресс, 1995. 351 с.
100. Ярмульская И.Ю. Виды риторических фигур в современных церковных посланиях // Риторика в системе коммуникативных дисциплин. СПб., 2005. С. 105-106.
101. Ad C. Herennium de ratione dicendi: (Rhetorica ad Herennium) [Электронный ресурс]. Cambridge: Harvard University Press, 1954. URL: shorturl.at/cozBP (дата обращения: 21.11.2020).
102. Adedun E. Discourse Features and Patterns in a Nigerian Pentecostal Christian Sermon // The Journal of the faculty of Religious Studies, 2010. №38. Р. 3-35.
103. Blankenship K.L., Craig T. Y. Language use and persuasion: Multiple roles for linguistic styles // Social and Personality Psychology Compass, 2011. 5(4). Р. 194–205.

104. Ajzen I., Brown T.C., Carvajal F. Explaining the discrepancy between intentions and actions: The case of hypothetical bias in contingent valuation // Personality and Social Psychology Bulletin, 2004. № 30. P. 1108-1121.
105. Barker E. New Religious Movements: A Practical Introduction. London, 1989. 246 p.
106. Blankenship K.L., Craig T.Y. Language and persuasion: Tag questions as powerless speech or as interpreted in context // Journal of Experimental Social Psychology, 2007. № 43. P. 112-118.
107. Blankenship K.L., Holtgraves, T. The Role of Different Markers of Linguistic Powerlessness in Persuasion // Journal of Language and Social Psychology, 2005. 24(1). P. 3-24.
108. Desoukie O.A. Understanding the effect of islamists' online persuasive messages on people's attitude // Social Media Studies, 2015. № 2. P. 49-64.
109. Fairclough N. Critical discourse analysis: the critical study of language. New York: Longman, 1995. 265 p.
110. Gerbner G. Cultivation Analysis: an Overview // Communicator, 2000. P. 3-12.
111. Gerbner G., Gross. L. Aging with Television: Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality // Journal of Communication, 1980. P. 27-47.
112. Gerbner G., Gross. L. The "Mainstreaming" of America: Violence Profile № 11 // Journal of Communication, 1980. P. 10-29.
113. Gerbner G., Gross. L. Charting the Mainstream: Television's Contributions to Political Orientations // Journal of Communication, 1982. P.100-127.
114. Gillespie I. A Brief Exploration of Modern Persuasion Theories. Brigham Young University, 2012. 12 p.
115. Hosman L.A., Huebner T.M., Siltanen S.A. The impact of power-of-speech style, argument strength, and need for cognition on impression formation,

cognitive responses, and persuasion // Journal of Language and Social Psychology, 2002. №21. P. 361–379.

116. Karpenko H. Verbal Means of Persuasion in English Advertising // Journal of Vasil Stefanyk Precarpathian University, 2016. № 2. P. 84-87.

117. Kirsten N. Persuasion and resistance. Large-scale collaborative professional development as a policy instrument // Curriculum Studies, 2020. № 52. P. 395-412.

118. Kristal D. The Cambridge Encyclopedia of Language. New York: Cambridge University Press, 1988. 479 p.

119. Longkumer A. The power of persuasion: Hindutva, Christianity, and the discourse of religion and culture in Northeast India // In: Religion, 2017. № 2. P. 203-227.

120. Noppen J.-P. Theolinguistics. // Studiereeks Tijdschrift Vrije Universiteit Brussel. Nieuwe Serie № 8, Brussel: V.U.B, 1981. 380 p.

121. Panda M. The science of persuasion: a brief study of its theoretical framework // The IUP Journal of Soft Skills, 2018. № 12(2). P. 33-41.

122. Petty R.E., Cacioppo J.T. The elaboration likelihood model of persuasion//Advances in experimental social psychology, vol. 19, 1986. P.123-205.

123. Petty R.E., Wegener D.T. The Elaboration Likelihood Model: Current status and controversies // Dual process theories in social psychology. New York: Guilford Press, 1999. P. 41-72.

124. Petty R.E., Wegener D.T. Matching versus mismatching attitude functions: Implications for scrutiny of persuasive messages // Personality and Social Psychology Bulletin, 1998. № 24. P. 242-256.

125. Valenzuela S., McCombs M. The agenda-setting role of the news media. An Integrated Approach to Communication Theory and Research. New York: Routledge, 2019.

126. Wagner A. Theolinguistik? - Theolinguistik! // Internationale Tendenzen der Syntaktik, Semantik und Pragmatik. Akten des 32. Linguistischen Kolloquiums in Kassel 1997. Frankfurt, 1999. S. 507-512.

127. Zammad M. Persuasive power concerning COVID-19 employed by premier Imran Khan: a socio-political discourse analysis // Register Journal, 2020. №13. P. 208-230.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 /О.В. Магировская/
«18» июля 2021 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

**СРЕДСТВА РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В БРИТАНСКОМ
РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ
АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОТЕСТАНТСКОЙ ПРОПОВЕДИ)**

45.04.02 Лингвистика

45.04.02.01 Межкультурная коммуникация и перевод

Магистрант



Ю.С. Тегай

Научный руководитель

канд. филол. наук, доцент кафедры
ТГЯиМКК Н.Г. Бурмакина

Нормоконтролер

Я.М. Янченко

Красноярск 2021