

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ В ПРОПОВІДЯХ ПРО COVID-19

Тетяна Шиляєва¹

***Abstract.** The article deals with the problem of choosing appropriate strategies by preachers in order to prop up morale of people during the period of the pandemic. The author singles out such strategies as explanatory, integrational, manipulative and encouraging ones. Each strategy is realized in a number of tactics.*

***Key words:** communicative strategy, religious discourse, sermon, stylistic devices, tactics.*

***Анотація.** У статті йдеться про вибір відповідних стратегій проповідниками з метою підняття морального стану людей в період пандемії. Автор виокремлює такі стратегії як пояснювальну, інтеграційну, маніпулятивну та заохочувальну. Кожна стратегія реалізується через ряд тактик.*

***Ключові слова:** комунікативна стратегія, релігійний дискурс, проповідь, стилістичні засоби, тактика.*

Вивчення дискурсу, в тому числі релігійного, відноситься до числа пріоритетних напрямків сучасної антропологічної лінгвістики. На сьогоднішній день немає дискурсу, який не представляв би інтерес для комунікативістики як напрямку, що досліджує стратегічність комунікації. Рядом вчених було виділено величезну кількість комунікативних стратегій і тактик, що реалізуються в різних типах дискурсу. Вивченням стратегічної організації тексту та дискурсу займаються такі мовознавці як О.С. Іссерс, Н.Б.Мечковська, М.С. Смирнова, І.Є. Фролова, В. З. Дем'янков, О. Л. Факторович, Є. І. Шейгал, І. В. Труфанова, Є. В. Ключев, Г. Г. Матвеева, М. М. Добрякова, Ю. М. Іванова, Є. В. Шевченко, І. І. Гулакова, Н. А. Ощепкова, Т. П. Третьякова, О. В. Саприкіна, І. Є. Фролова, Т. А. ван Дейк, А. Тіллманн, В. Холлі, Г. Вольф та інші.

Існують різні підходи до визначення стратегії і тактики. Із позицій прагмалінгвістики стратегію визначають як “сукупність мовленнєвих дій” і співвідносять з іллокутивним компонентом [1, с. 58]. Ф. Бацевич, український лінгвіст та представник комунікативного напрямку, уточнює визначення стратегії мовленнєвого спілкування як такої, що є оптимальною реалізацією інтенцій мовця щодо досягнення мети спілкування, як контроль і вибір дієвих ходів спілкування і

¹ Lecturer, Izmail State University of Humanities, Ukraine, Address: Repina St, 12, Izmail, Odessa Region, Ukraine, 68601, Tel.: +38(04841)51388.E-mail: izm.tatyana1965@gmail.com

¹ Викладач, Ізмаїльський державний гуманітарний університет, Україна, адреса: вул. Репіна, 12, м. Ізмаїл, Одеська обл., 68601, м.т.: +38(04841)51388.E-mail: izm.tatyana1965@gmail.com

VI Дунайські наукові читання

гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [2, с. 133]. Згідно з комунікативним підходом комунікативна стратегія – це результат організації мовної поведінки мовця відповідно до прагматичної цілеустановки, інтенції. О. Іссерс розглядає стратегію як комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативних цілей [3, с. 54]. Основною метою опису стратегій є виділення типових тактик, що реалізують ту чи іншу стратегію. Дослідниця Н. Формановська визначає мовну тактику як вибір мовного акту на певному етапі спілкування [4, с. 56]. Н. Одарчук описує тактику як комунікативний хід, що забезпечує реалізацію задач (цілей) стратегій [5, с. 156].

Вплинути на аудиторію можливо за допомогою різних способів – переконання, наведення фактів, прикладів, неспростовних аргументів, апеляції до авторитету, до совісті, а інколи заборони, погрози, навіть залякування [5, с. 155]. В статті на матеріалі проповідей про COVID-19 в Інтернет-просторі аналізуються мовні засоби вираження мовленнєвого впливу через різні стратегії. Дослідження специфіки англійського релігійного дискурсу в різних аспектах сприятиме більш повному уявленню про мовну та соціокультурну картину світу носіїв англійської мови в період пандемії COVID-19. Це обумовлює актуальність дослідження в даній області.

Проповідь є дуже цікавим для фахівців жанром релігійного дискурсу, так як вона надає прекрасний матеріал з точки зору риторичних і лінгвістичних досліджень. Крім того, вона вивчається в різних науках з різних позицій і аспектів. Проповідь – це жанр релігійної пропаганди, публічна промова священнослужителя (проповідника) в храмі, що звернена до парафіян і містить роз'яснення положень віровчення, коментарі до Святого Письма, рекомендації до відповідної поведінки та дій. Через проповідь здійснюється релігійний вплив на вірян у позарелігійних сферах їхнього життя. Специфічною особливістю релігійної проповіді є вплив не стільки на розум, скільки на емоції, підсвідомість, інстинкти, тобто позалогічне переконання [5, с. 156]. Проповідь – це креолізований мовний жанр релігійної комунікації, що поєднує в собі властивості інституційного і буттєвого типів дискурсу, що реалізується переважно в усній формі безпосередньо в храмі або опосередковано через засоби масової інформації [6].

Серед стратегій релігійного дискурсу виділяють об'єднуючі, якими є пояснювальна, оцінювальна, контролююча, спонукальна і стверджувальна [7, с. 59]. У жанрі проповіді К. Бобирева виділяє такі стратегії: пояснювальну, організуючу, комунікативну, обрядову, контролюючу, закличну, оцінювальну, стверджувальну [8].

В результаті аналізу 30 текстів проповідей, що послужили матеріалом дослідження, були виділені наступні комунікативні стратегії: пояснювальна та маніпулятивні стратегії, стратегія інтеграції, заклична стратегія.

Головне завдання проповідника в критичній ситуації під час пандемії та карантину – розкрити і донести до пастви основні істини християнської віри, допомогти їм отримати підтримку у словах Священного Писання, спонукати вірян

узгоджувати своє життя з християнським віровченням. Найчастіше проповідник це робить через пояснювальну стратегію. Через пояснення проповідник трактує почутий фрагмент тексту задля правильного його розуміння паствою з богословської точки зору [5, с. 156]. Пояснення у релігійній проповіді побудоване таким чином, щоб паства сприймала роз'яснення не як досі невідомий факт, а як загальновідоме знання, яке просто нагадують, на якому акцентують увагу [7, с. 62].

Пояснювальна стратегія реалізована через ряд комунікативних тактик: тактику ствердження, тактику інформування, тактику структурування проповіді, тактику аргументації, тактику апелювання до авторитету, тактику екземпліфікації. Комунікативні тактики пояснювальної стратегії описано шляхом аналізу мовних засобів їх вираження. Мовленнєвий вплив у виокремлених тактиках здійснено через риторичні фігури та стилістично-синтаксичні засоби, окремі лексеми і граматичні структури, через тлумачення шляхом наведення синонімів, встановлення опозиції, через порівняння тощо.

Тактика ствердження має на меті донести до вірних догмати, своєрідні аксіоми знання, що є об'єктивними для християнина та такими, що не підлягають сумніву, а тому їм не потребують обговорення [5, с. 157]. Одне із положень християнства – надія на Господа у будь-яких ситуаціях: *In our fear and in our confusion, God is with us. We are never alone.* Проповідник стверджує, що є багато невідомого про пандемію коронавірусу, і це – безсумнівний факт: *There is so much we don't know about the COVID-19 pandemic. We don't know when cases in the US will peak or how long they will last afterward. We don't know if surviving a COVID-19 infection means we gain long-lasting immunity or if we can become reinfected. We don't know if the virus will be affected by warmer temperatures in the spring and summer, or, if it is, whether we will see a second onslaught of infections in the fall. We don't know if measures to keep us from infecting each other will work. We don't know if vaccine and therapy trials now underway will work.*

Тактика структурування повідомлення, що носить пояснювальний характер, передбачає краще донесення інформації та засвоєння її аудиторією. Відомо, що будь-яку інформацію легше сприймають, якщо вона має чітку структуру [5, с. 159]. Приклад структурування, коли проповідник надає рекомендації, це, по-перше, нумерація: *One: Remember what we know about God. Two: Trust God with what we don't know.* Застосовуючи цю тактику, проповідник також може поділяти свою промову на частини за допомогою питань, на які він дає відповіді: *What is Jesus doing? Where is God? You see the principle? What does this mean? Now, are we going to do this perfectly?*

За допомогою тактики екземпліфікації проповідник надає приклади: *I grew up in rural Iowa, so I spent time around farms and farmers. Because of this, I was pretty well-versed in growing corn, beans, and wheat. I knew a little about cows and pigs. But my agrarian upbringing did not feature sheep and shepherds. Whenever I read in the scriptures about sheep and shepherds, my instant mental image looks like a postcard. There are fluffy, glistening white sheep standing on perfect green grass against the*

VI Дунайські наукові читання

backdrop of a clear blue sky. Looking at that postcard image, you'd think that being a shepherd is a good gig. But being a shepherd in biblical times was far from a high-status, desirable occupation. They were likely caring for someone else's sheep, so they were on the hook if a sheep were lost or killed. Shepherds worked outdoors, even when the weather was not good. They had to face down predatory animals to keep their flock safe. Порівнюючи Всевишнього Бога з пастухом, ми розуміємо, що наш люблячий Творець потрапляє прямо в товщу проблем разом з нами. Бог стикається з небезпекою поряд з нами. Бог відважує бурю, щоб бути з нами. Хоча ми не пухнасті, білі вівці, що пасуться на ідеальній зеленій траві на тлі ясного синього неба. Ми брудні і не дуже розумні. Але Бог піклується про нас у будь-якій ситуації.

Тактика аргументації на мовному рівні може бути проявлена через вживання таких слів як *as, so, because, that is why, this is what* та інших: *What's the reason of our peace? It's the truth that, in Christ, God is our loving heavenly Father. This is what chapter 6 in this Sermon on the Mount is all about.*

Тактика апелювання до авторитету може проявитися через опору на авторитет Біблії як слова Божого: *When the sun is shining, and times are good, and life is comfortable, and our team is winning, and our health is strong, why aren't we plagued in those moments with the question, «Where is God?» Well, the Bible tells us. It's because sin blinds us from the background of God's goodness. So, when times are good, we tend to ignore God, but when times are bad we tend to blame God. Sin blinds us from the background of God's loving care that he gives every day – in the day of prosperity and in the day of adversity.*

Найчастіше християнський проповідник посиляється на авторитет Біблії і різних богослужбових текстів. За допомогою цієї стратегії формується позитивне ставлення до поглядів, які розділяє автор цитати і, відповідно, проповідник: *Paul's instruction to the Ephesian elders transcends persecution, satanic attack, and even pandemics, «Be shepherds of the church of God, which he bought with his own blood» (Acts 20:28).*

Є також приклади посилення на авторитет організацій профілактики та охорони здоров'я: *Now, obviously, we are called to be wise and responsible. We should carefully consider all the recommended precautions from the CDC and other officials. As Christians, we should demonstrate sanity, sympathy, and take one day at a time.*

Проповідник може опиратися і на авторитет людини, особливо добре відомої: *Candida Moss, a professor of New Testament and Early Christianity at Notre Dame noted that an «epidemic that seemed like the end of the world actually promoted the spread of Christianity». Because of their hope of heaven and the love of Christ that was shown, Christians showed the world that «Christianity is worth dying for».*

Наступна тактика – це тактика «питання-відповідь». У складні часи у віруючих виникає багато питань, на які вони шукають відповіді:

1. *Do you understand that God is striving to take selfish, lone wolf, isolationist people and make them one; a body; a team; a unit? What this pandemic is doing is*

isolating us and preventing us from benefiting from one another using the gifts He has given us. I know that churches all over the nation are using skype and facetime all kinds of media to try to stay connected – but can they really? I don't think so. It is not the same.

2. What are preachers and listeners to do? How can we be the church in a COVID-19 predicament? I want us to consider some matters of ministry in such crises and then explore what preachers can do and what congregations can do as the preaching of God's Word takes place.

Тактика екземпліфікації або пояснення прикладом часто застосовується проповідниками для пояснення уривку зі Святого Письма чи тлумачення догматів церкви за допомогою конкретних, наочних прикладів. Проповідник, на кшталт, наводить статистичні дані як приклад впливу коронавірусу: *In China, efforts to control the spread of the virus in February caused carbon emissions to fall 25% – an estimated 200 million tons of carbon dioxide, which is more than half the amount emitted by Britain annually. That's an estimated 77,000 lives saved in China versus 3,300 lost, for those of you into coronavirus bookkeeping.*

Або пастор дає наочний приклад у формі історичного факту: *The great World War II President, Franklin D. Roosevelt knew how to cultivate care and connection with the American people during a time of crisis. He harnessed the medium of radio, the dominant form of media in the 1930s and 1940s, and created a closeness with America through his occasional «Fireside Chats». He simply talked with the American people. Roosevelt understood presence. People felt as if the President of the United States was sitting in their living room or standing in their kitchen.*

До стратегій інтеграції, а саме згуртування прихильників однієї віри (християнства), ми відносимо стратегії початкового зближення, єднання з Богом, з одновірцями, споріднення і притримування віри. Стратегії інтеграції в релігійному дискурсі спрямовані на згуртування членів конфесії, на прилучення і зміцнення релігійної віри і реалізуються завдяки наявності в дискурсі особливої лінгвосеміотичної системи впливу [9, с. 16]. За допомогою використання інклюзивних *we* і *our*, частотних звернень *brothers and sisters, dear friends, friends* в проповіді здійснюється реалізація стратегій об'єднання з одновірцями і споріднення: *But as a congregation, we can be as political as we need to when it comes to issue advocacy. And on this issue, we need to a lot, because the only real solution will come with changes in national policy.*

Наступна стратегія у проповідях – це маніпулятивна. Маніпуляція свідомістю передбачає використання модальності в рамках тактики модифікації іллокутивної сили висловлювання. Мовні засоби модальності пов'язані з тактиками категоричності / некатегоричності номінації (відомої також як хеджинг (hedging) [10, с. 11]. Цю стратегію виокремлює у своєму дослідженні А. Ярхо, яка вивчає стратегію невпевненості, або хеджинг, на матеріалі сучасних художніх текстів. Невпевненість (хеджинг) у сучасному англійському дискурсі являє собою багатофункціональну комунікативну стратегію, що вербалізується через мовні сигнали (хеджи) [11]. Цими мовними сигналами можуть бути фрази *I think, I*

VI Дунайські наукові читання

believe, модальні дієслова, умовний спосіб дієслова, пасивні конструкції тощо: *I believe this is a moment when all of us are faced with some important choices.*

Використання метафори може допомогти в створенні ємного образу, заснованого на яскравих і несподіваних асоціаціях, що, безсумнівно, надає реченням виразність: *the shadow of the Coronavirus; event that rocks people's lives.* Проповідник також використовує метафори у своїй промові нерідко для створення контрасту або відображення негативних сторін явища. Він порівнює людей в період пандемії з жабами у великому горщику з водою, який знаходиться на плиті, і оскільки вода лише повільно кипить, вони не помічають небезпеку, поки не стає пізно: *Let us think for a moment about frogs. Frogs were one of the plagues sent by God to persuade Pharaoh to let the Israelites go. Now imagine that we are the frogs. Actually, such imagining has become a trope when we talk about climate change. We are frogs in a big pot of water that's on the stove, and because the water is only slowly coming to a boil, we don't notice until it's too late. We're goners. COVID-19 is all about throwing us frogs right into boiling water. Almost before we know it, Bam! So what do we do? We shelter in place, we stop driving and flying on planes and meanwhile a lot of industrial economic activity grinds to a halt. And lo and behold, greenhouse gas emissions go way, way down.*

Наступна метафора дає надію людям, що в час безпеки вони не самотні, а мають підтримку від Бога: *That's how it is with us. As we stay in our homes, perhaps gripped by fear, we should know that Jesus Christ, who is the Good Shepherd, will pick us up and carry us in our moments of greatest need.*

Проповідник також використовує метафоричний образ «з'єднати руки з іншими церквами»: *Today, we join hands (sanitized hands) with every gospel-preaching church in the world, and we declare that we are the church.*

Як лінгвістичний засіб впливу проповідник використовує також протиставлення (антитезу). Даний стилістичний прийом полягає в зіставленні протилежних або різко контрастних понять і образів: *The first thing we're told is, «Do not be anxious». The second thing we're told is, «Seek first the kingdom of God». So, he doesn't just give us the negative, he gives us the positive. This is always the way true Christianity works. It doesn't just tell us to put off, it tells us to put on. It doesn't just tell us to say no, it always gives us a bigger and better yes.*

Не на останньому місці для проповідей – повтор. Часте використання повторів також є характерною рисою мовного впливу у вигляді лінгвістичних засобів. Повтор як мовностилістичний засіб являє собою кількаразове використання однієї і тієї ж одиниці в межах одного мікротексту з метою залучення уваги до ключового слова у висловлюванні, а також для демонстрування ступеня емоційності. Проповідник використовує його для акцентування уваги на певному явищі чи предметі, що сприяє навіюванню інформації: *Because He is the God of Good Friday and the God of Easter Sunday. He is the God of the spectacular and God of the ordinary and mundane. He is the God of the hills and the God of the valleys. He is God in the midst of our laughter and in the midst of our tears. He is God when the*

market is up and God when the market is down. He is God in the light and God in the dark.

Повтор акцентує увагу на тому, що людина у цій складній ситуації пандемії – не наодинці, а під захистом Бога: *In our fear and in our confusion, God is with us. We are never alone. Even when we «walk through the valley of the shadow of death», we need not fear. I do not read this as saying nothing bad will ever happen to us. Rather, this is divine assurance that in our trials and tribulations, God is with us. We are never alone.*

Далі в проповідях англійською мовою йде риторичне питання як стилістична фігура, яка містить в собі твердження або заперечення, оформлене у вигляді питання, що не потребує відповіді, і також часто використовується проповідником. Даний мовностилістичний прийом здійснює функцію апеляції до почуттів, думок, життя адресата. Риторичне питання також сприяє процесу сприйняття повідомлення, так як створює такі умови, при яких слухач змінює своє ставлення до об'єкту, про який йде мова. Це веде аудиторію до подальших роздумів, до зміни поведінки або життя: *Did Jesus criticize Thomas for his doubts? Did he condemn or judge him? What should we do with such doubts today?*

Стилістичні прийоми дозволяють адресанту посилити емоційну виразність свого повідомлення, а також викликати інтерес адресата до описуваної проблеми.

В кінці проповіді характерно використання закличної стратегії. Як зазначає А. Салахова, використання цієї мовної стратегії визначено метою сповідницького виступу, яка полягає в заклику до віри і покаяння [6]. Заклична стратегія відображає суть проповіді як жанру інституційного дискурсу. Дана стратегія зазвичай реалізується в останній частині проповіді і актуалізується за допомогою мовних засобів прямого та непрямого спонування.

На граматичному рівні нами найчастіше було відмічено використання проповідником граматичної категорії наказового способу дієслова, а саме форм імперативу як засобу маніпуляції, що можна віднести до морфологічного рівня. Наказовий спосіб допомагає тому, хто говорить, встановити контакт з аудиторією, впливати на сприйняття тексту, викликати інтерес, посилити увагу, а також спонукати слухача до дії. Цей прийом оживляє мову і збільшує активність сприйняття тексту, що, безсумнівно, сприяє реалізації закличної стратегії: *Do not be anxious and seek first the kingdom of God. Remember, dear friends, eternity is long and life is short. Invest in eternal things. Don't put your ultimate hope in this life, put it in the next life. So go ahead and plant your victory gardens.*

Таким чином, слід зазначити, що текстам проповідей характерні певні комунікативні стратегії, які допомагають проповіднику мати вплив на аудиторію. Перспективи і теоретична значущість подальшого дослідження даної теми полягає в тому, що воно вносить певний внесок у вивчення специфіки сучасного релігійного дискурсу в жанрі проповіді – виявляє мовленнєві механізми процесу переконання, закономірності функціонування тексту в рамках громадського інституту церкви, особливості мовного втілення комунікативних стратегій в проповіді з урахуванням комунікативної ситуації.

VI Дунайські наукові читання

1. Труфанова И. В. (2001) О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика. *Филологические науки*. № 3. С. 56-65.
2. Бацевич Ф. С. (2004) Основы коммуникативной лингвистики: підручн. К. Видавн. центр «Академія». 344 с.
3. Иссерс О. С. (2008) Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск.: Изд-во ЛКИ. 284 с.
4. Формановская Н. И. (2002) Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М.: Рус. язык. 216 с.
5. Одарчук Н. А., Неділько С. (2018) Реалізація мовленнєвого впливу в сучасному англomовному релігійному дискурсі. *Актуальні питання іноземної філології*. Луцьк. № 9. С. 154-161.
6. Салахова А. Г. (2006) Речевые стратегии и средства их реализации в современных христианских немецкоязычных проповедях : дис. ... канд. филол. наук: спец. 61:07-10/244213. Челябинск. 213 с.
http://www.dissercat.com/content/rechevye-strategii-i-sredstva-ikh-realizatsii-v-sovremennykh-khristianskikh-nemetskoyazychny?_openstat=cmVmZXJ1bi5jb207b
7. Смирнова М. С. (2015) Принципи аналізу дискурсивних стратегій і тактик православної проповіді. *Наук. записки Бердянського держ. пед. ун-ту*. Вип. VI. С. 55-64.
8. Бобырева Е. В. (2007) Религиозный дискурс: ценности, жанры, языковые характеристики. Волгоград: Перемена. 385 с.
9. Крылова М.В. (2013) Стратегии речевого воздействия в дискурсе англоязычного протестантизма: автореф. дис. ... канд. фил. наук : 10.02.04. Волгоград. 23 с.
10. Дмитрук О.В. (2006) Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі тестів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років): автореферат ...канд. філ. наук: 10.02.04. К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. 19 с.
11. Ярхо А. В. (2004) Комунікативна стратегія невпевненості в сучасному англomовному діалогічному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків. 20 с.
12. Preaching today. Christians and the coronovirus.
<https://www.preachingtoday.com/sermons/sermons/2020/march/christians-and-coronavirus.html>
13. Scott Gunn: A Sunday sermon in the time of the coronovirus – we are never alone. URL: <https://www.foxnews.com/opinion/sunday-sermon-coronavirus-scott-gunn>
14. Sermon search. URL: <https://www.sermonsearch.com/sermon-outlines/136556/coronavirus-2020-a-time-to-choose/>