

РЕАЛІЗАЦІЯ МОВЛЕННЕВОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ РЕЛІГІЙНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглянуто реалізацію мовленнєвого впливу в сучасному англomовному релігійному дискурсі через пояснювальну комунікативну стратегію. Дослідження здійснено на матеріалі англomовної протестантської проповіді. Проповідь трактовано як один із жанрів сучасного релігійного дискурсу, зокрема встановлено особливості протестантської проповіді та її відмінності від православної. Беручи до уваги напрацювання науковців, що вивчали стратегічну організацію тексту, подано визначення поняття “комунікативна стратегія”. Виокремлено пояснювальну стратегію як одну з основних, через яку здійснено мовленнєвий вплив від проповідника на реципієнта (мирян, членів церковної громади).

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.

Використання усіх зазначених засобів сприятиме кращому розумінню догматів та канонів Церкви, проблем, характерних для мирянина, та шляхів їх вирішення. Ефективне застосування пояснювальної стратегії у жанрі проповіді через її тактики може слугувати підвалиною для виконання домінуючої функції усього сучасного релігійного протестантського дискурсу – навернення людини до Бога і переконання її в єдиному правильному християнському вченні. Розповсюдження цього вчення серед вірних і є тим перлокутивним ефектом, якого намагається досягнути християнський проповідник.

Ключові слова: пояснювальна комунікативна стратегія, комунікативна тактика, релігійний дискурс, мовленнєвий вплив, протестантська проповідь.

Постановка наукової проблеми та її значення. Для будь-якої мовленнєвої діяльності характерна наявність певної мети, що визначає початок комунікації. Неспростовним є той факт, що мірилом якості здійснюваної комунікації є її успішність або ефективність. Для мовця успішною комунікація буде тоді, коли він досягнув своєї мети, досягнув бажаного перлокутивного ефекту, тобто здійснив певний вплив на адресата.

Вплинути на аудиторію можливо за допомогою безліччя способів – переконання, наведення фактів, прикладів, неспростовних аргументів, апеляції до авторитету, до совісті, а інколи заборони, погрози, навіть залякування. Простежимо ефективність мовленнєвого впливу в сучасному релігійному дискурсі, використавши англомовні протестантські проповіді як матеріал дослідження.

Актуальність наукової розвідки визначено її відповідністю загальній парадигмі сучасної лінгвістики, що першочергово визначає необхідність вивчення дискурсів, спрямованих на регулювання соціальної поведінки, і як результат – формування схвального / несхвального сприйняття соціумом тих чи інших проявів соціокультурної дійсності.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Мовленнєвий вплив на окремого співрозмовника чи велику аудиторію є суб'єктивним чинником у спілкуванні, інтерес до вивчення якого зумовлений загальною антропоцентричною спрямованістю сучасних лінгвістичних студій (Н. Д. Арутюнова, Ф. С. Бацевич, Г. П. Грайс, І. П. Сусов, І. С. Шевченко та ін.). Прагматичний аспект мовленнєвої діяльності пов'язаний зі свідомим, цілеспрямованим вибором мовних засобів для ефективного впливу на співрозмовника з метою викликати у нього певні думки, відчуття, а часто і змінити лінію поведінки [2, с. 14].

Вивченням стратегічної організації тексту, дискурсу займаються багато як іноземних, так і вітчизняних мовознавців [4; 5; 6; 7], тому немає єдино прийнятих дефініцій стратегії і тактики. Із позицій прагмалінгвістики стратегію визначають як “сукупність мовленнєвих дій” і співвідносять з ілокутивним компонентом [8, с. 58]. Український лінгвіст Ф. Бацевич, як представник комунікативного напрямку, уточнює визначення стратегії мовленнєвого спілкування як такої, що є оптимальною реалізацією інтенції мовця щодо досягнення мети спілкування, як контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [2, с. 133]. Російська дослідниця О. Іссерс розглядає стратегію як комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативних цілей [4, с. 54], а тактику – як одну або декілька дій, що сприяють реалізації стратегії. У такий спосіб вибудована ієрархія комунікативних одиниць: комунікативна інтенція – комунікативна стратегія – комунікативна тактика.

Мета і завдання статті. Мета дослідження – проаналізувати на матеріалі англомовних протестантських проповідей мовні засоби вираження мовленнєвого впливу через пояснювальну стратегію шляхом реалізації її тактик. Об'єктом аналізу статті є саме явище мовленнєвого впливу в сучасному англомовному релігійному дискурсі. Предмет дослідження – способи реалізації мовленнєвого впливу в сучасному англомовному релігійному дискурсі різнорівневими лінгвістичними засобами.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Глибинна суть релігії полягає у здійсненні впливу через молитву, через насадження доктрин, через тлумачення Святого Письма, через власний приклад доброчесності тощо. Навернення до Бога, до віри, переконання в єдино правильному християнському вченні, його розповсюдження тощо і є тим перлокутивним ефектом, якого намагається досягнути християнський проповідник. Проповідь, як жанр фідеїстичного (релігійного) дискурсу, є чи не найефективнішим засобом здійснення мовленнєвого впливу на аудиторію, до якої входять віряни, паства, прихожани тієї чи іншої церкви. Проповідь – це особливий вид усного монологічного мовлення, спрямований до мирян із метою навернути їх до християнського віровчення, викликати почуття вдячності Богу, виховати почуття єдності у вірі.

Вчення про проповідь досліджує гомілетика. Якщо в античному суспільстві гомілетикою називали вміння вести тактовну приємну бесіду, то зараз вона обмежена мистецтвом церковного красномовства або ж проповідництва. Для протестантської проповіді, на відміну від православної, характерні нижчий ступінь ригідності, відсутність строго ustalених норм її побудови. Як наслідок, проповідник сам обирає на його думку найефективнішу стратегію, за допомогою якої здійснюватиме вплив на вірних.

Особливість протестантської проповіді полягає у тому, що мовець переважно діє відповідно до раніше заготовленого сценарію, дотримується продуманої стратегії щодо втілення свого комунікативного плану. Загальнопроповідницька комунікативна стратегія направлена на формування когнітивної бази адресата (вірних) відповідно до християнської доктрини протестантського світу. Здійснення впливу через проповідь відбувається шляхом переконання, але воно суттєво відрізняється від примусу і маніпуляції, оскільки залишає за людиною право вибору [5, с. 243].

На функції впливу проповіді акцентовано увагу у визначенні О. Є. Анісімової: «Проповідь – 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» [4, с. 49]. Хоч проповідник певною мірою є оратором, однак, на відміну від останнього, він передає слово Боже, а отже, його думки й слова належать не лише йому – вони підпорядковані християнському віровченню, тому проповіддю пресвітер не нав'язує свою думку, а намагається наблизити реципієнта до Бога.

Під комунікативною стратегією розуміємо чітко сформовану інтенцію мовця, що має структурно-логічний характер незалежно від тематики тексту і реалізована за допомогою тактик, обраних з огляду на ситуативність. Відповідно тактика – це комунікативний хід, що забезпечує реалізацію задач (цілей) стратегій.

Серед низки стратегій релігійного дискурсу виділяють об'єднуючі, якими є пояснювальна, оцінювальна, контролююча, спонукальна і стверджувальна [6, с. 59]. Російська дослідниця К. В. Бобирева виокремлює загальнодискурсивні стратегії, під якими розуміє організуючі стратегії, до яких авторка відносить комунікативну стратегію, спрямовану на встановлення контакту, і власне процес комунікації в рамках будь-якого інтерперсонального дискурсу, а також організуючу стратегію, яка має за мету проведення спільних дій учасників спілкування з організації процесу комунікації. Лише в межах релігійного дискурсу реалізована молитовна, сповідальна й обрядова стратегії [3, с. 149]. У жанрі проповіді К. В. Бобирева виділяє такі стратегії: пояснювальну, організуючу, комунікативну, обрядову, контролюючу, закличну, оцінювальну, стверджувальну [3].

Розглянемо детальніше пояснювальну стратегію. Головне завдання проповідника – розкрити і донести до пастви основні істини християнської віри, допомогти їм глибше осягнути зміст Священного Писання і, зрештою, спонукати вірян узгоджувати своє життя з християнським віровченням. Якраз за допомогою пояснювальної стратегії цього можна найлегше досягти. Через пояснення проповідник трактує почутий фрагмент тексту задля правильного його розуміння паствою з богословської точки зору. 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 [6, с. 62]. Пояснення є важливою частиною проповіді та ілюстрації проповідника, оскільки для того, щоб прийняти певну модель поведінки, потрібно зрозуміти, чому і в чому слід змінюватись.

Покажемо на прикладі, як дискурсивна стратегія пояснення спростовує попередні стереотипні уявлення, знання, які, на думку проповідника, заважають християнину на шляху до досягнення мети [6]:

Many children feel like a burden to their parents. They feel like they are in the way. If we enjoy our children, we will communicate to them that the most natural thing is to enjoy what we value (9).

Або ще один приклад з іншої проповіді:

*And when they confronted Him, He said two things. He said, "Man was not made for the sabbath, but the sabbath was made for man". Which was to say that the **sabbath was not to be a burden** which men had to conform to, but the **sabbath was to be a delight** which men could enjoy. The Jews had turned it in to an almost unbearable burden (10).*

В останньому прикладі за допомогою синтаксичних засобів, а саме паралельної конструкції, заснованої на опозиції, а також підрядних означальних речень, забезпечено пояснення для віруючих догмату святкування суботи.

У процесі дослідження встановлено, що пояснювальна стратегія реалізована через ряд комунікативних тактик: тактику ствердження, тактику інформування, тактику структурування, тактику аргументації, тактику екземпліфікації. Проаналізуємо мовне вираження кожної з тактик пояснювальної стратегії в сучасних англійських проповідях.

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 й не потребують обговорення.

Один із догматів християнства – шанування суботнього дня (субота у перекладі з гебрійської – відпочинок) – виражено в наступному прикладі повним двоскладовим поширеним реченням. Це твердження підсилено асертивом "declared":

*The second thing He said which, was even more shocking was, "The Son of Man is Lord of the sabbath," and thus He **declared** His sovereignty over the Sabbath (10).*

В іншому прикладі виражено впевненість щодо неспростовності твердження необхідності виконання Божих заповідей:

*There is no question about the other nine commandments being permanent and binding. **We are to have no other gods. We are never to make an idol. We are to worship only the true and living God. We are never to take the name of the Lord in vain. We are not to dishonor our father or mother, but rather give them honor. We are not to murder, commit adultery, steal, lie, or covet** (10).*

Переконання в істинності цього твердження досягнуто за допомогою повтору паралельних заперечних конструкцій, використання модального виразу *to be to*, який виражає безсумнівний наказ і безсумнівну заборону, а також лексем із негативною семантикою *dishonor, murder, adultery, steal, lie*.

За допомогою тактики інформування проповідник надає певну інформацію, яка на його думку є необхідною адресату для ознайомлення або представляє і пояснює рішення певної проблеми [6, с. 61].

Наступні приклади наводимо із проповіді Джона Пайпера "How do I teach 'Christian Hedonism' to my children", основною метою якої є показати, як навчити дітей радіти в Бозі, розтлумачуючи їм це та водночас будучи прикладом у цьому. У поясненні проповідник звертається до уривка Євангелія від Матвія та розкриває його зміст, чим залучає ще й тактику апелювання до авторитету:

*First, show that the Bible commands rejoicing. For example, "**Rejoice in the Lord always; again I will say, rejoice**" (Philippians 4:4).*

*Now the children see they are **not only permitted** to be happy; it is **required** that they be happy "in the Lord."*

*Second, show the kids what it means to become a real Christian by going to Matthew 13:44: "**The kingdom of heaven is like treasure hidden in a field, which a man found and covered up. Then in his joy he goes and sells all that he has and buys that field.**"*

*Now, children can grasp why this man was **really, really** happy to sell everything (10).*

Основна інтенція проповідника – переконати дітей радіти всьому, що дає Бог – підсилена імперативом “*rejoice in the Lord always*”. Застосовуючи опозицію *дозвіл – наказ*, засновану на антонімії (*not only permitted – required*), проповідник наголошує на необхідності радіти у Христі.

Уривок зі Святого Письма, залученого для пояснення “*what it means to become a real Christian*”, вдало підібраний проповідником. У ньому використано поширене метафоризоване порівняння, експліковане порівняльною конструкцією “*A is like B*”, із наступним підрядним означальним дескриптивним реченням, що містить подальший розвиток подій. Порівнюючи Царство Небесне (*The kingdom of heaven*) з дорогоцінним скарбом (*treasure*), автор надає семантичної ваги пояснюваному поняттю. Прийменникова фраза “*in his joy*” та підсилення прикметника “*happy*” повторюваним верифікаційним елементом – прислівником міри і ступеня “*really*” – апелює до основної теми проповіді “*Christian Hedonism*”.

Розглянемо цю ж саму тактику на прикладі з іншої проповіді:

You will notice in verse 3 the word “sanctified.” That word is essentially the word “holy” and this is the first time the word “holy” is used in the Bible. The root means “to separate,” or perhaps better, to turn that into a vertical concept, “to elevate.” It is a separation that elevates or exalts.

Спочатку проповідник пояснює значення слова, використовуючи синонім *holy*, вдається до морфологічного аналізу лексеми, різних її вимірів, врахованих у кінцевому визначенні поняття.

Або інший приклад із застосуванням тієї ж тактики:

*Apart from that, creation **ceased** on the sixth day. It didn't go on for thousands of years. It didn't go on for millions or billions of years. After six days it was **finished**, it was **completed**. And so, this is a special day because it signals that God's entire creation is **finished** (9).*

Пояснюючи, чому шостий день є особливим, проповідник вдається до субституції стилістично маркованого дієслова “*ceased*”, стилістично нейтральних синонімів “*finished*”, “*completed*” та синтаксичної паралельної конструкції “*didn't go on*”.

Через тактику аргументації подано докази чи пояснення щодо стверджень. У проповіді ця тактика може бути реалізована за допомогою таких способів: апеляція до авторитету, апеляція до досвіду, апеляція до історичних фактів. Ілюстрацією останньої слугує такий приклад:

In fact, if you go back to the 1689 Baptist Confession, you will find a Christian sabbatarian article in that Confession, that Christians are to treat Sunday as a new sabbath, and they are to follow, generally, the prescriptions and limitations that were placed upon the old Sabbath (9).

Проаналізуємо зразок, у якому застосована тактика аргументації:

*The first is that our children need to see us enjoying God: **enjoying him in** worship, **enjoying him in** devotions, **enjoying him in** ordinary tasks of life. God should feel joyful to these children, because he feels joyful to us – that is, he feels to us like a **burden lifter**, not a **burden giver**. He is a **lifter** of our sins through forgiveness because of Jesus. **He is a lifter of the burdens** of life as we trust him to work everything together for good (10).*

Значення “*enjoying God*” пояснено через паралельні конструкції з уточненнями сфер насолоди: у поклонінні, благочесті, буденних життєвих завданнях. Необхідність дітям відчувати радість від спілкування з Богом проповідник аргументує через батьківську радість: “*God should feel joyful to these children, because he feels joyful to us*” і виражає це причинно-наслідковим зв'язком за допомогою сполучника *because*. Основна тема радості в Бозі висвітлена через протиставлення “*Бог, який **забирає** тягар, а не **дає***”, виражене антонімами *burden lifter* і *burden giver*. Проповідник чітко та послідовно аргументує, чому Бог є “*burden lifter*”. Використовуючи підрядні сполучники *because* та *as*, пояснює, який саме тягар Він бере.

Апелювання до досвіду можна проілюструвати таким прикладом:

*Then you tell your children that this is a parable. It's a story about how we should relate to God. When we enjoy God, or when we want to spend time with God, God is honored. So our **being happy in God** is what makes God look great. **Making God look great** is what the Bible says we're supposed to do: “Glorify God in everything” (see 1 Corinthians 10:31).*

Пояснюючи тему, проповідник пропонує використати притчу і розтлумачує її суть. Перлокутивного ефекту він намагається досягнути через паралельні синтаксичні конструкції із герундієм у ролі підмета і підрядні предикативні речення, які трактують, коли “*God is honored*”. За допомогою цитування Послання до Коринтян проповідник залучає ще й тактику апелювання до авторитету.

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. З огляду на те, що проповідь – усна форма подачі матеріалу, її автору важче тримати увагу слухача, тому йому доводиться пов’язувати її структурні елементи, зокрема в основній частині. Отож, лінгвістично ця тактика представлена конекторами “*First of all*”, “*Secondly*”, “*Thirdly*”, “*Apart from that*”. Пояснення також побудоване за допомогою вставних слів *so, that is, in this way*, а приклади наведені за допомогою *for example, for instance, as, such as*. Такі мовні маркери “*I have two things...*” “*I have three suggestions*”, “*The three reasons are*” вживані для виділення пунктів і підпунктів думки.

Екземпліфікація (від англ. *Exemplification* – пояснення прикладом, ілюстрація), як показує аналіз, часто застосована проповідниками для пояснення уривку зі Святого Письма чи тлумачення догматів церкви за допомогою конкретних, наочних прикладів. У проповіді “*How I Teach “Christian Hedonism” to My Kids*” автор наводить життєвий приклад про двох братів, розкриває суть їхніх стосунків, братерської любові, готовності до жертвування своїми інтересами, часом, матеріальними статками заради ближнього. Цим прикладом проповідник підводить до думки, що радість у Бозі, тобто християнський гедонізм полягає у вмінні радіти жертвуючи, віддаючи, а не лише отримуючи.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Отже, як показує дослідження, мовленнєвий вплив через пояснювальну стратегію виражений тактиками ствердження, інформування, аргументації, апелювання до авторитету, структурування проповіді та екземпліфікації. 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. Загалом усі зазначені засоби сприяють кращому розумінню догматів та канонів Церкви, проблем мирян та шляхів їх вирішення. Ефективне застосування пояснювальної стратегії у жанрі проповіді через її тактики може слугувати підвалиною для виконання домінуючої функції усього релігійного дискурсу – навернення людини до Бога.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у виокремленні інших комунікативних стратегій і тактик, застосованих в англійській протестантській проповіді, у з’ясуванні їх мовної репрезентації задля виявлення мовленнєвого впливу в сучасному англійському релігійному дискурсі.

Джерела та література

1. Анисимова Е. Е. Коммуникативно-прагматические нормы немецких апеллятивных текстов : дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / Е. Е. Анисимова. – М., 1994. – 434 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручн. / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавн. центр “Академія”, 2004. – 344 с.
3. Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, языковые характеристики : моногр. / Е. В. Бобырева. – Волгоград : Перемена, 2007. – 385 с.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Омск. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 284 с.
5. Мечковская Н. Б. Язык и религия : лекции по филологии и истории религии / Н. Б. Мечковская. – М., 1998. – 352 с.
6. Смирнова М. С. Принципи аналізу дискурсивних стратегій і тактик православної проповіді / М. С. Смирнова // Наук. записки Бердянського держ. пед. ун-ту. – 2015. – Вип. VI. – С. 55–64.
7. Смоляна Т. А. Мовні засоби у комунікативних стратегіях і тактиках, реалізованих німецькомовною максимією Нового Заповіту у релігійному дискурсі / Т. А. Смоляна // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія “Іноземна філологія”. – 2015. – Вип. 81. – С. 145–152.

8. Труфанова И. В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // Филологические науки. – 2001. – № 3. – С.56–65.
9. John Piper. How Do I Teach ‘Christian Hedonism’ to My Kids? [Электронный ресурс] / Piper, John / September, 19, 2018. – Режим доступа: <https://www.desiringgod.org/interviews/how-do-i-teach-christian-hedonism-to-my-kids>.
10. John MacArthur. Understanding the Sabbath. [Электронный ресурс] / MacArthur, John / September, 20, 2009. – Режим доступа: <https://www.gty.org/library/sermons-library/90-379/understanding-the-sabbath>.

References

1. Anisimova, Elena. 1994. “Kommunikativno-pragmatische normy nemetskih apellyativnykh tekstov”. PhD diss., Moskva.
2. Batsevych, Floriy. 2004. *Osnovy komunikativnoyi linhvistyky: Pidruchnyk*. Kyiv: Vydavnychyy tsentr “Akademiya”.
3. Bobyreva, Ekaterina. 2007. *Religioznyy diskurs: tsennosti, zhanry, yazykovyye kharakteristiki : monogr.* Volgograd : Peremena.
4. Issers, Oksana. 2008. *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi*. Omsk.: Izd-vo LKI.
5. Mechkovskaya, Nina. 1998. *Yazyk i religiya. Lektsii po filologii i istorii religii*. Moskva.
6. Smyrnova, Mariya. 2015. “Pryntsypy analizu dyskursyvykh stratehiy i taktyk pravoslavnoyi propovidi.” *Nauk. zapysky Berdyans’koho derzh. ped. universytetu* (6): 55–64.
7. Smolyana, Tetyana. 2015. “Movni zasoby u komunikativnykh stratehiyakh i taktykakh, realizovanykh nimets’komovnoyu maksymoyu Novoho Zapovitu u relihiynomu dyskursi”. *Visnyk KhNU im. V. N. Karazina. Inozemna filolohiya*. (81): 145–152.
8. Trufanova, Irina. 2001. “O razgranichenii ponyatyy: rechevoy akt, rechevoy zhanr, rechevaya strategiya, rechevaya taktika”. *Filologicheskiye nauki*. (3): 56–65.
9. Piper, John. September, 19, 2018. “How Do I Teach ‘Christian Hedonism’ to My Kids?” *Desiring God*. Accessed September 30, 2018. <https://www.desiringgod.org/interviews/how-do-i-teach-christian-hedonism-to-my-kids>.
10. MacArthur, John. September 20, 2009. “Understanding the Sabbath.” *Grace to You*. Accessed September 30, 2018. <https://www.gty.org/library/sermons-library/90-379/understanding-the-sabbath>.

Одарчук Наталия, Недилько Светлана. Реализация речевого воздействия в современном англоязычном религиозном дискурсе. В статье рассмотрено реализацию речевого воздействия в современном англоязычном религиозном дискурсе через объяснительную коммуникативную стратегию. Исследование проведено на материале англоязычной протестантской проповеди. Проповедь трактована как один из жанров современного религиозного дискурса, в частности установлены особенности протестантской проповеди и ее отличия от православной. Принимая во внимание наработки ученых, которые занимались изучением стратегической организации текста, подано определение понятию “коммуникативная стратегия”. Выделено объяснительная стратегия как одна из основных, по которой осуществляется речевое воздействие от проповедника к реципиенту, которым есть миряне, члены церковной общины.

Объяснительная стратегия реализована посредством коммуникативных тактик: тактикой утверждения, тактикой информирования, тактикой структурирования проповеди, тактикой аргументации, тактикой апелляции к авторитету, тактикой экземплификации. Коммуникативные тактики объяснительной стратегии описаны путем анализа языковых средств их выражения. Речевое воздействие в выделенных тактиках осуществлено через риторические фигуры и стилистико-синтаксические средства, отдельные лексемы и грамматические структуры, через толкование путем приведения синонимов, установление оппозиции, через сравнение.

Использование всех указанных средств будет способствовать лучшему пониманию догматов и канонов Церкви, проблем мирянина и путей их решения. Эффективное применение объяснительной стратегии в жанре проповеди посредством ее тактик может служить основанием для выполнения доминантной функции всего современного религиозного протестантского дискурса – обращение человека к Богу и убеждения его в единственно правильном христианском учении. Распространение этого учения среди верных есть тем перлокутивным эффектом, которого пыгается достичь христианский проповедник.

Ключевые слова: объяснительная коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, религиозный дискурс, речевое воздействие, протестантская проповедь.

Odarchuk Nataliia, Nedilko Svitlana. Realization of Speech Influence in Modern English Religious Discourse. The article discusses the realization of speech influence in the modern English religious discourse through the explanatory communicative strategy. The English Protestant sermon served as the material for carrying out the research. Sermon is characterized as one of the genres of modern religious discourse; in particular, peculiarities of the Protestant sermon are ascertained as well as its differences from the Orthodox one are elucidated. Taking into account the achievements of the scholars who were engaged in the study of the strategic organization of the text, the definition

of the notion “communicative strategy” is presented. An explanatory strategy is singled out as one of the main ones, according to which speech influence is exercised from the preacher to the recipient, which are the laity, members of the church community.

The explanatory strategy is implemented through a series of communicative tactics: assertion tactics, information tactics, sermon structuring tactics, argumentation tactics, authority-appealing tactics, and exemplification tactics. Communicative tactics of the explanatory strategy are described by analyzing the linguistic means of their expression. Speech influence in the selected tactics is carried out with the help of rhetorical figures and stylistic-syntactic means, single lexemes and grammatical structures, through interpretation by means of synonyms, by establishing opposition, through comparison.

The use of all these means will contribute to a better understanding of the Church dogmas and canons, the problems the lay people face and the ways to solve them. The effective use of the explanatory strategy in the genre of sermon through its tactics can serve a basis for fulfilling the dominant function of the modern religious Protestant discourse – converting a person to God and convincing them of the solely correct Christian doctrine. Spreading this teaching among the faithful is that perlocutionary effect the Christian preacher is trying to achieve.

Key words: explanatory communicative strategy, communicative tactics, religious discourse, speech influence, Protestant sermon.

УДК 811'44'37

Марія Онищук[□]

ІЗ ДОСВІДУ ПЕРЕКЛАДУ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕРМІНІВ: СТРУКТУРНО-ТИПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

У статті розглянуто прийоми перекладу англійських економічних термінів українською мовою, здійснено перекладацький аналіз однокомпонентних та багатокомпонентних економічних термінів; доведено зумовленість їх перекладу структурно-семантичними характеристиками, зіставлено перекладацькі трансформації та прийоми, які використовують для відтворення форми і змісту англійських економічних термінів; описано особливості перекладу цих термінів відповідно до їхніх структурно-типологічних властивостей, кількісно-якісну характеристику яких проілюстровано в таблицях. Мета дослідження – здійснити зіставний перекладацький аналіз англійських економічних термінів з огляду на їхні структурні характеристики.

Відповідно до підрахунків, переклад однокомпонентних економічних термінів найчастіше здійснений за допомогою еквівалента та вибору варіантного відповідника, найменш вживаний спосіб відтворення – це вилучення слова. Двокомпонентні терміни поділені на 3 підгрупи: іменну, ад’єктивно-іменну та дієслівно-іменну. Визначено дві найпоширеніші трансформації – заміну частин мови та калькування, тоді як вибір варіантного відповідника та вилучення слова використовувалися рідко. Основними прийомами перекладу трикомпонентних словосполучень є калькування, пермутація, додавання та вилучення слова, при чому вибір варіантного відповідника майже не застосовувався.

Враховавши частотність трансформацій, окремо в кожній із груп було підраховано відсоткове співвідношення використання перекладацьких прийомів від загальної кількості досліджуваних одиниць із подальшим зіставним аналізом: калькування; заміну частин мови; еквівалент; описовий переклад; додавання слова; вибір варіантного відповідника; пермутація; вилучення слова; транскодування. Для відтворення англійських економічних термінів українською були використані як лексичні (транскодування, описовий метод, калькування, еквівалент, вибір варіантного відповідника, додавання слова, вилучення слова), так і граматичні (заміна частин мови, пермутація) трансформації. Таке різноманіття зумовлене структурними, семантичними, синтаксичними відмінностями термінів англійської й української мов. У дослідженні також виявлено факт наявності специфічних економічних термінів на позначення понять, для яких відсутні точні відповідники в українській мові.

Ключові слова: відповідник, двокомпонентний, еквівалент, економічний термін, однокомпонентний, трансформація.

Постановка наукової проблеми та її значення. Поширеність англійської мови як *lingua franca*, її застосування в різних царинах фахової мови становить значний інтерес у сучасних контрастивних дослідженнях із галузевого перекладу (Т. Р. Кияк, Г. В. Чорновол, Н. В. Пілецька, В. Л. Іщенко, Т. І. Панько, І. М. Гумовська). У пропонованій статті розглянуто особливості перекладу економічних термінів як одного з найбільших пластів фахової підмови,