
О ВЗАИМООТНОШЕНИИ МЕЖДУ АДРЕСАТОМ И АДРЕСАНТОМ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОПОВЕДИ

В данной статье рассматривается устная англоязычная проповедь. Исследование проповеди позволило рассмотреть взаимоотношения между адресатом и адресантом, а также выявить определенные признаки, характерные для адресата и адресанта устной проповеди.

Ключевые слова: проповедь, адресат, адресант, коммуникация.

Рудик І.В. Стосовно взаємовідносин між адресатом та адресантом англomовної проповіді. В даній статті розглядається усна англomовна проповідь. Дослідження проповіді дозволило розглянути взаємовідносини між адресатом та адресантом та виявити певні ознаки, притаманні безпосередньо адресату та адресанту усномовної проповіді.

Ключові слова: проповідь, адресат, адресант, комунікація.

Rudik I.V. About the relationship between the addresser and the addressee in the English sermon. This paper deals with the oral English sermon texts. The research of sermons allows us to emerge correlation between addressee and addresser and find out the definite features of addressee and addresser.

Key words: addressee, addresser, oral sermon, communication.

Проповедь относится к особому виду религиозных речевых актов и является неотъемлемой частью любого христианского богослужения – литургии, молебна, панихиды. В отличие от молитвенного чтения или богослужбных песнопений, отличающихся неизменностью языковых форм реализации, проповедь характеризуется большей свободой в выборе лексических, синтаксических и просодических средств ее реализации.

Настоящая статья посвящена исследованию взаимоотношений между адресатом и адресантом - в структурировании текста устной англоязычной религиозной проповеди.

Прежде чем перейти непосредственно к анализу отношений между адресатом и адресантом, хотелось бы охарактеризовать участников коммуникативного акта.

Адресант любого коммуникативного акта характеризуется различными факторами объективного и субъективного порядка: социальными, личностными, ролевыми.

Ведущим признаком, характеризующим проповедника как оратора и отличающим его от любого другого светского оратора, является тот факт, что он обращается к людям не от своего имени, а проповедует Слово Божье. В фигуре каждого проповедника таится некоторая двойственность: с одной стороны – он наделен особыми полномочиями – доносить до своих прихожан слово Божие, с другой стороны, он является лишь посредником, исполнителем в этом процессе. Требуя от своих слушателей послушания,

священник делает это не от своего имени, а от имени того, кто доверил ему свое послание – от имени Бога. Он, в свою очередь, тоже слушатель, послушание – и его задача [5, 24]. Таким образом, в положении проповедника заложена определенная двойственность: с одной стороны, он – оратор, с другой – слушающий.

Светский оратор также может выступать от чужого имени (в политике, перед судом), однако предмет речи и отношение к нему говорящего носят здесь принципиально иной характер. Авторство в светском публичном выступлении играет столь же важную роль, как и в художественной литературе [9, 46].

Проповедник же не мыслит себя непосредственным автором своей речи, в его задачи не входит создание нового произведения. Его цель – донести до слушателей вечные истины.

Однако и священник в процессе подготовки своей речи не может довольствоваться одним лишь божественным вдохновением. Поскольку он должен проповедовать и толковать Слово Божие, то ему, как и светскому оратору приходится руководствоваться определенными правилами составления речей, изложенных в классической риторике.

Несмотря на то, что проповедь является элементом ритуала богослужения – *установленного* символического действия, - ее форма, вид остается в большой степени зависимой от ее автора – проповедника. Проповедник строит свою речь таким образом, чтобы она отражала интенциональность процесса проповедования. Согласно нормам ролевого поведения, принятым в данной сфере вообще и в ритуале богослужения в частности, не происходит смены ролей адресанта и адресата во время проповеди: проповедь по своей форме – монолог, и потому роль адресанта обычно отводится лишь одному коммуниканту, для прихожан же роль отправителя становится возможной только в определенные периоды – во время хоровых реплик при совершении обрядов и во время вопросов, которые могут сопровождать проповедь [11, 339]. И в гомилетике настойчиво подчеркивается, что личность священника (проповедника) во многом определяет успех воздействия его проповеди. «Необходимо, чтобы собственная жизненная практика учителя соответствовала его наставлениям, и тогда они (проповеди) могут быть вполне действенными и убедительными, когда сама личность говорящего является такою, каким хочет видеть своего слушателя учитель. Личность говорящего не меньше значит для убеждения слушающих, чем само содержание слова и его форма» [1, 45].

Необходимым фактором успеха проповеди является также убежденность проповедника в истинности проповедуемого им учения. Если слово «идет из глубины души, то внутренние движения души проповедника, без сомнения придадут этому слову великую возбуждающую силу, способную наполнить сердца слушателей неотразимой привлекательностью» [10, 58] (Здесь, как видим, наблюдается еще одно отличие религиозного проповедника от светского оратора. В светской публичной речи не важно; истинно или ложно высказывание, главное – логично).

В коммуникативной ситуации проповеди говорящему представлена вы-

сокая роль: толкуя Священное Писание, проповедник выступает посредником между Богом и людьми. «Если вы способны к своему слушателю выступить в роли Божества – считайте, что он уже загипнотизирован» [3, 91].

Таким образом, сама специфика речи (толкование Священного Писания), высокий духовный сан оратора предполагают, что проповедник, излагая божественную истину, сам тоже наделяется в глазах слушателей божественным элементом.

Кроме обладания престижем и авторитетом, священник должен уметь ориентироваться на психологические характеристики аудитории, то есть учитывать содержащуюся в его сознании говорящего модель адресата. Следует учитывать как уровень знаний аудитории, поскольку если «говорящий и слушающий не обладают общими знаниями о мире, понимание не может быть полным» [2, 55], так и ценностные ориентации, прошлый опыт человека, его текущее психологическое состояние, все внешние факторы, характеризующие обстановку создания, передачи и приема сообщения. «Психологическое воздействие на аудиторию ... происходит в сфере мотивов и потребностей, установок, ценностной ориентации» [7, 44]. На необходимость учета этих факторов указывал еще Григорий Двоеслов, первым высказав мысль о создании проповеди соответственно типу аудитории.

Позволим себе подробнее остановиться на пояснении термина «адресат». В этом термине заложена сознательная направленность речи к какому-либо лицу или группе лиц. Причем коммуникативно-прагматическое намерение адресанта речи всегда рассчитано на определенного адресата, что заложено в смысловой доминанте речи. Так как планируемый адресантом эффект речевого воздействия связан с адресатом, то адресант вынужден выполнять по отношению к нему определенные коммуникативные обязанности.

Прежде всего, учет фактора адресата заставляет автора заботиться о соответствующем построении своей речи, специфически варьировать информацию с тем, чтобы добиться планируемого результата. В зависимости от адресата адресант строит свое высказывание; один и тот же адресант будет по-разному общаться с разными адресатами.

Вышеизложенное может с полным на то основанием быть отнесено и к адресату религиозной проповеди.

Однако, необходимо отметить специфические особенности фактора адресата религиозной проповеди.

Во-первых, информация, содержащаяся в проповеди, ориентирована на определенный круг адресатов – специфическую аудиторию, особую социально-психологическую группу людей, - верующих. Эту группу объединяет мотив, цель прослушивания проповеди (как правило, слушатели не случайно оказываются в составе аудитории). Эта группа сохраняет непосредственный контакт друг с другом и с адресантом. Данная аудитория поддается «заражению», то есть достаточно воздействовать на часть слушающих, и аудитория будет уже захвачена [4, 49].

Адресата проповеди можно назвать *реальным* (в отличие от так называемого «наадресата») адресатом, так как реальный адресат конкретной

проповіді являється основним целевим об'єктом її впливу.

Слушателями проповіді, як правило, являються рядові прихожане храму, що складають приход або общину і представляють собою релігійну групу, в якій в основному і походить релігійне спілкування. Для вказаної групи характерні деякі загальні принципові риси: наявність віри, визначена стабільність відносин, визначена ступінь неупиненості спілкування, що випливає з регулярного контакту і достатньо рівноправного положення в спілкуванні.

Незважаючи на те, що проповідь призначена для широкого кола слухачів різної соціальної належності, різного віку, статі, людей з різною ступенем знайомства з Біблією і питаннями догматики, можна все ж стверджувати, що аудиторія представляє собою непересомненне єдність. Слушачів об'єднує загальна віра, вони приходять в церкву з однаково мотивами і інтересами. Тому адресат проповіді можна також назвати адресатом – союзником, готовим до співпраці і зацікавленим в ньому. В свідомості кожного прихожанина вже існує визначена *модель ситуації* [2, 37] – уявлення про богослужіння і промову священника в час його промови. Тобто, адресат володіє визначеними очікуваннями по приводу того, що він почує.

Характер поведінки адресата в час читання проповіді також в багатьох відносинах відрізняється від поведінки світської аудиторії. Світська промова часто передбачає і допускає різні форми вербальної і невербальної втручання з боку слухачів – аплодисменти, звернення, вигукі, знаки схвалення – неохвалення і т.д. Релігійна проповідь вимагає від аудиторії тиші і «внимачого мовчання» [7, 305].

Таким чином, можна зробити висновок про те, що промова йде про специфіку спілкування визначеної групи людей, об'єднаних або призначених бути об'єднаними в межах релігійної віри, що є основним поняттям будь-якої релігії.

Однак, необхідно ще раз відзначити, що, володіючи рядом визначених загальних характеристик, об'єднують реальних адресатів проповіді, аудиторія, що сприймає проповідь, залишається все-таки неомогенною, так як відрізняється по рівню інформованості, об'єму спеціальних знань, освітанню, соціальному статусу, віку, а також по рівню і напрямленості інтересів, уваги і т.д. кожного з її членів. Відповідно, не всі слухачі в однаково міру розуміють проповідь.

Унікальним моментом, не характерним для будь-якого іншого виду усної публічної промови, є те, що в час проповіді проповідник не тільки спілкується з народом від імені церкви і від імені Бога, але і звертається до Бога від імені прихожан. Столь незвичайну спілкувальну ситуацію деякі дослідники називають «фактором подвійного адресата» [5, 59], що присутнє тільки в тексті проповіді.

Відносини між учасниками спілкування в процесі читання проповіді, нерівноправні. В цьому сенсі тип спілкувальної ситуації проповіді можна порівняти з спілкувальною ситуацією публічних лекцій, моральних настанов учителя учням, розповідей екскурсивно-

да, выступлений политических деятелей и т.д. Несмотря на глубокий эмоциональный отклик в сознании адресата, смена ролей говорящий - слушающий невозможна. «Народ должен во все продолжение богослужения соблюдать безмолвие и тишину, монологические наставления учителей лишь безмолвно выслушиваются присутствующими, которые отнюдь не дерзают прерывать их возражениями, выражением недоумений, требованием разъяснений, ибо учитель говорит уже не от себя и не свое, а от лица и именем церкви» [1, 203].

Однако идеалом устной публичной речи в любом случае является максимум доверительности, взаимопонимания с аудиторией, иначе становится невозможным выполнение основной функции проповеди – воздействия.

Применительно к проповеди схема речевого воздействия выглядит следующим образом: проповедник (адресант конкретной проповеди) имеет специфическую социальную установку – оказать на адресата целенаправленное, религиозно мотивированное воздействие с целью регуляции поведения адресата путем сообщения ему определенной информации как религиозного, так и светского характера. Процесс управления деятельностью объекта воздействия при помощи речи складывается из достижения иерархического ряда целей, во главе которого находится цель – побуждение к посткоммуникативным действиям. Поэтому, несмотря на неравноправность отношений между адресатом и адресантом в публичной речи, проповедник заинтересован в коммуникативном контакте и взаимопонимании с аудиторией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барсов Н.И. История первобытной христианской проповеди (до IV в.) – СПб.: тип. С. Добродеева, 1885. – 371 с., VIII.
2. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Добрович А. Общение: наука и искусство. – М.: Знание, 1978. – 159 с.
4. Морозова О.Н. Фактор адресата в текстах английской публичной речи и средства его языковой реализации: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: МГПИИЯ им. М. Тореца, 1988. - 24 с.
5. Леонтьев А.А. К психологии речевого воздействия // Материалы IV-го Всесоюз. симпозиума по психолингвистике и ТК. – М., 1972. – С. 28-41.
6. Набиева В.М. Прагматический аспект дискурса современной литургической проповеди: Дисс. ... канд. филол. наук. – М., 1996. – 174 с.
7. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – 1974. – 44.
8. Рождественский Ю.В. Теория риторики. - М., 1997. – 214 с.
9. Роль языка в средствах массовой коммуникации. - М., 1997. – 224 с.
10. Юрьевский А. Гомилетика, или Наука о пасторском проповедании слова Божия. – Киев, 1903. – VII.
11. Юрьевский А. Гомилетика, или Наука о пасторском проповедании слова Божия. – Киев, 1903. – VII. 495 с.

Стаття надійшла до редакції 9.03.2014 р.