

## КОМУНІКАТИВНА ТАКТИКА ФАСЦИНАЦІЇ В АНГЛОМОВНІЙ ПРОТЕСТАНТСЬКІЙ ПРОПОВІДІ

Маріанна Ділай

*Національний університет «Львівська політехніка»*

*(вул. С. Бандери, 12, м. Львів, 79000)*

Розглянуто комунікативну тактику фасцинації як один із конкретних способів здійснення релігійно-мотивованого впливу в англomовній протестантській проповіді і проведено аналіз комунікативних прийомів та мовних засобів її реалізації.

*Ключові слова:* комунікативна тактика фасцинації, стилістичні прийоми, ритм, тональність.

Одним із провідних напрямів досліджень у сучасній комунікативній лінгвістиці є вивчення комунікативних стратегій впливу і тактик їхньої реалізації. Актуальним у цьому аспекті є релігійний дискурс, основна комунікативна стратегія якого – здійснення релігійно-мотивованого впливу на адресата.

Ефективний вплив передбачає обов'язкову апеляцію до емоцій реципієнта, оскільки вони завжди «ближчі» до сприйняття світу людиною [1, с. 59]. Звертаючись до почуттів віруючих, релігійні тексти набувають яскравого емоційного забарвлення. Саме завдяки насиченості емоціогенними елементами, релігійні тексти здатні проникати у сферу людських переживань, приковувати увагу, викликати хвилюючий інтерес, подив, радість, захоплення, страх, відхиляючи будь-яке логіко-вербальне пояснення, інтелектуальні аргументи, оцінку критику, тобто здатні зачаровувати, фасцинувати. На реалізацію фасцинуючого впливу релігійних текстів вказує, з-поміж інших, й одна з відомих російських дослідниць релігійної комунікації Н. Мечковська, наголошуючи на їхній властивості максимально переконувати, хвилювати,

навіювати, заворожувати: «Здатність релігійних текстів здійснювати фасцинуючий вплив на віруючих, на думку дослідниці, пов'язана з їхньою мистецькою побудовою – перш за все з ритмом та експресією переносно-образного вживання мови. Вони заворожують ритмом, звуковими та смисловими переливами, дивним та одночасно точним підбором слів, метафоричністю, яка, приголомшуючи, дає змогу помітити приховані зв'язки явищ та бездонну глибину смислу» [2, с. 34].

Метою цієї статті є аналіз комунікативних прийомів реалізації комунікативної тактики фасцинації, як складової здійснення стратегії релігійно-мотивованого впливу на реципієнтів проповіді. Матеріалом дослідження стали англійські протестантські проповіді (400 тис. слів) [3; 4; 5; 6; 7].

Термін «фасцинація» походить від латинського слова *fascinatio* – зачарування, завороження, та означає спеціально організований вербальний вплив на реципієнтів, спрямований на зменшення втрат семантично важливої інформації при сприйманні повідомлення, за рахунок чого збільшується її здатність впливати на поведінку реципієнтів [8, с. 352]. У науковий обіг поняття «фасцинація» вперше ввів у 1959 році Ю. Кнорозов. Він запропонував називати фасцинацією спеціально налаштований шум в аналізаторі, який би перешкодив виконувати інші команди та створив би тим самим сприятливі умови для сприйняття саме цієї інформації [9, с. 163].

У 60-ті роки ХХ ст. когнітивна психологія та психолінгвістика збагатили теорію соціальної комунікації дослідженням ролі фасцинації в мовленні, вказавши, як за її допомогою збільшується «семантично значуща інформація» (термін Н. Вінера [10]), тобто частина інформації повідомлення, яка здійснює вплив на поведінку приймаючої системи. Кількість семантично значущої інформації у повідомленні росте зі зменшенням втрат інформації у фільтрах приймаючої системи. Частина інформації, яка є включеною в структуру повідомлення, може спеціально призначатися для впливу на фільтри системи. Такий вплив, який послаблює ефективність фільтрів, А. А. Брудний називає фасцинацією [11, с. 44]. Скорочуючи втрати інформації, яка надходить, фасцинація збільшує її можливості здійснювати вплив на поведінку системи.

Суть фасцинації у створенні в адресата певного налаштування, установки на взаєморозуміння визначив Ю. Шрейдер, звівши розуміння феномена фасцинації до позивних, які несуть повідомлення та змушують адресата налаштуватися на прийом [12]. Аналізуючи роль фасцинації в процесах комунікації, Г. Андрєєва вказує на своєрідні фільтри «довіри» та «недовіри», через які відбувається розповсюдження інформації в суспільстві [13]. Цей фільтр діє так, що абсолютно істинна інформація може виявитися неприйнятною адресатом, а неправдива – прийнятною. Сукупність засобів, які допомагають прийняти інформацію та послабити дію фільтрів, дослідниця називає фасцинацією. У ролі фасцинації виступають різноманітні супровідні засоби, які виконують роль «транспортації», супроводу інформації, та створюють додатковий фон, на якому основна інформація перемагає завдяки тому, що фон частково долає фільтр недовіри.

Один із найвідоміших сучасних дослідників явища фасцинації у комунікації В. Соковнін виділяє, з-поміж інших, семантичну фасцинацію [14]. Типова та основоположна для людської смислової комунікації семантична фасцинація визначається дослідником як збуджуюче-стимулюючий вплив символічного, драматичного та «недомовленого» смислу, який привертає увагу та провокує активізацію асоціативно-емоційної складової людської психіки з швидким чи миттєвим формуванням домінант уваги, інтересу, азарту розгадки та дешифрування, включених у процеси взаєморозуміння.

Фасцинація характеризується експресивністю та безпосереднім спонуканням до певних вчинків та поведінки, часто повністю оминаючи пороги раціональної критики та осмислення. Вплив фасцинації майже завжди пов'язаний з емоційними афектами та піковими переживаннями. Дія фасцинації спрямована на глибинні емоційні пласти психіки: інтенсивні емоції, загострення уваги, подиву, почуттів задоволення та радості, жаху та страху [14].

Беручи до уваги впливові потенції фасцинації, ми розглядаємо її як один із основних способів реалізації релігійно-мотивованого впливу на реципієнтів у текстах проповідей тобто, як комунікативну тактику стратегії здійснення

релігійно-мотивованого впливу. Комунікативна тактика фасцинації характеризується своєю спрямованістю на здійснення емоційного впливу, її основною функцією у проповіді є апеляція до емоцій та естетичних почуттів адресата. Переконавання відбувається через «емоційне зараження», навіювання віруючим максимального християнського віровчення. Це реалізується у текстах протестантської проповіді за допомогою певних комунікативних прийомів, тобто практичних способів здійснення конкретного наміру мовця. Головними комунікативними прийомами цієї тактики можна вважати стилістичні прийоми, а також прийоми досягнення величної тональності, ритмічності проповіді.

Для реалізації комунікативної тактики фасцинації широко використовують стилістичні прийоми, які спрямовані на створення яскравих образів у свідомості реципієнтів. Ці образи емоційно забарвлені та мають сильний сугестивний вплив. Механізм такого впливу ґрунтується на асоціації між образом і релевантною для нього потребою або мотивованою настановою [15, с. 10]. При здійсненні впливу мовець оперує образами та символами, усталеними у даному соціумі; у релігійній комунікації особливого значення набувають образи, що мають значення для віруючої людини.

Одним із найефективніших стилістичних прийомів, який використовують у текстах проповіді, є метафора. Здатність метафори впливати на свідомість реципієнта, реалізуючи функцію емоційно-образного впливу, відзначає чимало дослідників: Д. Болінджер, А. Баранов, Ю. Караулов, І. Кобозева, Е. Опаріна [16, с. 32; 17; 18; 19]. Метафора у проповіді відіграє роль подразника уваги. Вона викликає яскраві образи та за своєю природою є лаконічною. Наприклад: *'Jesus' teaching on the Kingdom was one that picked up and developed profound status from the law and the greatest Israel's Prophets. And when these more profound understandings and values are lived, then the **mustard seed of faith can grow into a kingdom** in which all people can find shelter and home'* [3], *'He [God] has provided everything that we need to fight the **battle of faith**, till the victory is ours. He has given us His Word. That **Word is the armor of God: the sword of the Spirit, the helmet of salvation, and all of the rest of the panoply of salvation'*** [4].

У проповідях трапляються різні типи метафори: стерті (банальні) метафори, які відображають процес персоніфікації, наприклад: *the Gospel tells us, the Church calls us, etc.*, релігійні кліше, наприклад: *kingdom of God, the Lord God the Almighty, eternal life, etc.*, а також авторські метафори. Особливістю метафоризації у релігійному дискурсі є те, що сама метафора, за винятком стертих, часто отримує визначення, характеристику у мовленні, проповідник розкриває її смисл для слухачів. У наведеному далі прикладі пастор роз'яснює вжиту ним метафору *the bread of God's kingdom*: *'Wisdom sets out her table and invites us to eat **the bread of God's kingdom**, a meal that will satisfy our hanger and meet our deepest needs'* [3].

Зазвичай, метафора в проповідях ускладнена іншими тропами. Наприклад, у наступному фрагменті метафора *understandings evaporate* підсилюється порівнянням *like the morning mist*: *'God's spirit exists to lead us from where we are, deeper into knowledge and understanding, and almost certainly deeper into silence, into the place where words are inadequate and all our **understandings evaporate like the morning mist**'* [7].

Дослідники НЛП, розглядаючи метафору як ефективний засіб впливу, вказують на її здатність розгортатися також в історіях-метафорах або розповідях-алегоріях [20, с. 237]. У процесах рефреймінгу вони рекомендують використовувати метафори-алегорії двох видів. Перший базується на ізоморфізмі проблемної ситуації та метафори. Цю техніку нерідко вживають для реалізації впливу у текстах проповідей та актуалізують у формі притч. Особливістю впливу притчі на психіку є те, що вона характеризується певним ступенем невизначеності, сприймається як таємниця, як дещо, що має «друге смислове дно» [21, с. 270]. Сюжет, який передається мовцем та лежить на поверхні, трансформується за допомогою низки натяків і глибинних асоціацій, активізуючи підсвідомість, та вказує на існування прихованого підтексту, який містить основний смисл. У людини, яка осягнула цей смисл в результаті роздумів, з підсвідомості випливають підготовлені образи, які створюють відчуття особистого приєднання до таємниці, самостійного відкриття істини. Другий тип метафор-алегорій базується на формуванні прихованої інструкції

дій. Обов'язковий елемент у цьому випадку – наочність. Наприклад, у проаналізованих проповідях зустрічаються розповіді пасторів про те, як їхні релігійні погляди (або ж погляди знайомого) змінилися протягом життя. Такого типу розповіді реципієнт сприймає як інструкцію до зміни власних поглядів.

При аналізі досліджуваного матеріалу було виявлено, що у проповіді широко використовуються також такі стилістичні фігури, як **порівняння**, наприклад: *'the Episcopal life was like white water rafting with unknown rocks at every turn'* [3], *human life is as fleeting as the grass of the field'* [6], **епітети**, наприклад: *healthy church, lost people, heathen darkness, passionate and resourceful power, generous and selfless love, etc.*, **гіпербола**, наприклад: *widespread spirit of indifference towards religion, ever-constant refrain*; **перифраза**, наприклад: *'...our theme is the praise of God in general, the creator, the redeemer, the inspirer...'* [3], **інверсія**, наприклад: *'How entirely have we been immersed in the cares and ambitions of earth!'* [6] тощо. Завдяки своїй високій емотивно-експресивній зарядженості, образності вони є ефективними засобами створення ефекту фасцинації.

Окрім того, особливості розташування мовних одиниць у тексті, його ритмічна організація можуть здійснювати вплив на реципієнта. Аналізуючи ритмічну структуру проповіді, ми виходимо з розуміння **ритму** як рівномірної послідовності елементів [22, с. 285], сукупності пропорційних повторювальних явищ та визнання його багаторівневого ієрархічного характеру [23]. Це дає змогу розкрити лексичні та синтаксичні прийоми створення ритму у проповіді. Найяскравіше ритмічна структура тексту проповіді проявляється на лексичному рівні організації тексту. Головним засобом ритмічної організації проповіді тут є лексичний повтор. Варто зазначити, що в текстах проповідей широко вживають анафоричні повтори. *'God has met our need by putting himself completely at our service. God's own life in Jesus Christ is laid down so that we may live. God holds nothing back in pouring himself out into the need of his creation. And God has swept us into his action and his life so that our own love, weak and frail as it is, is carried forward by the great action of his love into the service of the world's need.'* [4]. Якщо для повторів у межах тактики роз'яснення властива

диверсифікація (синонімічне багатство, смислова варіативність), то для повторів як прийомів реалізації фасцинації властива ідентичність, стереотипність. Зберігаючи свою однотипність, повтори здатні впливати на людину поза її свідомістю. Згідно з концепціями нейролінгвістичного програмування, персервація (багаторазове наполегливе повторення) є важливим механізмом проникнення у підсвідомість, який має здатність виключати сферу свідомості, переводячи адресата в сферу трансу [24].

Лексичні повтори можуть бути двох видів: контактні та дистанційні. При контактних лексичні одиниці повторюються одна за одною, наприклад: *'...at the very beginning of all things God spoke, the key **word**, the **word** of which St John speaks at the beginning of his gospel...'* [5], *'He came to the capital **in peace and in anger; in peace and in anger** he challenged the political and religious establishment of his time with the uncomfortable truth of racism; many came out to welcome him'* [6]. Контактні ритмічні повтори маркують семантично важливі частини висловлювання, оскільки за їхнього використання виникає контраст ритмічно організованих та неритмізованих ділянок тексту проповіді, в результаті чого посилюється лексичне значення ритмічно виділених слів.

Дистанційні повтори у проповіді характеризуються тим, що елементи, які повторюються в них відокремлені один від одного одним або кількома словами. За допомогою дистанційного повтору можуть створюватися ритмізовані фрагменти, побудовані за принципом симетрії, наприклад: *'This is how we achieve a **maturity** of Christ in our lives, brothers and sisters, a **maturity** that takes God seriously'* [7].

Лексичні прийоми ритмізації доповнюються та посилюються за допомогою синтаксичного паралелізму. Повторення однотипних синтаксичних моделей посилюється анафорою та силабічною тотожністю, наприклад: *'**Right here, right now, we can** let go of past hurts and grudges, and start over. **Right here, right now, we can** overcome our fear and fixation on death and trust in the Lord of life and love. **Right here, right now, we can** claim new life in this broken but beautiful world'* [5].

До граматико-синтаксичних ритмотворчих елементів, які трапляються у текстах проповідей, належать також ампліфікація, наприклад: *'She [Mary] stands in a long line of witnesses who have been brave, ignorant, joyous, adventurous, grateful, obedient enough to say to God's request, "Here am I."*[7], полісиндетони, наприклад: *'Jesus hears all the words we speak – words of pain and protest and rage and violence'* [4], використання коротких речень: *'Let's face it. We are self-obsessed. It is no surprise'* [3] тощо.

До комунікативних прийомів фасцинації у текстах проповідей можна зачислити прийоми досягнення величної тональності. Тональність – це звернута експресивність, основний засіб реалізації естетичної функції твору [25, с. 91]. Тональність відображає емоційне відношення мовця до змісту викладу та до адресата. Для проповідей характерним є величавий тон, який свідчить про їхнє благоговіння. У текстах це відображено напрочуд яскраво на лексичному рівні у використанні сакральної лексики, біблійних фразеологізмів, наприклад: *to get the wrong end of the stick, a prodigal son, safe and sound, milk and honey, to built upon sand, etc.* Величної тональності надають проповідям нерідко присутні в їхніх текстах приказки та віршовані форми.

Отже, для успішної реалізації стратегії релігійно-мотивованого впливу на реципієнтів одним з основних завдань пастора є створення психологічного ефекту фасцинації, тобто ефекту захоплення, завороження віруючих релігійним вченням. У текстах англомовних протестантських проповідей це досягається використанням експресивних, емоційно насичених прийомів посилення образності, ритмічності та підвищення тональності. В результаті здійсненого аналізу виявлено, що до найуживаніших і найефективніших прийомів реалізації впливу фасцинації належать метафора та лексичний повтор.

1. Андреева Г. М. Социальная психология / Г. М. Андреева. - М.: МГУ, 1999. – 376 с.
2. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.



3. *Баранов А. Н., Караулов Ю. Н.* Русская политическая метафора: Материалы к словарю. – М. : Ин-т Рус. яз. АН СССР, 1991. –193 с.
4. *Болинджер Д.* Истина – проблема лингвистическая // *Язык и моделирование социального взаимодействия.* – М.: Прогресс, 1987. – С. 23 – 43.
5. *Брандес М. П.* Стилистика немецкого языка. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Высшая школа, 1990. – 320 с.
6. *Брудный А. А.* К теории коммуникативного воздействия: теоретические методологические проблемы социальной психологии. – М.: Изд-во МГУ, 1977. – 98 с.
7. *Винер Н.* Кибернетика и общество. – М.: 1958. – Режим доступа: <http://grachev62.narod.ru/wiener/cybsoc.htm>.
8. *Гальперин И. Р.* Очерки по стилистике английского языка. – М.: Изд-во литературы на иностр. языках, 1958. – 459 с.
9. *Грановская Р. М.* Психология веры. – СПб. : Речь, 2004. – 576 с.
10. *Ільницька Л. Л.* Англомовний сугестивний дискурс: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. – К., 2006. – 22 с.
11. *Кобозева И. М.* Семантические проблемы анализа политической метафоры // *Вестник МГУ. Сер. 9. Филология.* – 2001. – № 6. – С. 132 – 149.
12. *Кнорозов Ю.* Об изучении фасцинации // *Вопросы языкознания.* – 1962. – № 1 – С. 162 – 170.
13. *Кудрявцева Л. О., Л. П. Дядечко, О. М. Дорофеева, І. О. Філатенко, Г. А. Черненко.* Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція // *Мовознавство.* – 2005. – № 1 – С. 58 – 67.
14. *Мечковская Н. Б.* Язык и религия. Лекции по филологии и истории религии. – М., 1998. – 352 с.
15. *Петровский М. Г.* Психологический словарь. – М., 1987. – 450 с.
16. *Прохватилова О. А.* Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. – Волгоград, 1999. – Режим доступа: <http://www.portal-slovo.ru/philology/37453.php>.

17. *Опарина Е. А.* Исследование метафоры в последней трети XX века // Лингвистические исследования в конце XX века: Сборник обзоров. – М., 2000. – С. 152 – 169.
18. *Селиванова Е. А.* Принцип дискурсоцентризма и стратегические программы украинской телерекламы. – Режим доступа: <http://selivanova.net/ru/publications/>
19. *Соковнин В.* Фасцинология. – Екатеринбург : Изд-во Ур. гос. ун-та, 2005. – Режим доступа: <http://fascinology.narod.ru/Prof1.htm>
20. *Шрейдер Ю. А.* Логика знаковых систем (элементы семиотики). – М., 1974. – 64 с.
21. <http://www.archbishopofcanterbury.org/123>
22. [http://www.episcopalchurch.org/sermons\\_that\\_work\\_40175\\_ENG\\_HTM.htm?menupage=99169](http://www.episcopalchurch.org/sermons_that_work_40175_ENG_HTM.htm?menupage=99169)
23. <http://www.faithanglicanchurch.org/sermons.htm>
24. <http://www.westminsterabbey.org/worship/sermons/2009/february/matins-sermon-abraham-lincoln>
25. <http://www.yorkminster.org/worship/minstersermons/sermon19/this-file-is-corrupt.html>

## **COMMUNICATIVE TACTIC OF FASCINATION IN ENGLISH PROTESTANT SERMON**

Marianna Dilai

*Lviv National Polytechnic University*

*(12, S. Bandera St., L'viv, 79000)*

The article deals with the communicative tactic of fascination as one of the means of religious influence realization in English protestant sermons. The analysis of the communicative ways and language means of fascination has been conducted.

*Key words:* communicative tactic of fascination, stylistic means, rhythm, tone.

# КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА ФАСЦИНАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОТЕСТАНТСКОЙ ПРОПОВЕДИ

Марианна Дилай

*Национальный университет «Львовская политехника»*

*(ул. С. Бандеры, 12, г. Львов, 79000)*

Рассматривается коммуникативная тактика фасцинации как один из конкретных способов осуществления религиозно-мотивированного влияния в англоязычных протестантских проповедях. Представлен анализ коммуникативных приемов и языковых средств, с помощью которых реализуется коммуникативная тактика фасцинации.

*Ключевые слова:* коммуникативная тактика фасцинации, стилистические приемы, ритм, тональность.

*Стаття надійшла до редколегії 25. 02. 2009*

*Прийнята до друку 09. 03. 2009*