

*Безпалова Е. В.,**кандидат філологічних наук,
доцент кафедри теорії і практики перекладу
факультету романо-германської філології**Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

ОБ АДРЕСАНТЕ И АДРЕСАТЕ КОММУНИКАТИВНОГО АКТА ТРАДИЦИОННОЙ И АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ПРОПОВЕДИ

Аннотация. В статье анализируются такие основные параметры исследования коммуникативного акта религиозной проповеди, как коммуниканты и их коммуникативные намерения. Установлено, что отличительной чертой проповеди является то, что проповедник общается не только с реальным адресатом – публикой, но и с «наадресатом» – Богом.

Ключевые слова: традиционная проповедь, альтернативная проповедь, коммуникативный акт, адресат, адресант.

Постановка проблемы. Цель статьи – описать участников коммуникативного акта религиозной проповеди и их коммуникативные намерения.

Как известно, одной из сторон духовного бытия человека является религия, которая ценностно осмысляет все сущее, связывая таким образом природу, общество, человека, бытие и небытие, реальное и воображаемое, конкретное и абстрактное. Несмотря на значительное количество работ в области теологии (Г. Булгаков, Я. Амфитеатров, Н. Барсов) и ряд лингвистических исследований религиозных текстов (Н. Кравченко, Т. Кругликова; О. Морозова; В. Набиева; В. Прохвятилова и др.), образ адресанта и особенно адресата еще недостаточно очерчен, что предопределяет актуальность настоящей статьи, посвященной имиджу традиционного и альтернативного проповедника и определению адресата религиозного коммуникативного акта.

Материалом исследования послужили 14 устных традиционных англоязычных проповедей, произнесенных во время англиканских богослужений – непосредственно в храме, и 11 альтернативных проповедей, произнесенных альтернативными проповедниками в концертных залах.

Изложение основного материала исследования. Проповедь является коммуникативным актом, так как в ней наличествуют все основные компоненты, выделяемые как обязательные для коммуникативного акта: отправитель информации, получатель информации, форма информации, канал связи, код, контекст.

Р. Якобсон писал: «Мы анализируем сообщения с учетом всех относящихся к ним факторов, таких, как неотъемлемые свойства сообщения самого по себе, его адресанта и адресата, либо действительного, либо предполагаемого адресантом в качестве реципиента. Мы изучаем характер контакта между этими двумя участниками речевого акта; мы стремимся выявить код, общий для адресанта и адресата; мы пытаемся найти характерные общие черты, а также различия между операциями кодирования, осуществляемого адресантом, и способностью декодирования, присущей адресату. Наконец, мы пытаемся определить место, занимаемое данным сообщением в контексте окружающих сообщений, которые либо принадлежат к тому

же самому акту коммуникации, либо связывают вспоминаемое прошлое с предполагаемым будущим, и мы задаемся основополагающим вопросом об отношении данного сообщения к универсуму дискурса» [1, с. 319].

Несмотря на принципиальное принятие модели коммуникативного акта Р. Якобсона, некоторые исследователи [2; 3] отмечают ряд противоречий в структуре данной модели. Во-первых, в модели Р. Якобсона не учтено различие между точками зрения на сообщение кодирующего (адресанта) и декодирующего (адресата). Во-вторых, в модели отсутствует компонент цели. В-третьих, в модели не учитывается такой важный момент коммуникации, как коммуникативный опыт, накопленный человечеством на основе культуры, науки, литературы.

Основываясь на представленной выше модели с учетом ее критики, целесообразно наметить основные параметры исследования анализируемого объекта – текста устной религиозной проповеди, а именно:

- наличие коммуникантов – проповедника и слушателей проповеди;
- наличие коммуникативных намерений коммуникантов;
- наличие определенного канала связи;
- наличие определенного кода;
- наличие собственно сообщения, именуемого текстом устной проповеди.

В религиозной сфере общения принципиально важным является назначение соответствующей формы общественного сознания, характерная для него форма мысли и тип содержания, а также цели и задачи общения.

Специфика традиционной религиозной проповеди определяется экстралингвистическими особенностями религиозной сферы общения. Адресант и адресат проповеди вступают в процесс религиозной коммуникации не случайно, а в рамках института богослужения.

Богослужение представляет собой в широком смысле религию, институализированную в церкви. Исходя из того, что религиозная сфера общения является регулярно воспроизводимой в обществе, можно говорить о типичности ситуации общения в процессе ритуала богослужения. Следовательно, традиционная проповедь как вид общения относится к институциональной сфере общения, в которой приняты определенные правила, условия, нормы и т. д., а значит, вероятно, определенные речевые штампы [4, с. 57].

Помимо регулярной воспроизводимости, религиозной сфере общения присущи следующие характеристики:

- четкая целевая направленность на внедрение или проявление религиозного сознания;
- интенсивное эмоциональное воздействие или волеизъявление;

– наличие определенной системы специализированных знаков:

а) языковых, которые передают информацию религиозного содержания и являются необходимым способом фиксации религиозной информации и средством ее передачи;

б) неязыковых, которые символически выражают религиозно значимые действия (жесты, мимика, музыка), сигналы (колокольный звон, запах ладана и др.);

– наличие определенных религиозных групп коммуникантов, в которых в основном происходит религиозное общение. Эти группы связаны общими целями, задачами, ценностями, знаками, символами, наличием субординации и координации, разделением позиций и ролей, наличием специфического «мы»-чувства [5, с. 110].

«Условиями бытия» традиционной проповеди являются условия богослужения, и без их учета невозможно в полной мере оценить специфику проповедничества. «Я позволил себе назвать недомыслием этот отрыв одной из сторон церковного искусства от целостного организма храмового действия как синтеза искусств», – писал о. П. Флоренский [6, с. 52].

Действительно, церковная проповедь – это центральная часть ритуала в особой атмосфере храма, где все детали окружающей обстановки: полумрак, огоньки свечей, иконы, блестящие культовые предметы, складки драгоценных тканей – являются фоном, на котором произносится проповедь. «Магия формы и цветов настолько сильна, что даже неверующие люди переживают приятное ощущение спокойствия при соприкосновении с церковным интерьером» [7, с. 24]. «Синтез храмового действия» не ограничивается только сферой изобразительных искусств, в церкви широко используются также поэзия и вокальное искусство. Весь данный комплекс искусств действует на прихожанина вкупе с высоким искусством проповеднического слова.

Являясь одной из составных частей ритуала богослужения, традиционная проповедь является элементом установленного символического действия, то есть действия, протекающего в определенном месте, в определенное время, при определенных обстоятельствах, по определенным принципам и правилам. К числу правил следует отнести, в первую очередь, правила религиозной морали, а также учет коммуникантами статусных характеристик друг друга [3, с. 88].

Итак, экстралингвальные средства в религиозной сфере общения составляют своего рода «информационную полифонию», особую «толщину знаков» [8, с. 276], которая одновременно с непосредственным текстом проповеди оказывает максимальное воздействие на адресата.

В отличие от проповеди традиционной, альтернативная проповедь является изолированным от богослужения коммуникативным актом и потому не обладает теми экстралингвистическими особенностями, что характерны для религиозной сферы общения.

«Специфика религиозного дискурса состоит в том, что к числу его участников относится Бог, к которому обращены молитвы, псалмы и т. д. Конфликт ... между тем, кто несет высшую истину, и тем, кто (выделено нами – Е. Б.) обеспечивает трансляцию и адаптацию этой истины, составляет сердцевину драматургического развития религии» [9, с. 2002]. Данная цитата подчеркивает важность адресанта проповеди и демонстрирует сущность основного конфликта между каноническими проповедниками и проповедниками альтернативными.

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 данном 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. Таким образом, в положении проповедника заложена определенная двойственность: с одной стороны, он – оратор, с другой – слушающий. Другое дело, каким образом приобретаются эти «особые полномочия». Проповедник-священнослужитель, благодаря своему высокому духовному сану (получение которого предваряется годами теологической подготовки с последующей хиротонией (таинство священства; обряд возведения в сан диакона, пресвитера (священника) и епископа, во время которого при возложении рук вышестоящего священнослужителя на голову посвящаемого невидимо нисходят особые дары Божьей благодати)), получает право от имени Церкви выступать посредником между Богом и людьми. «Церковный проповедник должен быть популярен, но в то же время высок. Он поднимает такие возвышенные материи, возвещает народу о таких великих вещах, которые не могут не возбуждать возвышенных чувств и не устремлять мысли горю» [10, с. 183].

Альтернативный же проповедник декларирует свою избранность и право проповедования на основании того, что он (она) лично получил(а) благословение (знак, призыв) Бога на проповедническую миссию. В рамках настоящей работы не преследуется цель давать нравственную оценку миссионерству такого рода, однако биографии проповедников, свидетельствующие об отсутствии у большинства из них специального богословского образования, оставляют за нами право усомниться в богооткровенности и валидности их посредничества.

Тем не менее, в процессе подготовки своей речи любой проповедник 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.

Проповедник строит свою речь таким образом, чтобы она отражала интенциональность процесса проповедования. Согласно нормам ролевого поведения, не происходит смены ролей адресанта и адресата во время проповеди: проповедь по своей форме – монолог, и потому роль адресанта обычно отводится лишь одному коммуниканту, проповеднику. А. Михальская, анализируя состояние современной риторики, указывает на то, что проповедник во время проповеди выступает не в одной роли, а в нескольких, и считает, что образ ратора, то есть адресанта проповеди, может стать предметом отдельного специального исследования [11, с. 65].

Кроме обладания престижем и авторитетом, проповедник должен уметь ориентироваться в психологические характеристики аудитории, то есть учитывать содержащуюся в его сознании модель адресата. Психологическое воздействие на аудито-

рию происходит в сфере мотивов и потребностей, установок, ценностной ориентации.

Будучи устной публичной речью, проповедь является «обращенным» монологом, то есть речью, ориентированной на слушателя, адресата. Информация, содержащаяся в проповеди, ориентирована на определенный круг адресатов – специфическую аудиторию, особую социально-психологическую группу людей – верующих или стремящихся к вере. 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.

Адресата проповеди можно назвать реальным (в отличие от так называемого «наадресата»), о котором речь пойдет позже) адресатом, так как реальный адресат конкретной проповеди является основным целевым объектом ее воздействия.

Несмотря на то что проповедь предназначена для широкого круга слушателей разной социальной принадлежности, разного возраста, пола, людей с разной степенью знакомства с Библией и вопросами догматики, можно все же утверждать, что аудитория представляет собой несомненное единство. Слушателей объединяет общая вера, они приходят в церковь или на встречу с альтернативным проповедником с одинаковыми мотивами и интересами. Поэтому адресата проповеди можно также назвать адресатом-союзником, готовым к сотрудничеству и заинтересованным в нем.

Однако, обладая рядом определенных характеристик, объединяющих реальных адресатов проповеди, аудитория, воспринимающая проповедь, остается все-таки неомогенной, так как различается по уровню информированности, объему специальных знаний, образованию, социальному статусу, возрасту, а также по уровню и направленности интересов, внимания и т. д. каждого из ее членов. Следовательно, не все слушатели в одинаковой мере понимают проповедь.

Уникальным моментом, не характерным для других видов устной публичной речи, является то, что во время проповеди проповедник не только общается с народом от имени Бога, но и обращается к Богу от имени слушающих. Столь необычную коммуникативную ситуацию некоторые исследователи называют «фактором двойного адресата» [12, с. 59], что присуще только тексту проповеди.

На наш взгляд, более адекватным определением такого явления в проповеди является термин М. Бахтина – «высший наадресат». В своей работе М. Бахтин отмечает, что сознательно или неосознанно автор любого сообщения предполагает существование «высшего наадресата, абсолютно справедливое ответное понимание которого предполагается либо в метафизической дали, либо в далеком историческом времени (лазеечный адресат)» [13, с. 305]. В таком виде коммуникации, как религиозная проповедь наличие «высшего наадресата» является именно одним из ее основных конститутивных моментов.

Выводы. Таким образом, в коммуникативном акте «религиозная проповедь» наряду с традиционными участниками коммуникации – адресантом (проповедником) и адресатом (слушателями) – присутствует и скрытый коммуникант, или «высший наадресат» – Бог. Обращаясь к реальному адресату – публике, адресант проповеди – проповедник – обращается од-

новременно и к «наадресату», в чем мы видим уникальность религиозного коммуникативного акта.

Дальнейшее лингвистическое исследование религиозного коммуникативного акта в аспекте его синтаксической, лексической и просодической организации невозможно без учета двойственности коммуникативного статуса проповедника: с одной стороны, он – оратор, с другой – слушающий, посредник между Богом и людьми.

Литература:

1. Якобсон Р.О. Избранные работы / Р.О. Якобсон. – М. : Прогресс, 1985. – С. 306–330.
2. Селиванова Е.А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е.А. Селиванова. – К. : Фитосоцицентр, 2002. – 335 с.
3. Тарасова И.П. Концептуальные основы исследования общения / И.П. Тарасова. – М., 1990. – 117 с.
4. Кругликова Т.М. Текст проповеди как образец воздействующей речи X–XI в. / Т.М. Кругликова // Логико-семантические и прагматические проблемы текста : межвуз. сб. науч. тр. / КГПИ. – Красноярск, 1990. – С. 54–57.
5. Яблоков И.Н. Социология религии / И.Н. Яблоков. – М. : Мысль, 1979. – 182 с.
6. Флоренский П. Храмовое действо как синтез искусств / П. Флоренский // Флоренский П. Собрание сочинений / П. Флоренский. – Paris, 1985. – Т. 1 : Статьи по искусству. – 1985. – С. 41–62.
7. Петров Н. Самовнушение в древности и сегодня / Н. Петров ; пер. с бол. – М. : Прогресс, 1986. – 141 с.
8. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М. : Прогресс, 1994. – 616 с.
9. Карасик В.И. Религиозный дискурс / В.И. Карасик // Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 1999. – С. 25–34.
10. Настольная книга проповедника. – М., 1986. – 284 с.
11. Михальская А.К. Пути развития отечественной риторики: утрата и поиски речевого идеала / А.К. Михальская // Филол. науки. – 1992. – № 3. – С. 55–67.
12. Набиева В.М. Прагматический аспект дискурса современной литературной проповеди : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 / В.М. Набиева. – М., 1996. – 174 с.
13. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1979. – 423 с.

Безпалова К. В. Про адресанта й адресата комунікативного акту традиційної та альтернативної проповіді

Анотація. У статті аналізуються такі основні параметри дослідження комунікативного акту релігійної проповіді, як комуніканти та їхні комунікативні наміри. Установлено, що визначальною рисою проповіді є те, що проповідник спілкується не тільки з реальним адресатом – публікою, а й із «наадресатом» – Богом.

Ключові слова: традиційна проповідь, альтернативна проповідь, комунікативний акт, адресат, адресант.

Bezpalova K. On the addresser and the addressee of the traditional and alternative sermon communicative act

Summary. The article analyses such important parameters of a religious sermon investigation as the communicants and their communicative purposes. It has been proved that the sermon's distinctive feature is the fact that preacher communicates not only with the real addressee – the audience, but also with the “aboveaddressee” – the God.

Key words: traditional sermon, alternative sermon, communicative act, addresser, addressee.