

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РЕЛИГИОЗНОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ)

Паульзен Наталья Сергеевна

кандидат филологических наук, доцент, Байкальский
государственный университет, (г. Иркутск)
alla_po@mail.ru

Унрау Алексей Викторович

Байкальский государственный университет, (г. Иркутск)
unrau93@mail.ru

COMMUNICATION STRATEGIES IN RELIGIOUS DISCOURSE (BASED ON ENGLISH MEDIA TEXTS)

**N. Paulsen
A. Unrau**

Summary: The article is devoted to a comprehensive analysis of communicative strategies functioning in the religious discourse of English-language media texts. The relevance of the study is due to the rapid growth of the influence of digital platforms on the processes of broadcasting sacred meanings, values, and norms in modern society. The aim of the work is to identify and systematize speech strategies aimed at persuasion, sacralization, emotional involvement, and identity formation implemented in the genres of digital religious communication, such as video blogs, online sermons, and media services of preaching content. The article reveals the interpretation of the concepts of «discourse» and «religious discourse», analyzes the characteristics of religious discourse, its place in the system of types of institutional communication, its genre features and value components. In addition, the article considers various approaches to the definition of the concept of «communicative strategies» in modern linguistic research, identifies such communicative strategies of religious discourse as a calling strategy, affirmative strategy, inclusive strategy, narrative strategy, prayer strategy, and analyzes their linguistic implementation.

Keywords: communication strategies, digital platforms, religious communication.

Аннотация: Статья посвящена комплексному анализу коммуникативных стратегий, функционирующих в религиозном дискурсе англоязычных медиатекстов. Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом влияния цифровых платформ на процессы трансляции сакральных смыслов, ценностей и норм в современном обществе. Целью работы является выявление и систематизация речевых стратегий, направленных на убеждение, сакрализацию, эмоциональное вовлечение и формирование идентичности, реализуемых в жанрах цифровой религиозной коммуникации — таких как видеоблоги, онлайн-проповеди и медиасервисы проповеднического контента. В статье раскрывается трактовка понятий «дискурс» и «религиозный дискурс», анализируются характеристики религиозного дискурса, его места в системе типов институционального общения, его жанровых особенностей и ценностных составляющих. Кроме того, в статье рассмотрены различные подходы к определению понятия «коммуникативные стратегии» в современных лингвистических исследованиях, выявлены такие коммуникативные стратегии религиозного дискурса как *мобилизационная стратегия, утверждающая стратегия, стратегия соучастия, молитвенная стратегия*, проанализирована их языковая реализация.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, цифровые платформы, религиозная коммуникация.

В современном обществе религиозный дискурс продолжает оставаться мощным средством формирования мировоззренческих установок и культурной идентичности. На протяжении столетий религия выполняла не только сакральную, но и коммуникативную функцию, структурируя коллективное сознание через систему символов, мифов, догматов и ритуалов. В условиях постсекулярного общества, несмотря на процессы глобализации, секуляризации и плюрализации взглядов, религиозные формы дискурса не теряют своей актуальности, а напротив — трансформируются, приобретая новые форматы и средства выражения, в том числе в цифровом пространстве. С усилением роли цифровой коммуникации религиозные высказывания всё чаще становятся частью публичного медиапространства, интегрируясь в онлайн-платформы и подкастинговые сервисы. Особенно заметно это в англоязычном мире, где проповеди, пасторские влоги, онлайн-службы и мо-

тивационные религиозные речи распространяются в массовом порядке, формируя специфическую медиареальность, в которой сакральное соседствует с трендами массовой культуры. При этом религиозные медиатексты адаптируются под формат потребления цифровой аудитории: они становятся короче, эмоциональнее, мультимодальнее, но сохраняют структуру традиционного ритуального и сакрального общения. В связи с этим возникает необходимость анализа специфики коммуникативных стратегий, реализуемых в таком типе дискурса. Изучение речевых механизмов религиозного медиадискурса позволяет выявить, каким образом осуществляется воздействие на массового адресата, как структурируются сакральные и обыденные смыслы, и каким образом язык становится инструментом трансляции веры в условиях медийной среды.

Термин «дискурс» уже давно занял определённое ме-

сто в научной терминологии, обрел собственную дефиницию и, что особенно значимо, способствовал расширению методов и подходов в лингвистическом анализе.

В рамках нашего исследования мы придерживаемся определения дискурса, данное Ю.С. Степановым: «Дискурс – это «язык в языке», но представленный в виде особой социальной данности... Дискурс существует прежде всего и главным образом в текстах, но таких, за которыми встаёт особая грамматика, особый лексикон, особые правила словоупотребления и синтаксиса, особая семантика, – в конечном счете – особый мир» [Степанов, с. 676].

Чаще всего изучение дискурса происходит с позиций институциональности, где это понятие рассматривается в границах определенного социального института [Бейлинсон, 2009; Карасик, 2000; Лейчик, 2009; Манаенко, 2008]. Институциональный дискурс характеризуется статусно-ролевыми отношениями, в которых вербальная коммуникация осуществляется через различные специализированные направления, такие как, научное, деловое, военное, педагогическое, религиозное, медицинское, рекламное, спортивное, юридическое и политическое. Каждое из этих направлений имеет свои специфические цели и аудитории, ценности и стратегии, что определяет их уникальные функции в обществе. Вышеуказанные черты характерны и для религиозного дискурса, исследования которого представлены в трудах многих отечественных и зарубежных ученых [Е.Е. Анисимова, Е.В. Бобырева, И.В. Бугаева, В.З. Демьянков, В.И. Карасик, Е.А. Кожемякин, А.К. Гадомский, Д.А. Звездин, А.П. Крысин, Dijk T.A. van., T. Fitzgerald и др.]. Религиозный дискурс является специфическим типом институционального дискурса, который характеризуется наличием определённых участников, целей, ценностей, стратегий, а также разновидностей и жанров. Он включает в себя уникальные дискурсивные формулы, которые служат для передачи и закрепления религиозных идей и учений. Участниками религиозного дискурса могут быть как духовные лидеры, так и верующие, а его цели обычно связаны с распространением веры, укреплением общинной идентичности и поддержанием моральных норм. Ценности, присущие этому дискурсу, часто сосредоточены на духовном благополучии, этике и взаимопомощи. Стратегии, используемые в религиозном дискурсе, могут варьироваться от проповеди и обучения до обсуждения и интерпретации священных текстов. Значительный вклад в изучение религиозной коммуникации внесла Е.В. Бобырева своим фундаментальным трудом «Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения)» [Бобырева, 2007]. В данной работе вслед за Е.В. Бобыревой считаем, что «...в узком смысле религиозный дискурс есть совокупность речевых актов, которые используются в религиозной сфере; в широком – набор определенных действий, ориентированных на приобщение человека к вере, со-

вокупность речеактовых комплексов, сопровождающих процесс взаимодействия коммуникантов» [Бобырева, с. 162]. Языковое влияние на аудиторию осуществляется через применение коммуникативных стратегий и тактик, которые направлены на манипуляцию знаниями, ценностями, эмоциями и волей адресата. Существует множество исследований, посвященных использованию этих стратегий и тактик в религиозном дискурсе [Т. Ван Дейк, Е.В. Бобырева, М.В. Крылова, Г.А. Савин, Ю.А. Москвина]. В данной работе нам бы хотелось выявить и классифицировать коммуникативные стратегии религиозного дискурса в англоязычных медиатекстах. Современный религиозный дискурс в англоязычных медиатекстах развивается в условиях цифровой медиасреды, которая оказывает значительное влияние на формы, содержание и риторические особенности религиозного высказывания. При этом сохраняется фундаментальная функция религиозной коммуникации — сакрализация действительности, при помощи которой осуществляется закрепление коллективной идентичности и передача вероучительных смыслов. Важным теоретическим направлением в данном контексте становится анализ коммуникативных стратегий, используемых в медиaproстранстве, а также их адаптации к цифровым форматам с учётом визуально-текстовой природы современного медиаконтента.

В лингвистике коммуникативная стратегия является многоаспектным лингвистическим явлением. Современные исследования предлагают множество определений данному понятию. Так Е.В. Ключев определяет коммуникативную стратегию как «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» (Ключев, 2002, с. 59). По мнению Т.Е. Янко коммуникативная стратегия – это «планирование говорящим речевого акта, выбор речевого намерения, дозирование квантов информации по коммуникативным компонентам, линейное упорядочение компонентов» [Янко, 2001, с. 38].

Т.Н. Ушакова под коммуникативной стратегией понимает «приемы воздействия на слушателей путем логического убеждения, эмоциональной увлеченности, синтеза различных приемов (логических, эмоциональных, коммуникативных) и некоторых других» (Ушакова, 1989, с.152). О.С. Иссерс в монографии «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» трактует понятие коммуникативные стратегии как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» (Иссерс, 2006, с. 54). По ее мнению, «в основе коммуникативных стратегий лежат мотивы, потребности и установки коммуникантов» (Иссерс, 2008, с. 61). Т.А. Ван Дейк и В.З. Демьянков исследуют коммуникативные стратегии с точки зрения когнитивистики, анализируя стратегии интерпретации дискурса. В частности,

Т.А. Ван Дейк определяет коммуникативную стратегию как «Общую инструкцию для каждой конкретной ситуации интерпретации». (Ван Дейк, 1997, с. 274). В рамках психолингвистического подхода коммуникативная стратегия – «способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, интенцией коммуниканта» (Борисова, 1999, с. 81–82). Интересным для нашего исследования представляется определение, данное А.П. Сковородниковым: «Речевая (коммуникативная) стратегия — это общий план, или «вектор», речевого поведения, выражающийся в выборе системы продуманных говорящим/пишущим поэтапных речевых действий; линия речевого поведения, принятая на основе осознания коммуникативной ситуации в целом и направленная на достижение конечной коммуникативной цели (целей) в процессе речевого общения [Сковородников, 2004, с. 6]. На основе вышеприведенных дефиниций предлагаем свое понимание термина. Коммуникативная стратегия — это заранее разработанные языковые средства и форматы для передачи информации, которые используются для достижения определенных целей в процессе общения. Они включают в себя выбор методов, приемов и форм взаимодействия с аудиторией, а также учет контекста и особенностей получателя информации.

Опираясь на научные работы вышеупомянутых авторов, а также на основе собственного анализа религиозных медиатекстов, включающих видеопроповеди, онлайн-обращения, блоги и стенограммы выступлений современных христианских деятелей, пасторов баптистской церкви (в частности, Джоэла Остина, Т.Д. Джейкса, Стивена Фертика, Билли Грэмма) нам удалось выделить следующие коммуникативные стратегии религиозного дискурса (всего было проанализировано 50 речевых фрагментов):

1. Мобилизационная стратегия

Ключевая цель данной стратегии — побуждение адресата к немедленному действию: покаянию, молитве, вступлению в религиозную общину, принятию решения. Призывная стратегия часто встречается в завершении проповедей и усиливается эмоциональной интонацией, повтором и временными маркерами срочности. Приведем примеры:

"Would you pray with me? Say, 'Lord Jesus, I repent of my sins...!'" - Помолишься со мной? Скажи: «Господь Иисус, я каюсь в своих грехах...» (https://www.youtube.com/watch?v=hybbKSS_Ul4&t=12s)

"Can you say 'Amen'? Shout this with me: 'Timing is everything!'" Shout it again: "Timing is everything!" «Можешь сказать: «Аминь»? Крикни это вместе со мной: «Время — это всё!» Крикни ещё раз: «Время — это всё!» (<https://www.youtube.com/watch?v=HrwtRU1vMC4>)

«Grab it!» – Схвати это! (<https://www.youtube.com/watch?v=cIMjHVePMyU>)

"Cast your net on the right side of the boat!" - Закиньте сеть с правой стороны лодки! (<https://www.youtube.com/watch?v=egedMZfeQBA>).

В целом, каждый из этих примеров использует различные языковые средства для создания эффекта призыва, вовлечения и мотивации. Важным аспектом данных фраз является использование повелительного наклонения, которое не только побуждает к действию, но и создает атмосферу настоятельности и значимости: *Say, Shout it with me, Grab it, Cast your net*, а также прямое обращение к аудитории. Краткая и лаконичная структура *Grab it!* делает призыв мощным и запоминающимся. Отсутствие дополнительных слов усиливает эффект. Повторение фразы *Timing is everything!* усиливает её значимость и помогает закрепить её в сознании аудитории. Ритмическое повторение также создает эффект запоминания, делая утверждение более выразительным. Приведенные сообщения также ориентированы на прямолинейно-императивное и прагматически направленное общение с массовым адресатом. Содержащийся в них эксплицитно и имплицитно выраженный призыв транслируется при помощи восклицательных и вопросительных предложений. Восклицательные предложения создают атмосферу настоятельности и эмоциональной интенсивности, побуждая слушателей к немедленным действиям. Эти конструкции усиливают риторический эффект, придавая призыву дополнительную значимость и запоминаемость. Вопросительные конструкции служат для вовлечения аудитории в диалог и побуждения к самоанализу. Они заставляют слушателей задуматься о своих действиях и мотивах, создавая ощущение личной ответственности и побуждая к духовному выбору.

2. Утверждающая стратегия

Данная стратегия направлена на безальтернативное утверждение догматов веры. Она использует категорические формулы, апелляцию к сакральному источнику (Библии), повторение и гиперболизацию. Утверждающая стратегия в религиозном дискурсе служит для укрепления веры, создания чувства общности и поддержки, а также для вдохновения слушателей на духовный рост и преодоление трудностей. Рассмотрим примеры утверждающей стратегии:

«And remember, God loves you.» «И помни, Бог любит тебя.» (https://www.youtube.com/watch?v=gou_VAlzmAY&pp=ygUHc2VybW9ucw)

"There is nothing that you do that God is not interested in." – «Ничего в твоей жизни, что не интересовало бы Бога» (<https://www.youtube.com/watch?v=egedMZfeQBA>).

«And what I want you to know, and hear, and feel, and believe, is that you are not alone in what you're going through at this moment.» «И я хочу, чтобы ты знал, и слышал, и почувствовал, и поверил: ты не один в том, через что проходишь сейчас» (<https://www.youtube.com/watch?v=S>)

WICPIAy108&pp=ygUHc2VybW9ucw=)

«Well, God is good, and God is strong. God is great and God is good...» «Бог есть благо и Бог — силен. Бог велик, и Бог есть благо» (<https://www.youtube.com/watch?v=cIMjHVePMyU>).

“Your miracle will come to pass.” «Твоё чудо непременно свершится» – (<https://www.youtube.com/watch?v=HrwtRU1vMC4>).

Приведенные примеры демонстрируют использование разнообразных языковых приемов, которые способствуют формированию мощного и вдохновляющего сообщения. Ключевым элементом данных выражений является использование лаконичных утвердительных синтаксических конструкций, выражающих уверенность и достоверность фактов, что позволяет сделать вывод, о том, что основная функция утверждающей стратегии в религиозных проповедях заключается не столько в передаче информации, сколько в утверждении сакральной истины и формировании у слушателя ощущения завершённого знания и эмоциональной устойчивости. Структурные элементы, такие как параллелизм, наблюдающийся во фразе ‘*God is good and God is strong*’, создают ритмическую и фонетическую симметрию, что усиливает запоминаемость и воспринимаемость сообщения. Повторение схожих грамматических конструкций ‘*God is*’ делает сообщение более запоминающимся и мелодичным. Многократное повторение глаголов с семантикой восприятия, чувств ‘*know, and hear, and feel, and believe*’ способствует усилению эмоциональной вовлеченности слушателей. Также следует отметить наличие избыточной положительной, эмоционально насыщенной лексики *loves, good, strong, great, miracle*, что также помогает установить глубокую связь с аудиторией. Эти слова создают ощущение надежды и утешения.

3. Стратегия соучастия.

Данная стратегия играет ключевую роль в формировании чувства принадлежности и единства в религиозном сообществе. Она создает атмосферу, в которой каждый участник может почувствовать себя частью чего-то большего, что способствует духовной общности и укрепляет связи между людьми. Часто используется в начале или кульминации проповеди для усиления идентификации слушателей с говорящим и с общими ценностями. Рассмотрим примеры стратегии соучастия:

«We all have dreams placed in our heart by God.» - У всех нас есть мечты, вложенные Богом в наше сердце (https://www.youtube.com/watch?v=hybbKSS_Ul4&t=12s).

“We must know our season and our timing” - Мы должны знать свой час, своё время. (<https://www.youtube.com/watch?v=HrwtRU1vMC4>)

“Touch your neighbor and say, ‘Handle it!’ « - Коснись соседа и скажи: «Справься с этим!»» (<https://www.youtube.com/watch?v=cIMjHVePMyU>)

«...God has used this house to change our lives and impact our lives and used this ministry to change us and shape us.» - «...Бог использовал этот дом, чтобы изменить наши жизни и повлиять на них, и использовал это служение, чтобы преобразить и сформировать нас» (<https://www.youtube.com/watch?v=izXosRxJxIE&pp=ygUHc2VybW9ucw==>).

«Our Heavenly Father desires that all of us have peace” - «Наш Небесный Отец желает, чтобы каждый из нас обрёл мир» (<https://www.youtube.com/watch?v=rvl9lwXXY8g&pp=ygUHc2VybW9uc9IHCQmECQGHKiGM7w==>).

Вышеприведенные примеры очень ярко демонстрируют как язык может способствовать созданию чувства принадлежности и единства в сообществе. Употребление местоимений *we, we all, our, us, all of us* создает ощущение общности и коллективной ответственности, вовлекая всех слушателей в обсуждение и процесс. На укрепление единства слушающих направлено также употребление лексем с семантикой *дом, сообщество this house, this ministry*. Приглашение к действию в «*Touch your neighbor and say, ‘Handle it!’*» способствует интерактивности и активному участию, создавая атмосферу взаимопомощи и ободрения. Использование метафорических образов *We all have dreams placed in our heart by God* (мечты, помещенные в наше сердце Богом) символизируют внутренние стремления и надежды людей, а также личную связь и единение с высшей силой. Образное выражение *our Heavenly Father* придаёт высказыванию семейно-общинный характер, усиливая чувство принадлежности и защищённости.

4. Молитвенная стратегия

Молитвенная стратегия занимает центральное место в религиозном дискурсе и играет важную роль в различных жанрах, таких как проповедь, литургия, молитвенные собрания и духовные наставления. Включение элементов молитвы в медиатекст выполняет функцию сакрализации ситуации, восстановления контакта между человеком и Божественным. Часто она звучит как кульминация проповеди или её финальный аккорд.

Рассмотрим примеры молитвенной стратегии:

«Holy God, in you alone we find safety and shelter» - Святой Бог, в Тебе одном мы находим безопасность и убежище (<https://blogs.elca.org/worship/8754/>).

«Lord Jesus, help me follow your example by entering into my inner room where I may listen to the voice of silence» - «Господь Иисус, помоги мне войти в мою внутреннюю комнату и слушать голос тишины» (<https://www.episcopal-church.or>).

Thank you for this new day! May the light of your presence, O God, set our hearts on fire with love for you – Спасибо Тебе за этот новый день! Пусть свет Твоего присутствия, о Боже, воспламенит наши сердца любовью к Тебе (<https://www.churchofengland.org/faith-life/everyday-faith/everyday-faith-life>).

day-prayers).

«When you pray and ask god for wisdom, pray with a clean heart» - «Когда ты молишься и просишь Бога о мудрости, молись с чистым сердцем» (<https://www.youtube.com/watch?v=r9nEu2iM7DY&pp=ygUHc2VybW9ucw==>).

«I thank you for what You are about to do. In Jesus' name, we pray. Somebody shout, «Amen!» - «Благодарю Тебя за то, что Ты собираешься совершить. Во имя Иисуса мы молимся. Пусть кто-нибудь воскликнет: «Аминь!»» (<https://www.youtube.com/watch?v=HrwtRU1vMC4>).

Приведенные примеры ярко указывают на тот факт, что языковая реализация молитвенной стратегии насыщена метафорическими образами: *in you alone we find safety and shelter, by entering into my inner room, the voice of silence, set our hearts on fire with love for you, the light of your presence*, что делает молитвенный контекст более выразительным и глубоким. Данные метафоры создают образ защиты и безопасности, как физического, так и духовного укрытия, символизируют место уединения и тишины, где человек может сосредоточиться на молитве и внутреннем диалоге с Богом, актуализируют искренность и внутреннюю чистоту молящихся, что подчеркивает важность моральной и духовной подготовки перед молитвой. Метафоры в молитвах помогают передать сложные духовные идеи и эмоции, а также создают яркие образы, которые могут легко восприниматься и запоминаться. Молитвенная стратегия реализуется в виде искреннего обращения к Богу: *Holy God, Lord Jesus, O God*. Молитвенный текст также изобилует молитвенными глагольными конструкциями: *I pray, we pray, help me/us, forgive us, give us, guide us*, глагольными формами в императивном наклонении *bless us, help me*. Также характерно чередова-

ние индивидуальных и коллективных форм *I pray / we pray*, что усиливает как личную вовлечённость, так и групповую идентичность слушателей. Таким образом, молитвенная стратегия, основанная на искреннем обращении к Богу, выражении благодарности и восхвалении, становится мощным инструментом для духовного роста и укрепления связи с Божественным.

Резюмируя все выше сказанное, можно отметить, что религиозный дискурс является динамичным и многогранным явлением, направленное на описание и интерпретацию аспектов религиозного мировоззрения, включая его ценности, нормы, идеи, мифы и нарративы. Разнообразие языковых средств, применяемых в религиозном дискурсе, несомненно, обогащает его с эстетической точки зрения, делая его одним из наиболее лексически насыщенных и стилистически выразительных. В рамках данного исследования на материале текстов современных англоязычных проповедей были выявлены и проанализированы 4 стратегии: мобилизационная, утверждающая, стратегия соучастия и молитвенная. Каждая из них выполняет ключевую функцию в религиозной коммуникации: мобилизационная стратегия мобилизует волю адресата и активизирует побуждение к действию, опираясь на повелительные формы и риторические структуры срочности, стратегия соучастия реализует механизм групповой идентификации и сопричастности, создавая «мы-пространство» веры; утверждающая стратегия закрепляет догматические истины, создавая эффект непреложности и сакральной непрерываемости высказывания; молитвенная стратегия формирует сакральный речевой акт обращения к Богу с перформативной, психорегулирующей и апеллятивной функцией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е.Е. Религиозный дискурс: функциональный и антропологический аспекты: монография. М.: ФГБОУ ВО МГЛУ, 2019.
2. Бейлинсон Л.С. Профессиональный дискурс как предмет лингвистического изучения // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2009. №1.
3. Бобырева Е.В. Теория дискурса: религиозный дискурс: учебник // – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2023. – 226 с.
4. Борисова И.Н. Категория цели и аспекты текстового анализа / И.Н. Борисова // Жанры речи: Вып. 2. Саратов: Колледж, 1999. – 300 с.
5. Демьянков В.З. Прагматические основы интерпретации высказывания / В.З. Демьянков // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. – 1981. – Т. 40, № 4. – С.
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Издание 5-е. – Москва: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
7. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. /
8. Карасик В.И. Структура институционального дискурса / В.И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации: Межвузовский сборник научных трудов. – Саратов: Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, 2000. – С. 25–33.
9. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и институтов. М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. — 320с.
10. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2010. №12 (83).
11. Лейчик В.М. Терминоведение: предмет, методы, структура. М.: ЛИБРОКОМ, 2007.
12. Манаенко Г.Н. Значения «Мира текста» как основа «Мира дискурса» // Вестник ННГУ. 2010. №4–2.
13. под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.
14. Прилуцкий А.М. Семиотическое пространство религиозного дискурса как предмет религиоведческого исследования: Автореф. дисс. ... д-ра филос. наук. СПб., 2008.
15. Сковородников А.П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика. Лингвистика. 2004. Вып. 5. С. 5–11.

16. Степанов Ю.С. Язык и метод. К современной философии языка. М.: Языки русской культуры, 1998. — 784 с.
 17. Ушакова Т.Н., Зачесова И.А., and Павлова Н.Д. Речь человека в общении / Т.Н. Ушакова, Н.Д. Павлова, И.А. Зачесова. Москва.: Наука, 1989.
 18. Янко Т.Е. Коммуникативные стратегии русской речи / Т.Е. Янко. — Москва: Языки русской культуры, 2001. — 386 с.
 19. Dijk T.A. van. Discourse as structure and process. N.Y.: Sage, 1997. 356 p.
 20. Dijk T.A. van. Handbook of discourse analysis: 3-volume edition. Amsterdam: Academic Press, Inc., 1985. Vol. 3. Discourse and dialogue. 218 p.
 21. Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. University of Chicago Press, 2003. 191 p.
 22. Fitzgerald T. The ideology of religious studies. N.Y.: Oxford University Press, 2000.
-

© Паульзен Наталья Сергеевна (alla_po@mail.ru), Унрау Алексей Викторович (unrau93@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»