



DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-4-1044-1061

УДК 811.161.1'42:271.2:27-475.5:070:004.738.5


Научная статья / Research article

## Языковые и стилистические особенности православной медиапроповеди

А.С. Макарова  

Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет,  
127051, Российская Федерация, г. Москва, Лихов пер., д. 6

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,  
117997, Российская Федерация, г. Москва, Стремянный пер., д. 36

 aleste\_63@mail.ru

**Аннотация.** Представлен анализ языковых и стилистических особенностей православной медиапроповеди известного священника Димитрия Смирнова, размещенной в его мультимедийном блоге. Исходя из проблематики научной работы, исследование базируется на трудах ведущих отечественных и зарубежных медиалингвистов и специалистов в области изучения жанра проповеди. Показано, что креативная работа с лексическим и фразеологическим фондами литературного языка посредством семантических преобразований актуализируется через появление новых коннотаций, семантических неологизмов, трансформированных фразеологических единиц, что в результате приводит к обновлению и усилению языковой экспрессии и способствует достижению лингвопрагматических целей проповедника. Жанр проповеди обладает конкретными языковыми особенностями: традиционное обращение к аудитории в начале проповеди и традиционное ее завершение, большое количество именовании Иисуса Христа, упоминание библейских прецедентных имен и топонимов, имплицитная и эксплицитная цитация текстов Священного Писания и др. При работе с проповедническим медиаконтентом обнаружены два микровывода и один общий вывод, который подводит итог всей проповеди, что свидетельствует о четко выстроенной речевой стратегии, преследующей конкретные лингвопрагматические цели: донести до аудитории главные евангельские смыслы, связанные с Христовым Воскресением. Продуманная речевая стратегия и тактика проповедника целенаправленно акцентируют внимание аудитории на важных христианских вопросах, через которые реализуется миссионерская функция православного медиадискурса.

**Ключевые слова:** православный медиадискурс, медиапроповедь, лингвопрагматика, языковые особенности, медиатекст

### История статьи:

Дата поступления: 30.06.2022

Дата приема в печать: 15.09.2022

© Макарова А.С., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

**Для цитирования:**


Макарова А.С. Языковые и стилистические особенности православной медиапроповеди // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 1044–1061. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-1044-1061>

## Language and Stylistic Features of the Orthodox Media Sermon

Alexandra S. Makarova  

St. Tikhon's Orthodox University,  
6, Likhov per., Moscow, Russian Federation, 127051

Plekhanov Russian University of Economics,  
36, Stemyanny per., Moscow, Russian Federation, 117997

 este\_63@mail.ru

**Abstract.** The author presents an analysis of the linguistic and stylistic features of the Orthodox media sermon of the famous priest Dimitry Smirnov, posted on his multimedia blog. Based on the problems of scientific work, the study is based on the works of leading and foreign media linguists and experts in the field of studying the genre of sermon. It is shown that creative work with the lexical and phraseological funds of the literary language through semantic transformations is updated through the emergence of new connotations, semantic neologisms, transformed phraseological units, which as a result leads to the renewal and strengthening of linguistic expression and contributes to the achievement of the linguo-pragmatic goals of the preacher. The genre of the sermon has specific linguistic features: the traditional address to the audience at the beginning of the sermon and its traditional completion, a large number of names of Jesus Christ, the mention of biblical precedent names and toponyms, implicit and explicit citation of the texts of Holy Scripture, etc. When working with preaching media content, two micro-conclusions were found and one general conclusion that sums up the entire sermon, which indicates a clearly built speech strategy that pursues specific linguo-pragmatic goals: to convey to the audience the main gospel meanings associated with Christ's Resurrection. The well-thought-out speech strategy and tactics of the preacher purposefully focus the audience's attention on important Christian issues through which the missionary function of the Orthodox media discourse is realized.

**Key words:** Orthodox media discourse, media sermon, linguistic pragmatics, linguistic features, media text

**Article history:**

Received: 30.06.2022

Accepted: 15.09.2022

**For citation:**

Makarova, A.S. (2023). Language and Stylistic Features of the Orthodox Media Sermon. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(4), 1044–1061. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-1044-1061>

### Введение

Православная проповедь, являясь результатом речетворчества, как любой другой текст, имеет характерные особенности, актуализирующиеся посредством выбора языковых и фразеологических средств, грамматических

средств и конструкций, а также стилистических приемов. Предметом нашего исследования является православная медиапроповедь, которая, помимо характеристик институциональной проповеди, приобретает дополнительные черты, свойственные медиадискурсу, так как она транслируется через современные каналы связи, что, в свою очередь, приводит к значительному расширению аудитории и требует от проповедника соблюдения определенной коммуникативной стратегии и корреляционной речевой тактики, которая, по справедливому замечанию О.С. Иссерс, представляет собой стратегический процесс, зависящий от выбора языковых ресурсов для достижения коммуникативной цели, то есть в процессе коммуникации говорящий принимает определенные решения при передаче сообщения [1].

Язык массмедиа отличает особая языковая гибкость, проявляющаяся в оперативном реагировании на экстралингвистические изменения в обществе, ценность медиатекста состоит в том, что в нем происходит процесс смещения стилистических регистров, обнаруживается авторское креативное использование лексики и фразеологии, выражающееся в семантических преобразованиях, а это приводит к появлению новых коннотаций, появлению словообразовательных и семантических неологизмов, трансформированных фразеологизмов-окказионализмов и, в итоге, к обновлению языковой экспрессии. «Именно в медиатексте, оперативно реагирующем на изменения в жизни общества, <...> намечаются изменения семантической структуры и стилистической окраски отдельных слов и выражений, обнаруживается специфика использования лингвистических единиц, относящихся к минувшим и будущим эпохам» [2. С. 180]. В связи с вышеизложенным мы определяем медиапроповедь как «тип речевой коммуникации, который является стратегическим процессом, базирующимся на выборе оптимальных языковых ресурсов <...>, это медиажанр, включающий в себя вербальный и аудиовизуальный компоненты в зависимости от медиаканала, призванный распространять христианское вероучение, отличающийся тематической амбивалентностью (Небесное vs земное), двуединством, через который реализуется миссионерская функция, одна из существенных форм многогранного пастырского служения в Христовой Церкви» [3. С. 237].

### **Постановка проблемы и методология исследования**

Мы исходим из того, что «<...> если, согласно комплексному подходу в определении дискурса, под ним понимается сложный коммуникативный феномен, включающий все экстралингвистические факторы, которыми сопровождается общение (адресант и адресат, канал распространения и получения информации, лингвокультурологический и социальный фон и т.д.)» [4. С. 108], то медиадискурс рассматривается как речетворчество в сфере

массмедиа, а медиапроповедь соединяет в себе языковое новаторство (особенность медиадискурса) и тенденцию сохранения языковых традиций (особенность религиозного дискурса) в большей степени, чем любой другой медиатекст.

В связи с этим типы православной проповеди с точки зрения теории дискурса распределяются следующим образом:

1. проповедь, произнесенная в храме (институциональная);
2. проповедь, произнесенная в храме и затем выложенная в интернете (институциональная с использованием современных каналов связи);
3. проповедь, записанная в студии, на радио или в другом месте специально для интернет-пространства (речь проповедника, транслируемая при помощи современных каналов связи).

Таким образом можно классифицировать второй и третий тип проповеди как *медиапроповедь*, потому что главной отличительной чертой подобной проповеди становится канал ее распространения. Из выделенных типов православной проповеди только второй тип проповеднического обращения соединяет характерные черты первой и третьей, являясь *гибридной*, имеющей промежуточный характер по отношению к остальным.

Анализ православного медийного контента базируется на трудах современных медиалингвистов: Н.Ф. Алефиренко [5]; Т.Г. Добросклонская [6], Е.В. Генералова [2]; S. Gajda [7]; Т.А. van Dijk [8] и др.) и ученых, посвятивших свои исследования жанру религиозной проповеди: Т.В. Ицкович [9]; А.Ю. Малафеев [10]; И.В. Петрушко [11]; О.А. Прохватилова [12] и др.).

## **Анализ эмпирического материала**

Рассмотрим языковые особенности обозначенного типа медиапроповеди. В качестве эмпирического материала нами взята проповедь протоиерея Димитрия Смирнова, произнесенная им в храме на Светлую Седмицу 3 мая 1989 года и представленная в печатном формате в мультимедийном блоге священника в интернет-пространстве [13]. Формат данной медиапроповеди имеет два варианта: обычный печатный текст и текст, бегущий в кадре, как если бы это была аудиозапись. В этом же кадре размещена фотография священника Димитрия Смирнова (рис. 1), относящаяся к тому времени, и представляющая собой визуальный или медийный компонент данного медиаконтента в силу того, что «структура медиатекстов неоднородна, чаще всего они состоят из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам)), где основными компонентами вербальной части являются слоган-подпись, а иконическая часть представляет собой рисунок, фотографию, таблицу и т.д.» [14. С. 74]. Мы сохранили пунктуацию текстов мультимедийного блога священника.

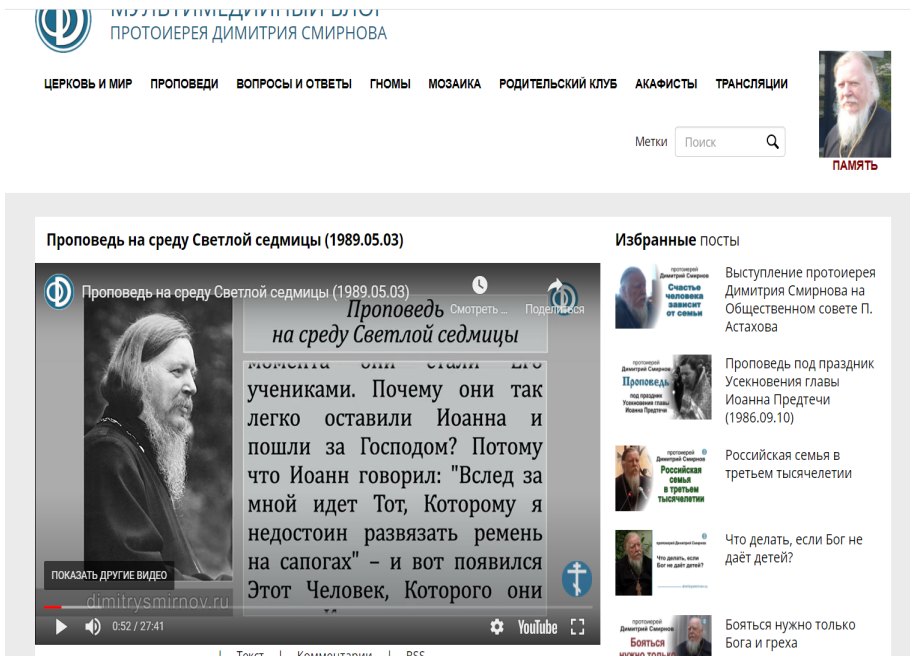


Рис. 1. Скриншот страницы мультимедийного блога Димитрия Смирнова /

Fig. 1. Screenshot of Dimitri Smirnov's multimedia blog page

Выбранная Пасхальная проповедь имеет особую тематическую доминанту, соответствующую религиозному празднику и вербализующуюся посредством библеизма *Царствие (Царство) Небесное*, и семантизацию (авторское понимание значения) — *Царство Христа, дом Божий*. Обратимся к сайту *Азбука веры*, чтобы уточнить, что понимается под Царствием Небесным в православном христианстве:

«Царство Божие 1) — Царство Небесное, область обитания светлых ангелов и почивших о Господе святых (людей); 2) Церковь Христова; 3) действие благодати Святого Духа в уверовавшем в Иисуса Христа человеке; 4) (иногда) весь мир, как находящийся под властью Надмирного Царя, Бога» [15].

«Царствие (Царство) Небесное — кому. Устар. Высок. Выражение, употребляемое при пожелании покойному загробной жизни в раю» [15. С. 357].

«Библейский словарь» на сайте *Азбука веры* приводит подробное разъяснение понятия Царство небесное: «Это выражение встречается только у ев. Матфея и косвенно — в пророчестве Даниила о том не людьми, но «Богом небесным» созданном царстве, которое разрушит все земные и будет существовать вечно (Дан. 2, 34 и 44). Следовательно, «небесное царство» значит то же, что «Царство Божие», только это выражение обращает наше внимание в особенности на то, что центр царства в небе (где Божий престол), и что оно приходит с неба (Ис. 64, 1. Мф. 4, 17. Иоан. 18, 36)» [17].

Тематика медиапроповеди определена событийно: празднованием Пасхи Христовой, лейтмотивом которой является дарование Царствия Небесного людям через Воскресение Христово, чем можно объяснить повторение библеизма *Царствие Небесное* 30 раз, так как разъяснение празднуемого события требует от говорящего многократного повторения лексем и библеизмов, связанных с темой проповеднического обращения. Например, в следующем контексте медиапроповеди этот библеизм употреблен 6 раз с целью разъяснения и толкования смысла христианской жизни: «<...> *Потому что совсем не всем нужно Царство Небесное. <...> могу утверждать, положив руку на сердце, что многие ходят в храм не ради Царствия Небесного. Даже не задумываются о нем, не хотят познать Истину, приблизиться к Богу, стать учениками Спасителя*» или в этом: «Он однажды сказал: „Ищите прежде всего Царствия Небесного, а остальное все приложится вам“. И каждый раз мы должны задавать себе этот вопрос: а ищем ли мы Царствия Небесного, желаем ли мы войти в дом Божий? <...> А жизнь Царствия Небесного мне несвойственна, потому что я грешный. Поэтому мне надо очень многое в себе преодолеть. Если мы хотим Царствия Небесного, нам надо преодолеть инерцию нашей плоти, превозмочь свою душевность, переделать свою жизнь на духовный лад».

Как жанр проповедь отличают следующие языковые особенности: традиционное обращение к аудитории в начале проповеди и традиционное ее завершение, частотное употребление именовании Господа Иисуса Христа, упоминание библейских прецедентных имен и топонимов, имплицитная и эксплицитная цитация текстов Священного Писания и пр.

В рассматриваемой медиапроповеди обнаруживаются все перечисленные особенности. Начало проповеди «*Христос воскрес!*» на церковнославянском языке традиционно для праздника Воскресения Христова, как и ее завершение «*Аминь!*». Данная проповедь, произносимая на ночной литургии, довольно длинная, что свидетельствует в первую очередь о том, что обращена она к пастве, то есть прихожанам, посещающим храм регулярно. Большое число именовании Иисуса Христа и Бога-Отца объясняется праздничной тематикой проповеди и преследует лингвопрагматические цели: донести до аудитории главный смысл Пасхи Христовой — Воскресение Сына Божия, свидетельствующее о том, что приблизилось Царствие Небесное. Для донесения главного смысла проповеди священник использует не только лексемы *Господь* 23 раза, *Бог* — 18, *Христос* — 9, *Иисус* — 3, Святой Дух — 1, но и другие именовании Христа, которые являются перифразами и библейскими метафорами, представленными единичным употреблением: *Спаситель*; *Истина*; *Агнец Божий*; *Сын Божий*; *Учитель*, *Хлеб*, *сшедый/сходящий с Небес*; *Этот Человек*; *Любовь*, *Красота*.

Вторая черта, характерная для православного дискурса, — высокая частотность прецедентных библейских имен: в этой проповеди священник

упоминает несколько раз апостолов *Петра, Филиппа, Нафанаила, Андрея, Иоанна* и *Иакова*, именуя двух последних *сынами Громовыми*, как назвал их Иисус Христос; также встречаются следующие прецедентные имена: *апостол Павел, Иуда Искариот*, оба именованья последнего ветхозаветного пророка *Иоанн Креститель/Иоанн Предтеча*, ветхозаветный патриарх *Авраам*. Мы разделяем мнение Е.А. Нахимовой, что «прецедентные имена — это широко известные имена собственные, которые используются в тексте не столько для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и др.), сколько в качестве своего рода культурного знака, символа определенных качеств, событий, судеб» [18. С. 4].

Тематика проповеди диктует священнику использовать и библейские топонимы для авторитетности и исторической правдивости излагаемого повествования, это *Галилея, Иудея, Самария* и *Назарет*. С той же целью упоминаются *Церковь* (9 раз), *Евангелие* (6 раз), *Псалтирь* и *Священное Писание* (1 раз). Помимо всего перечисленного стоит отметить употребление относительного прилагательного *Христов* в словосочетаниях, восходящих к текстам Евангелия: *ученики Христовы* (5 раз), *заповеди Христовы* и *Святые Христовы Тайны*. Такое употребление свидетельствует о том, что, помимо функций, свойственных в целом медиадискурсу, православный медиадискурс обладает особой функцией — миссионерской, «ее специфике уделяется особое внимание, что напрямую связано с духовно-нравственным состоянием современного общества. Эта важная функция наиболее успешно реализуется в православной медиапроповеди благодаря возможностям канала распространения (интернет, телевидение, радио), которые выводят ее на другой уровень религиозной коммуникации» [11. С. 130].

Для медиадискурса священника характерно смешение стилистических регистров, что проявляется на лексическом уровне языка. Так, нами обнаружены глаголы *сподобиться* (устар.) [19. Т. 4. С. 227], *сострадать* (книжн.) [19. Т. 4. С. 210], *вожделеть* (книжн.) [19. Т. 1. С. 196], *страждать* (устар., книжн.) = *страдать* [19. Т. 4. С. 280], *алкать* (устар., высок.) [19. Т. 1. С. 32], *дерзать* (высок., книжн.) *делать что-л.* [19. Т. 1. С. 390], имена существительные *матершинник* — *материцина* (разг., сниж.) [19. Т. 2. С. 237], *рознь* (разг.) [19. Т. 3. С. 727], *немоць* (разг.) [19. Т. 2. С. 455], *благодать* (высок. и разг.) [19. Т. 1. С. 93], *бренность* (книжн.) [19. Т. 1. С. 115], *погибель* (разг., разг.-сниж., нар.-разг.) [19. Т. 4. С. 280], *алчба* (устар.) [19. Т. 1. С. 33], а также восходящие к богослужебным текстам словосочетания *грядущий Иисус, благой дар, Небо отверсто, пребывать вовек*.

Смешение стилистических регистров является чертой языка современных массмедиа и влияет на лингвопрагматику медиадискурса. Особенно наглядно и ярко в анализируемой медиапроповеди она проявляется в употреблении авторского неологизма просторечного характера *укомфортить*: «*Господь весь мир хочет сделать Своими учениками, но для людей гораз-*

до важней, какая сегодня программа по телевидению, сколько они будут получать денег на работе. <...> Люди стремятся везде острые углы ваткой обложить, все **укомфортить** и вот так жить здесь, на земле, долго». Глагол-неологизм образован по узуальной модели аффиксальным способом от имени существительного *комфорт*, который, символизируя в современном мире цель человеческого существования, придает особую экспрессию медиаконтенту.

Отличительной чертой современного медиадискурса является реализация словообразовательных возможностей языка. Так, проповедник активно употребляет суффиксы субъективной оценки, как правило, для придания контексту иронического, а иногда и саркастического оттенка: «<...> любая бабушка или прабабушка жаждет, чтобы внук или правнук обязательно был крещен <...> Чтобы Господь **ребеночка** защищал <...> А до души **ребеночка** дела никакого нет»; «Поэтому очень многие родители, бабушки, дедушки впадают в панику, если ребенок сломал себе **ножку** <...>»; «Как бывает: есть **цветочки** у огурцов, а завязи нет; **цветочек** отцвел и завял»; «Картофель — **цветочек невзраченький**, а стал основной пищей для огромного, многомиллионного народа»; «И нам совершенно неважно, **розовенькие** у него **цветочки** или **синенькие**»; «Вот так и жизнь наша. Да, мы и **причесочку** хорошую сделаем, и **денежек** накопим, и кое-чего сможем купить, и нас будут уважать, и орденов нам дадут».

В проповеди употребляются фразеологические ресурсы языка, относящиеся к разным стилистическим регистрам, что, как было отмечено выше, свойственно современному медиадискурсу.

Вначале остановимся на цитации священных текстов, которая представлена как эксплицитно, так и имплицитно:

«Стоял Иоанн Предтеча с двумя учениками и, увидев грядущего Иисуса, сказал им: „**Вот Агнец Божий**“ — и они сразу пошли за Иисусом. Он обернулся и спросил: „**Что вы ищете?**“ Они ответили: „**А где Ты живешь?**“ Господь говорит: „**Пойдите посмотрите**“».

Ср.: «И, увидев идущего Иисуса, сказал: **вот Агнец Божий**» [20. 1:36];

«Иисус же, обратившись и увидев их идущих, говорит им: что вам надобно? Они сказали Ему: Равви, — что значит: „учитель“, — где живешь?» [20. 1:38]. «Говорит им: пойдите и увидите. Они пошли и увидели, где Он живёт; и пробыли у Него день тот. Было около десятого часа» [20. 1:39].

«Иоанн говорил: „**Вслед за мной идет Тот, Которому я недостойн развязать ремень на сапогах**“»:

Ср.: «Он-то Идущий за мною, но Который стал впереди меня. Я недостойн развязать ремень у обуви Его» [20. 1:27].

«Потом Филипп позвал Нафанаила. Тот засомневался: **как может пророк появиться из Назарета? Из Галилеи пророк не приходит**. Филипп гово-



рит: „**Пойди и посмотри, убедись собственными глазами**“. И когда он подходил, Господь сказал: „**Вот истинный израильтянин, в котором нет лукавства**“. Нафанаил спросил: „**Откуда Ты меня знаешь?**“ Иисус ответил: „**Прежде, чем тебя позвал Филипп, Я тебя видел под смоковницей**“».

Ср.: «Но Нафанаил сказал ему: из Назарета может ли быть что доброе? Филипп говорит ему: пойд и посмотри» [20. 1:46].

«Иисус, увидев идущего к Нему Нафанаила, говорит о нём: **вот подлинно Израильтянин, в котором нет лукавства**» [20. 1:47].

«Нафанаил говорит Ему: почему Ты знаешь меня? Иисус сказал ему в ответ: **прежде нежели позвал тебя Филипп, когда ты был под смоковницею, Я видел тебя**» [20. 1:48].

«Господь, обратившись к апостолам, обвел их взглядом и спросил: „**Не хотите ли и вы уйти?**“ — Петр, как всегда, за всех выражая общее мнение, сказал: „**А куда нам идти? Ты имеешь глаголы вечной жизни**“»:

Ср.: «Тогда Иисус сказал двенадцати: **не хотите ли и вы отойти?**» [20. 6:67];

«Симон Петр отвечал Ему: Господи! к кому нам идти? Ты имеешь глаголы вечной жизни» [20. 6:68].

«Господь сказал им: „**Вы будете пить чашу, ту, которую Я пью, и вы будете судить двенадцать колен Израилевых, и вы будете на лоне Авраама, вы войдете в Царствие Небесное**“»

Ср.: «**да ядите и пиете за трапезою Моею в Царстве Моем, и сядете на престолах судить двенадцать колен Израилевых**» [20. 22:30].

«Господь и говорит: „**Если ты не возненавидишь отца, мать, жену, детей, ты не можешь быть Моим учеником**“»:

Ср.: «если кто приходит ко Мне и не возненавидит отца своего и матери, и жены и детей, и братьев и сестер, а притом и самой жизни своей, тот не может быть Моим учеником» [20. 14:26].

«Он однажды сказал: „**Ищите прежде всего Царствия Небесного, а остальное все приложится вам**“»:

Ср.: «**Ищите же прежде Царства Божия и правды Его, и это все приложится вам**» [20. 06:33].

«**Блаженны алчущие и жаждущие правды, ибо только они насытятся**»:

Ср.: «**Блаженны алчущие и жаждущие правды, ибо они насытятся**» [20. 05:06].

«Петр сказал: „**Господи, и на смерть за Тобой пойду**“. Господь говорит: „**Петух пропоет, и трижды отречешься от Меня сегодня же ночью**“»:

Ср.: «**Говорит Ему Петр: хотя бы надлежало мне и умереть с Тобою, не отрекусь от Тебя. Подобное говорили и все ученики**» [20. 26:35];

«Иисус сказал ему: истинно говорю тебе, что в эту ночь, прежде нежели пропоет петух, трижды отречешься от Меня» [20. 26:34].

«*„Со дней Иоанна Крестителя Царствие Божие нудится, — сказал Христос, — и только употребляющие усилие восхищают его“*»:

Ср.: «*От дней же Иоанна Крестителя доньне Царство Небесное силою берется, и употребляющие усилие восхищают его, ибо все пророки и закон прорекли до Иоанна*» [20. 11:12].

«*А вот лицемерам фарисеям Он (Иоанн Креститель — А.М.) говорил: „Горе вам!“ И называл их „порождения ехидновы“*»:

Ср.: «*Горе вам, книжники и фарисеи, лицемеры*» [20. 23:13]; «*Увидев же Иоанн многих фарисеев и саддукеев, идущих к нему креститься, сказал им: порождения ехиднины!*» [20. 03:07].

«*Поэтому Господь говорит: знайте, мир вас возненавидит, но прежде возненавидел Меня. Господь говорит: радуйтесь и веселитесь, потому что, когда вы почувствуете ненависть от мира, тогда, значит, вы приблизились ко Христу*»:

Ср.: «*Если мир вас ненавидит, знайте, что Меня прежде вас возненавидел*» [20. 15:18]; «*Радуйтесь и веселитесь, ибо велика ваша награда на небесах: так гнали и пророков, бывших прежде вас*» [20. 05:12].

«*Как апостол Павел говорил: „Я распялся миру“*»:

Ср.: «*А я не желаю хвалиться, разве только крестом Господа нашего Иисуса Христа, которым для меня мир распят, и я для мира*» [21. 06:14].

«*Поэтому Господь так и сказал: „Блудники и прелюбодейцы, мытари предваряют вас в Царствии Небесном“*»:

Ср.: «*Иисус говорит им: истинно говорю вам, что мытари и блудницы вперед вас идут в Царство Божие*» [20. 21:28].

«*<...> будем как прочие человецы*»:

Ср.: «*Яко несмы, якоже прочии человецы, хищницы, неправедницы, прелюбодеи*» [20. 18:11].

Священник прибегает к замене церковнославянизмов на лексемы русско-го языка, не изменяя смысла цитаты, и наоборот:

Ср.: *уйти — отойти; предваряют вас в Царствии Небесном — вперед вас идут в Царство Божие*.

Такая «игра» на лексическом уровне или трансформационные приемы цитат из Священного Писания характерны для православного религиозного дискурса и, как показывает анализ данной медиапроповеди, они присутствуют и в его медийном варианте.

В тексте медиапроповеди нами обнаружены как книжные, так и разговорно-просторечные фразеологизмы:

*Бог знает* (разг.) [16. Т. 1. С. 33];

*положа руку на сердце* (разг. экспрес.) [16. Т. 2. С. 119];

Ср.: «*Большинство людей — не могу сказать сколько, это только Бог знает, — но могу утверждать, положя руку на сердце, что многие ходят в храм не ради Царствия Небесного*»;

дела никакого нет (разг.) [16. Т. 2. С. 28]:

Ср.: «А до души ребеночка **дела никакого нет**»;

на путь истинный направит (книжн. устар.) [16. Т. 2. С. 16]:

Ср.: «Человек совершит что-то может только по благодати Божией.

Будет с тобой благодать — сможешь и мертвого воскресить, и живого **на путь истинный направит**, и ближнему помочь. Не будет с тобой благодати — ничего не сможешь»;

я свою жизнь приношу Богу в жертву / жизнь принесена в жертву (книж.) [16. Т. 2. С. 148];

в знак чего-л. [16. Т. 1. С. 265]:

Ср.: «Когда меня крестили, священник крестообразно постригал мне голову **в знак того, что я раб Божий, в знак того, что я свою жизнь приношу Богу в жертву. А есть ли это? Нет. Моя жизнь принесена в жертву** моим собственным помыслам, моим представлениям; моя жизнь **приносится в жертву** моей семье; я служу своему собственному телу, своему комфорту и своим удовольствиям, а Бог для меня постольку поскольку»;

день и ночь (разг. экспрес.) [16. Т. 1. С. 194]:

Ср.: «Нам надо **день и ночь** просить у Бога, чтобы Он открыл нам наши грехи, дал духовное зрение»;

На все лады [16. Т. 1. С. 342]:

Ср.: Если мы хотим Царствия Небесного, нам надо преодолеть инерцию нашей плоти, превозмочь свою душевность, переделать свою жизнь **на духовный лад**;

палец (пальцем) о палец не ударить (разг. экспрес.) [16. Т. 2. С. 321]:

«А если ты **палец о палец не ударяешь** ради спасения своей души, ради того, чтобы заставить свое окаянное сердце исполнять заповеди Христовы, тогда в твоей жизни нет никакого смысла, это пустоцвет».

Паремиологический фонд русского национального языка представлен трансформом пословицы *Назвался груздем, полезай в кузов* [22. С. 227], преобразованной приемом экспликации за счет введения союза условия *если* — *Если назвался груздем, полезай в кузов*.

Перейдем к анализу стилистических приемов, которыми насыщено Пасхальное обращение. Благодаря употреблению большого количества однородных членов предложения, представляющих собой лексические градации и содержащих семантизацию или авторское объяснение, достигается усиление и обновление экспрессии медиаконтента:

«**Вот мы празднуем Пасху — переход в другой мир. Всю Светлую седмицу не закрываются Царские врата в знак того, что для каждого человека Небо отверсто, открыто. В знак того, что каждый человек, который последует за Христом, захочет увидеть, где же Бог живет, что такое Бог, как Его, Бога, понять, как Его ощутить, как с Ним вообще договориться, вступить в связь**»;

*«И мы можем приобщиться Ему, мы можем соединиться с Ним»; «Наследовать Царство Небесное может только тот человек, который его алчет и жаждет. <...> Поэтому если нет у нас этой алчбы и жажды, мы ничего не достигнем, даже если будем ходить в храм, исповедоваться так понуро, причащаться во что бы то ни стало»;*

*«Человек совершить что-то может только по благодати Божией. Будет с тобой благодать — сможешь и мертвого воскресить, и живого на путь истинный направить, и ближнему помочь»;*

*«Если надел на шею крест, то ты, значит, заявил о своем желании быть христианином, исполнять заповеди Божии»;*

*«Если человек не понимает, в чем он грешен, значит, он ослеплен собственной гордыней, пребывает в погибели»;*

*«Когда меня крестили, священник крестообразно постригал мне голову в знак того, что я раб Божий, в знак того, что я свою жизнь приношу Богу в жертву»;*

*«А почему она так жаждет крестить? Чтобы Господь ребеночка защищал, чтобы у него был ангел-хранитель, чтобы он поменьше болел, чтобы он был получше, попослушней, чтобы с ним было полегче. А до души ребеночка дела никакого нет».*

Отметим, что примеры из медиапроповеди показывают доминирование синонимии с использованием глаголов: *алчет и жаждет; быть христианином, исполнять заповеди Божии; будем ходить в храм, исповедоваться так понуро, причащаться во что бы то ни стало; и мертвого воскресить, и живого на путь истинный направить, и ближнему помочь* и т.д.

В медиапроповеди есть также много примеров употребления антитезы, построенной на противопоставлении и обладающей прагматическим характером. По мнению Л.А. Новикова, употребление «противопоставляемых слов свидетельствует о том, что в ряде случаев такие слова становятся противоположными в силу <...> прагматических свойств языковых единиц. В большинстве своем это употребительные противопоставления образного характера. Это противоположность особого рода — прагматическая» [23. С. 154].

В первом примере автор использует антонимические отношения *большие или маленькие* наравне с противопоставлением *розовенькие или синенькие*:

*«Картофель — цветочек невзраченький <...> И нам совершенно неважно, розовенькие у него цветочки или синенькие, большие или маленькие».*

Следующий отрывок содержит антитезу на базе однокоренных антонимов *мыта или немыта* и *причесан или непричесан*, также антитезу, где на семантику накладывается прагматика *стенка или шкаф* и *золотые коронки или половины зубов нет*:

*«Потому что, когда все болит, уже ни до чего: **мыта посуда или немывта, стенка в доме стоит или шкаф за 35 рублей** — это уже совершенно неважно. Что на себя одеть, как выгляжу, **причесан или непричесан, золотые у меня коронки или половины зубов нет** — это уже не так волнует человека».*

В последнем примере противоположность присутствует опосредованно, она актуализируется через образное противопоставление, благодаря использованию проповедником особых коннотативных свойств данных лексем, что способствует реализации прагматики высказывания.

В рассматриваемом медиаконтенте встречается немало и образных сравнений, связанных с тематикой проповеднического обращения. Первый отрывок содержит лексему, относящуюся к религиозной жизни ветхозаветного Израиля *фарисеи* и прецедентное библейское имя собственное *Иуда Искариот*, ставшее со временем универсальным символом предательства. Данное употребление предполагает наличие фоновых знаний у аудитории:

*«Конечно, они были чище, чем остальные: не были **такими лицемерами, как фарисеи, которые молились напоказ; не были так сребролюбивы, как позже Иуда Искариот; не были так переменчивы, как толпа, которая следовала за Господом**».*

В нижеследующем примере обнаруживается имплицитное цитирование Евангелия на церковнославянском языке, а именно «Притча о фарисее и мытаре»:

*«Если мы это усвоим, то сможем быть учениками Христовыми; если не усвоим — будем **как прочие человецы, и притом окажемся не только отвергнутыми от Царствия Божия, но попадем в гораздо худшее место, чем безбожники**».*

Ср.: «*Два человека вошли в храм помолиться: один фарисей, а другой мытарь. Фарисей, став, молился сам в себе так: Боже! благодарю Тебя, что я не таков, как прочие люди...*» [20. 18: 9–14].

В данных контекстах священник посредством узуальных сравнений прибегает к поучению, реализуя таким образом прагматические цели высказывания:

*«<...> внешнее благочестие без внутреннего содержания **гораздо хуже всякого убийства, гораздо хуже всякого пьянства**»;*

*«что все ученики <...> в своей земной жизни, когда окружали Христа Спасителя, очень много согрешили и, как и мы, были **весьма бестолковы и многого не понимали**»;*

*«Как муж с женой соединяются в любви, так и Церковь соединяется со Христом».*

Медиапроповедь священника построена на вопросно-ответной форме, использование которой продиктовано коммуникативной стратегией говорящего:

*«Господь им обещал, и они этого сподобились. Почему они? Что, они были не как другие люди? Нет, те же кости, те же мышцы, тот же мозг, килограмм шестьсот грамм, ничего особенного в них не было»;*

*«Почему мы не усваиваем ту благодать, которую Церковь нам дает? Потому что мы ей пренебрегаем; мы сами изгоняем из своего сердца Христа и Его благодать своей приверженностью к миру, любовью к нему»;*

*«<...> любая бабушка или прабабушка жаждет, чтобы внук или правнук обязательно был крещен. Спрашивается, почему. Что, она хочет для него Небесного Царствия? Нет, она сама не знает, что это такое, и никогда к нему не стремилась. А почему она так жаждет крестить? Чтобы Господь ребеночка защищал, чтобы у него был ангел-хранитель, чтобы он поменьше болел, чтобы он был получше, попопслушней, чтобы с ним было полегче»;*

*«Приходит человек семидесяти восьми лет и говорит: „Я болею“. А как же не болеть? Ты приближаешься к восьмидесяти, а после восьмидесяти сплошные болезни и дальше — смерть»;*

*«И каждый раз мы должны задавать себе этот вопрос: а ищем ли мы Царствия Небесного, желаем ли мы войти в дом Божий? Для чего я хожу в храм, что я ищу? Почему мне не хочется читать Евангелие каждый день? Вот телевизор я с легкостью смотрю, а Евангелие читаю с трудом. Почему? Потому что телевизор — это родное, плотское, душевное, греховное, похабное; это мне свойственно»;*

*«И многие просто ужаснутся, когда смерть наступит и Господь не впустит их в Царствие Небесное: „Ну как же так? Всю жизнь в церковь ходила <...> И Евангелие у меня есть, даже не одно, и Библия есть, и молитвослов, и Псалтирь; чего только у меня нет, и все это я читала“. И что? И ничего».*

*«Если надел на шею крест, то ты, значит, заявил о своем желании быть христианином, исполнять заповеди Божии. А иначе какой смысл? В церковь ходишь, духовные книги читаешь, крест на себе носишь, а жизнь твоя противоречит всем заповедям Божиим до одной. Тогда кто ты? Лицемер. И это страшная вещь»;*

*«Пусть каждый из нас, придя сегодня домой, подумает: чему посвящена моя жизнь? Когда меня крестили, священник крестообразно постригал мне голову в знак того, что я раб Божий, в знак того, что я свою жизнь приношу Богу в жертву. А есть ли это? Нет».*

Комплексный анализ нижеследующего примера, построенного также на базе вопросно-ответной формы, показал наличие аллюзии на библейскую историю исхода евреев из Египта и их сорокалетнее хождение по пустыне: «„Голубчик, где ж ты ходил 40 лет?“ — „Да все было некогда“», а употребление лексем-маркеров разговорной речи голубчик и некогда привело к возникновению стилистического диссонанса.

Вопросно-ответная форма медиапроповеди содержит пять вопросов, начинающихся с вопросительного наречия *почему*, а из восьми контекстов часть вопросов представляют собой стилистический прием — риторический вопрос, который служит для выражения авторской позиции или способствует обострению полемики. Такие вопросы преобразуют монологическую форму проповеди в сокровенный диалог, при помощи которого активизируется внимание слушающих. Таким образом люди приглашаются к участию в разговоре, к сопереживанию и размышлению над тем или иным евангельским смыслом.

В проповедническом медиатексте нами обнаружены два микровывода, что свидетельствует о четко выстроенной речевой стратегии, преследующей лингвопрагматические цели: *«Вот в этом, собственно, и заключается смысл духовной жизни и смысл нашего празднования Пасхи»* и *«Следовательно, с нас спрос совершенно другой»*, сама же медиапроповедь заканчивается общим выводом, подводящим итог всему сказанному: *«Так и в духовной жизни: важно не то, как мы выйдем, сколько мы получаем, где живем, — все это внешнее неважно. Главное — что там сокрыто внутри, есть ли там жажда Царствия Небесного. Если этого нет, то все пусто, все бессмысленно, все увянет. Вот об этом нам Церковь и говорит каждый день, об этом, собственно, и сегодняшнее Евангелие»*.

## Заключение

Анализ православной медиапроповеди показал, что данный медийный контент имеет все особенности проповеднического медийного жанра: традиционные приветствие и завершение; большое количество наименований Господа Иисуса Христа, упоминание библейских и евангельских имен собственных и исторических топонимов; цитация Священного Писания. Однако, представляя собой авторский проповеднический текст, рассмотренная медиапроповедь обладает определенными отличительными чертами, свойственными речетворчеству конкретного священника, который является ее автором: частое употребление суффиксов субъективной оценки, использование однородных членов предложения в лексических градациях и сравнительных оборотах, вопросно-ответная форма построения проповеди с преобладанием риторических вопросов. Креативность автора, как и его речевая стратегия, проявляются в использовании трансформированных устойчивых оборотов (фразеологизмы и поговорки), образных сравнений, в введении в речь неологизмов разговорно-просторечной окраски. Таким образом автор умело и целенаправленно акцентирует внимание аудитории на важных христианских смыслах, что

свидетельствует о лингвопрагматической направленности православной медиапроповеди и реализует одну из главных функций православного медиадискурса — миссионерскую.

### Библиографический список

1. *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: дис. ... д-ра филолог. наук. Омск, 1999. Режим доступа: <https://cheloveknauka.com/kommunikativnye-strategii-i-taktiki-russkoj-rechi> (дата обращения 20.07.2022).
2. *Генералова Е.В.* Медиаатекст как отражение динамических хронологических изменений в лексике и фразеологии // *Медиалингвистика*. 2021. № 8 (2). С. 180–192.
3. *Макарова А.С.* Семантика и прагматика языковых единиц православной медиапроповеди // *Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы XI Междунар. науч. конф., Челябинск, 7–9 апр. 2022 г.: в 2 ч. Ч. 1 / отв. ред. Л.А. Нефедова*. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2022. С. 236–239.
4. *Макарова А.С.* Роль визуального компонента в православном медиадискурсе // *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки*. 2021. № 7 (73(1)). С. 108–117.
5. *Алефиренко Н.Ф.* Медиадискурс и его коммуникативно-прагматическая сущность // *Медиалингвистика*. 2016. № 1 (11). С. 49–57.
6. *Добросклонская Т.Г.* Массмедийный дискурс как объект научного описания // *Научные ведомости*. Серия: Гуманитарные науки. 2014. № 13 (184). Выпуск 22. С. 181–187.
7. *Gajda S.* Nowe media w perspektywie lingwistycznej // *Styl — dyskurs — media / red. В. Bogolebska, M. Worsowicz*. Łódź, 2010.
8. *Van Dijk T.A.* Political discourse and ideology // *Ethnolinguistics*. 2013. Iss. 15.
9. *Ицкович Т.В.* Аксиологические аспекты современных лингвистических исследований. Тезисы докладов Второго международного научного семинара / под ред. Ю.Н. Михайловой. Екатеринбург: Издательский Дом «Ажур», 2017. С. 19–21.
10. *Малафеев А.Ю.* Современная православная проповедь и общественная лекция: лексика и прагматика // *Вестник Сургутского государственного педагогического университета*. 2013. № 5 (26). С. 37–42.
11. *Петрушко И.В.* Интегративная модель коммуникативного события православной проповеди: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01, 10.02.19. Тверь, 2018.
12. *Прохватилова О.А.* Аксиологический потенциал современной православной миссионерской проповеди // *Аксиологические аспекты современных филологических исследований: тезисы докладов Международной научной конференции (УрФУ, 15–17 октября 2019)*. Екатеринбург: Ажур, 2019. С. 47–48.
13. Мультимедийный блог протоиерея Димитрия Смирнова. Режим доступа: <http://www.dimitrysmirnov.ru/blog/proproved-105611/> (дата обращения 10.04.2022).
14. *Макарова А.С.* Особенности иронического контента в православном медиадискурсе // *Известия Смоленского государственного университета (СмолГУ)*. 2020. № 4 (52). С. 71–86. <https://www.10.35785/2072-9464-2020-52-4-86-101>
15. *Азбука веры*. Режим доступа: <https://azbyka.ru/carstvo-bozhie-nebesnoe> (дата обращения: 16.06.2022).
16. *Фразеологический словарь русского литературного языка: в 2 т. / сост. А.И. Фёдоров*. М.: Цитадель, 1997.
17. *Библейский словарь*. Режим доступа: <https://azbyka.ru/otechnik/Spravochniki/biblejskij-slovar-gesc/662> (дата обращения: 26.08.2022).
18. *Нахимова Е.А.* Прецедентные имена в массовой коммуникации: монография. Екатеринбург, 2007.
19. *Словарь русского языка: в 4 т. : под ред. А.П. Евгеньевой*. М., 1981–1984.



20. Евангелие от Иоанна, Луки, Матфея. Режим доступа: <http://bible.optina.ru/> (дата обращения: 23.04.2022).
21. Толкования Священного Писания. Режим доступа: <http://bible.optina.ru/new:gal:06:14> (дата обращения 30.04.2022).
22. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г., Николаева Е.К. Большой словарь русских пословиц. М.: ОЛМА Медиа Групп, 2010.
23. Новиков Л.А. Антонимия в русском языке (Семантический анализ противоположности в лексике). М.: МГУ, 1973.

## References

1. Issers, O.S. (1999). *Communication strategies and tactics of Russian speech* [dissertation]. Omsk. 1999. URL: <https://cheloveknauka.com/kommunikativnye-strategii-i-taktiki-russkoy-rechi> (accessed: 20.07.2022). (In Russ.).
2. Generalova, E.V. (2021). Media text as a reflection of dynamic chronological changes in vocabulary and phraseology. *Media Linguistics*, 8(2), 180–192. (In Russ.).
3. Makarova, A.S. (2022). Semantics and pragmatics of linguistic units of orthodox media HOSPITAL. In: *Slovo, vyskazyvanie, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom i kul'turologicheskom aspektah*, L.A. Nefedova (Ed.). Chelyabinsk. pp. 236–239. (In Russ.).
4. Makarova, A.S. (2021). Role of the visual component in orthodox media discourse. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki*, 7(73), 1, 108–117. (In Russ.).
5. Alefirenko, N.F. (2016). Media discourse and its communicative-pragmatic entity. *Media Linguistics*, 1(11), 49–57. (In Russ.).
6. Dobrosklonskaya, T.G. (2014). Mass media discourse as an object of scientific description. *Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities Sciences*, 13(184), 22, 181–187. (In Russ.).
7. Gajda, S. (2010). Nowe media w perspektywie lingwistycznej. In: *Styl — dyskurs — media*, B. Bogołębska, M. Worsowicz (eds.). Łódź. (In Polish).
8. Van Dijk T.A. (2013). Political discourse and ideology. *Ethnolinguistics*, 15.
9. Ickovich, T.V. (2017). Axiological aspects of modern linguistic research. In: *Tezisy докладov Vtorogo mezhdunarodnogo nauchnogo seminara*, Yu.N. Mihajlova (Ed.). Ekaterinburg: Azhur publ. pp. 19–21. (In Russ.).
10. Malafeev, A.Yu. (2013). A modern Orthodox sermon and a public lecture: lexis and pragmatics. *Surgut State Pedagogical University Bulletin*, 5(26), 37–42. (In Russ.).
11. Petrushko, I.V. (2018). *An Integrative Model of the Communicative Event of the Orthodox Sermon* [dissertation]. Tver'. (In Russ.).
12. Prohvatilova, O.A. (2019). Axiological potential of modern Orthodox missionary preaching. In: *Aksiologicheskie aspekty sovremennyh filologicheskikh issledovanij: tezisy докладov*. Ekaterinburg: Azhur publ. pp. 47–48. (In Russ.).
13. Multimedia blog of Dimitri Smirnov. URL: <http://www.dimitrysmirnov.ru/blog/propoved-105611/> (accessed: 10.04.2022). (In Russ.).
14. Makarova, A.S. (2020). Features of Ironic Content in the Orthodox Media Discourse. *Izvestia of Smolensk State University*, 4(52), 71–86. <https://doi.org/10.35785/2072-9464-2020-52-4-86-101> (In Russ.).
15. Azbuka very = ABC of Faith. URL: <https://azbyka.ru/carstvo-bozhie-nebesnoe> (accessed: 16.06.2022). (In Russ.).
16. Bible dictionary. URL: <https://azbyka.ru/otechnik/Spravochniki/biblejskij-slovar-gese/662> (accessed: 26.08.2022). (In Russ.).
17. Phraseological dictionary of the Russian literary language (1997). A.I. Fyodorov (Ed.). Moscow: Citadel'. (In Russ.).

18. Nahimova, E.A. (2007). *Precedent Names in Mass Communication* [monograph.]. Ekaterinburg. (In Russ.).
19. Russian Dictionary: in 4 vols. (1981–1984). A.P. Evgen'eva (Ed.). Moscow. (In Russ.).
20. Gospel of John, Luke, Matthew. URL: <http://bible.optina.ru/> (accessed 23.04.2022). (In Russ.).
21. Mokienko, V.M., Nikitina, T.G. & Nikolaeva, E.K. (2010). *Big dictionary of Russian proverbs*. Moscow: OLMA Media. (In Russ.).
22. Novikov, L.A. (1973). *Antonymy in Russian (semantic analysis of opposites in lexis)*. Moscow. (In Russ.).

### **Информация об авторе:**

*Макарова Александра Стефановна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков богословского факультета ПСТГУ и кафедры иностранных языков №3 Высшей школы экономики и бизнеса РЭУ им. Г.В. Плеханова, *сфера научных интересов*: медиалингвистика, фразеология, сравнительно-сопоставительное языкознание; *e-mail*: aleste\_63@mail.ru

### **Information about the author:**

*Alexandra S. Makarova*, PhD, Associate Professor of the Department of Foreign Languages of Orthodox Faculty, PSTGU and of the Department of Foreign Languages of Higher School of Economics and Business. Plekhanov Russian University of Economics; *Research interests*: media linguistics, phraseology, comparative linguistics; *e-mail*: aleste\_63@mail.ru