

Оригинальная статья

УДК 811.111+8 1'42

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2024-2-82-93>

**Интернет-проповедь как новый формат  
религиозной коммуникации**

**Милетова Е.В.**

*Пятигорский государственный университет;  
357532, Российская Федерация, Пятигорск, пр. Калинина, 9;  
ORCID ID: 0000-0001-8599-2579;  
Web of Science Researcher ID: AAD-8971-2022;  
Scopus Author ID: 57224902683;  
e-mail: [katemiletova@rambler.ru](mailto:katemiletova@rambler.ru)*

**Резюме:** Статья посвящена анализу англоязычных интернет-проповедей, представленных в формате видео в виртуальном пространстве. По мнению автора, проповедь в формате видео выступает инновационной формой религиозной коммуникации, распространенность которой определяется как развитием информационных технологий, так и возможностью оперативной и масштабной трансляции и популяризации идей религиозного учения. Материалом исследования служат проповеди, размещенные в сети Интернет (общий объем выборки – 500 видео проповедей). В статье подчеркивается неоднозначный характер интернет-проповеди, выделяются ее положительные и отрицательные аспекты. В качестве преимуществ интернет-проповеди выступают в том числе широкий диапазон целевой аудитории, направленность на просвещение молодежи и взаимодействие с лицами с ОВЗ. В свою очередь, среди негативных проявлений интернет-проповеди отмечаются: отсутствие мотивации у адресата, возникновение конфликтных ситуаций в вопросах религии и появление ее радикальных форм, течений, сект, изменение социального статуса священнослужителя (проповедника). К дифференциальным признакам интернет-проповеди мы относим нижеследующие свойства: 1) неканоничная природа и отсутствие церковного признания; 2) зависимость успеха проповеди как от личностных, так и актерских особенностей проповедника, его харизмы; 3) изменение в сознании верующих образа священнослужителя и его отождествление с простым смертным. Особое внимание в работе уделяется описанию языковых особенностей интернет-проповедей. Как показал анализ фактического материала, интернет-проповеди в формате видео характерно употребление обобщающих обращений, эмоционально-оценочной лексики, метафор, модальных глаголов. С точки зрения содержания и структуры, автор отмечает наличие в видео проповеди: ссылок на прецедентные религиозные тексты, рассказов, анекдотов и пр., занимающих адресата, завершающей молитвы по теме.

**Ключевые слова:** англоязычные интернет-проповеди, лингвистические особенности интернет-проповеди, речевое воздействие, структура и содержание видео проповеди.

**Для цитирования:** Милетова Е.В. Интернет-проповедь как новый формат религиозной коммуникации. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2024. №2. С. 82–93. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2024-2-82-93>.

## Original Paper

<https://doi.org/10.29025/2079-6021-2024-2-82-93>

### Internet Preaching as a New Format of Religious Communication

**Ekaterina V. Miletova**

*Pyatigorsk State University;*

*9 Kalinin Ave., Pyatigorsk, Russian Federation, 357532;*

*ORCID ID: 0000-0001-8599-2579;*

*Web of Science Researcher ID: AAD-8971-2022;*

*Scopus Author ID: 57224902683;*

*e-mail: katemiletova@rambler.ru*

**Abstract:** The article is devoted to the analysis of English-language Internet sermons presented in video format in the digital environment. According to the author, a video sermon is an innovative form of religious communication; its prevalence is determined both by the information technology development and by the possibility of prompt and large-scale broadcast and popularization of religious teaching ideas. The research material is sermons posted on the Internet (the total sample size is 500 video sermons). The article emphasizes the ambiguous nature of online preaching, highlighting its positive and negative aspects. The advantages of online preaching include a wide range of target audiences, focus on educating young people and interacting with disabled people. In turn, among the negative manifestations of online preaching are lack of motivation among the addressee, the emergence of conflict situations in matters of religion and the emergence of its radical forms, movements, sects, changes in the social status of the clergyman (preacher). As differential features of online sermons, we identify: 1) non-canonical nature and lack of church recognition; 2) the dependence of the success of the sermon on both the personal and acting characteristics of the preacher, his charisma; 3) a change in the image of the clergyman and his identification with a mere mortal in the minds of believers. Particular attention is paid to describing the linguistic features of online sermons. According to the analysis of the practical material, online sermons in video format are characterized by the use of generalizing appeals, emotional and evaluative vocabulary, metaphors, and modal verbs. As for the content and structure of video sermons, the author notes the presence of allusions to precedent religious texts, stories, anecdotes, etc., entertaining the addressee.

**Keywords:** English-language Internet sermons, linguistic features of Internet sermons, speech impact, structure and content of the video sermon.

**For citation:** Miletova E.V. Internet preaching as a new format of religious communication. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2024, no 2, pp. 82–93. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2024-2-82-93> (In Russ.).

## Введение

Бурный рост и развитие информационных технологий, наблюдаемые на современном этапе развития цивилизации, затронули все значимые и жизненно необходимые сферы деятельности социума [1; 2], включая и религию, что привело к появлению терминов «онлайн религия», «цифровая религия» [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9 и др.], понимаемых широко как коммуникация в поле религии и по религиозным вопросам, осуществляемая при помощи различных информационных средств.

Стоит сразу отметить, что переход религии в сетевое пространство носит сложный и неоднозначный характер, поскольку подобного рода трансформации идут вразрез с конвенциональной природой религиозной коммуникации и ее направленностью на ритуал и традиции [10; 11]. В связи с этим сегодня у феномена под названием «цифровая религия» есть как сторонники, так и явные противники, не желающие перестроиться на новый формат взаимодействия и, как следствие, пересмотреть имеющиеся взгляды на религию [12; 13 и др.].

В рамках настоящего исследования мы не ставим своей задачей произвести критический анализ существующих подходов к рассмотрению проблемы цифровизации религии. В фокус нашего внимания попа-

дают лингвистические аспекты современной религиозной коммуникации, а именно наиболее значимые характеристики интернет-проповеди, реализуемой в формате видео и представленной на канале YouTube.

#### **Цель статьи**

Цель статьи сводится к изучению специфики интернет-проповеди, представленной в пространстве видеохостинга YouTube. Отличительной особенностью анализируемых в работе проповедей выступает нетипичная для традиционной проповеди адресация, а именно – обращение к потенциальному виртуальному реципиенту опосредованно, с использованием информационных технологий с целью распространения идей религиозного учения и приобщения к вере.

#### **Методы и материал исследования**

Исследование базируется на материале 500 англоязычных интернет-проповедей, реализуемых в формате видео на канале YouTube, с опорой на нижеследующие методы и приемы: а) описательный метод – позволил представить процедуру исследования, произвести интерпретацию и систематизацию полученных результатов, касающихся наиболее существенных характеристик религиозной интернет-проповеди; б) методы сплошной и произвольной выборки – использовались для формирования выборки, включающей англоязычные видео проповеди, размещенные на видеохостинге YouTube; в) дискурсивный анализ применялся с целью рассмотрения англоязычного религиозного дискурса, представленного в том числе жанром проповеди; г) контекстуальный анализ был направлен на изучение специфики языкового воплощения определенного контекста в пределах религиозной дискурсивной сферы – видео проповедь на канале YouTube; д) статистический метод подразумевал количественные подсчеты и количественную репрезентацию результатов исследования.

В качестве материала исследования выступают 500 англоязычных религиозных видео проповедей, представленных в Интернет-пространстве, на канале YouTube.

#### **Обзор литературы**

Сейчас феномен цифровой религии в целом и цифровой проповеди в частности активно внедряется в практику и в контексте христианского учения набирает обороты [14; 15; 16]. Следует сказать, что изначально в силу отсутствия необходимых навыков работы с техническими средствами, идея перехода на цифровой формат взаимодействия не нашла должного отклика со стороны представителей института церкви. Однако с течением времени ситуация существенно изменилась, сегодня многие религиозные организации, храмы, духовные семинарии имеют свои сайты, а деятельность отдельных представителей церкви, являющихся активными пользователями цифровых технологий, выходит за рамки конкретного института и реализуется в пространстве всемирной сети [17; 18]. Безусловно, с точки зрения содержания и информационного наполнения указанные ресурсы представляют аудитории материалы различной природы, включая проповеди как в текстовой форме, так и в формате видео.

Сразу внесем ясность в терминологический аппарат исследования и подчеркнем, что понятия «интернет-проповедь», «цифровая проповедь», «сетевая проповедь», «медиапроповедь» [3; 14; 19] рассматриваются нами как синонимичные, поскольку в их основе – общие канал и способ трансляции информации, подразумевающие использование информационных технологий и всемирной сети с целью распространения идей религиозного учения (в нашем случае – христианство), приобщения к вере и любви к Богу [20; 21; 22; 23]. В работе нами используется термин интернет-проповедь как, на наш взгляд, наиболее удачный, емкий, четко разграничивающий традиционную церковную проповедь, осуществляемую в стенах храма [24], и инновационную, виртуальную, разворачивающуюся в интернет-пространстве [13; 14; 16].

Помимо этого, характеризуя интернет-проповедь, реализуемую в формате видео, отметим три наиболее типичные разновидности, зафиксированные нами в ходе исследования в процессе формирования выборки: 1) видеозапись проповеди, в которой священнослужитель (проповедник), находясь на сцене, обращается к присутствующей в зале целевой аудитории (пастве), передавая ей необходимую и значимую информацию; 2) проповедь, содержащая некий визуальный ряд и голос за кадром, во многом напоминающая аудиоформат, тем не менее активно представленная на видеохостинге YouTube; 3) видео проповедь, при которой потенциальный виртуальный реципиент отсутствует физически на месте произнесения сообщения, а вся коммуникация с адресантом происходит дистанционно с помощью различных устройств и информационных технологий.

Именно последняя разновидность видео проповеди находится в фокусе внимания настоящего исследования, поскольку, как мы полагаем, она в большей степени и максимально репрезентативно демон-

стрирует наметившуюся тенденцию перехода от традиционной и ритуализованной религии до цифровой и инновационной. Помимо этого, нас, как лингвистов, интересует языковая составляющая и изучение лингвистических особенностей опосредованного взаимодействия коммуникантов в заданной сфере.

Стоит сказать, что феномен цифровой религии, аналогично всякой инновации, на начальном этапе своего развития воспринимался неоднозначно, что обусловлено в том числе и тем, что в сознании как верующих, так и священнослужителей религиозная коммуникация осуществляется в стенах соответствующего сооружения (церковь, храм и т.д.) и ассоциируется исключительно с ним [10]. Выходя за рамки храма и реализуясь в виртуальном пространстве, интернет-проповедь перестает быть привычным и предсказуемым жанром религиозной дискурсивной сферы, приобретая характеристики, в значительной степени свойственные массмедийной сфере (широкая целевая аудитория, направленность на адресата, мультимедийность, интерактивность и др.) [19; 25; 26].

Неоднозначное отношение к цифровизации религии и недостаточное понимание и осознание всего происходящего создали благоприятную почву для формирования различных мнений по поводу интернет-проповеди и выявления ее сильных и слабых сторон. Ниже в таблице представлены наиболее значимые параметры интернет-проповеди, репрезентирующие преимущества и недостатки анализируемого жанра религиозной сферы в сравнении с традиционной церковной проповедью (см. Таблица 1).

*Таблица 1. Характеристика интернет-проповеди: плюсы и минусы*  
*Table 1. Characteristics of Internet preaching: pros and cons*

(+)	описание	(-)	описание
охват целевой аудитории	все категории населения без ограничений, имеющие устройство и доступ к сети Интернет	немотивированный адресат	наряду с верующими в роли реципиентов могут выступать простые пользователи всемирной сети, ищущие ответы на интересующие их вопросы и не преследующие своей основной целью приобщение к религии
образовательные цели	просветительская деятельность, направленная в значительной степени на представителей молодого поколения	конфликты на почве религиозной нетерпимости и радикализм	высокая вероятность возникновения конфликтных ситуаций с привлечением большого количества людей, риск распространения радикальных идей
доступ людям с ОВЗ	передача религиозных знаний и идей религиозного учения людям, по состоянию здоровья не имеющим возможности посетить проповедь в храме	изменение социального статуса священнослужителя	проповедник рассматривается как один из мирян, основная задача которого – привлечь виртуального адресата, задействуя для этого все возможные средства

Помимо этого, характеризуя цифровую религию, исследователи в том числе отмечают ряд дифференциальных признаков интернет-проповеди, раскрывающих ее специфику [13; 14; 16; 19]. Одним из таких признаков выступает неканоничная природа интернет-проповеди, подразумевающая несоответствие существующим канонам и устоявшейся религиозной традиции, исходя из чего видео проповедь, разворачивающаяся в пространстве всемирной сети, не имеет необходимого церковного признания и особого статуса. Следующей особенностью интернет-проповеди является зависимость ее успеха от личностных, порой даже актерских способностей проповедника, его харизмы, используемых для оказания воздействия на массового адресата, представленного виртуально, что, безусловно, значимо и первостепенно в контексте религиозной коммуникации [10; 27; 28 др.]. Отдельного упоминания заслуживает трансформация статуса проповедника, происходящая в результате перехода в виртуальное поле, и, как следствие, – изменение образа священнослужителя в сознании верующих, его отождествление с простым смертным, которому характерна мирская греховная сущность, сближающая участников общения.

В целом, говоря о коммуникантах, взаимодействующих в религиозной сфере виртуально, подчеркнем специфику целевой аудитории, также претерпевшей определенные изменения. Если в случае с традиционной церковной проповедью мы имеем дело с активными и мотивированными прихожанами (верующими), вовлеченными в религию и поддерживающими учение Господа, то в контексте интернет-проповеди в формате видео потенциальными реципиентами могут быть как специалисты разного порядка, работающие за компьютером на регулярной основе, так и простые пользователи сети Интернет (безработные, студенты, домохозяйки, люди с ОВЗ, молодежь и др.) или же люди, редко посещающие храм, для которых интернет-проповедь служит едва ли не единственной возможностью найти ответы на интересующие их вопросы.

Специфика целевой аудитории обусловила и содержательные характеристики христианской интернет-проповеди, применительно к которым также имеются разграничения между традиционной (канонической) проповедью, реализуемой в церкви, и виртуальной (неканонической), представленной в Интернет. В первом случае в фокус внимания священнослужителя (проповедника) попадают непосредственно прецедентные религиозные источники (Библия), анализ и интерпретация наиболее значимых и актуальных фрагментов религиозного учения посредством стратегий речевого воздействия, использования определенного набора языковых механизмов (эмоционально-оценочная лексика, метафоры, приемы диалогичности и т.д.) [10; 21; 22; 23; 24; 29; 30]. Во втором, наоборот, наблюдается совершенно иная тактика: проповедник отталкивается от запроса целевой аудитории, обращается к проблемам, с которыми сталкивается потенциальный адресат, обсуждая с ним социально значимые и злободневные темы. Подобного рода тенденция вполне оправдана, поскольку приверженцы традиционной церковной проповеди, желающие расширить свои знания в области классической теологии, скорее всего, отправятся с этой целью в храм, в то время как виртуальная аудитория настроена на иной лад и ожидает обсуждения собственных проблем, рассчитывая получить ответы на имеющиеся у них вопросы и должный отклик со стороны проповедника.

### Результаты и дискуссия

Анализ фактического материала, включающий 500 видео проповедей, показал, что наряду с трансформацией канала передачи религиозной информации, формы и содержания проповеди, изменился и ее язык, а также основные языковые механизмы, применяемые адресантом в ходе произнесения проповеди и ориентированные на оказание влияния на мировоззрение, эмоции и чувства реципиента. В рамках настоящего исследования обозначим наиболее значимые лингвистические и структурные характеристики интернет-проповеди, зафиксированные нами в выборке.

Начнем непосредственно с обращений к виртуальной аудитории, выступающих первым элементом проповеди, в контексте которых наблюдается переход от традиционных и привычных для христианского учения форм типа «*Brothers and Sisters*» до обобщающих, не содержащих конкретики (*everyone*). Обратимся к примеру вступительной речи, характерной значительной части выборки:

1) *Good morning, everyone!*

*May the Lord bless you, as you listen to this message, because he loves you very much. My name is Douglas Sloan and today I'll be presenting another message titled "Can Christians have tattoos?"*<sup>1</sup>

Пример (1) ярко демонстрирует специфику интернет-проповеди, заключающуюся в трансляции четкой и внятной информации, касающейся как самого адресата, так и темы обсуждения. Примечательно, что сжатый формат видео требует от проповедника максимальной информативности при минимальных усилиях, исходя из чего вступительное слово содержит приветствие (*Good morning, everyone!*), подчеркивает безграничную и безусловную любовь Бога ко всей аудитории (*May the Lord bless you <...> / because he loves you very much*), а также знакомит зрителей с пастором (проповедником) и предстоящей темой проповеди. Очевидно, что сжатый формат представления сообщения обусловлен особенностями медийной коммуникации, а также, что немаловажно, продиктован необходимостью привлечения и удержания внимания виртуального адресата, который в любой момент может покинуть сайт, переключиться на другие ресурсы и т.д., что, безусловно, усложняет задачи адресанта и делает его зависимым от воли реципиента, его настроения и целей в момент просмотра видео.

Именно нестабильный характер взаимоотношений с целевой аудиторией и высокая вероятность потери существенной ее части в ближайшей перспективе при отсутствии определенной динамики, за-

<sup>1</sup> Can Christians have tattoos? Bible Sermons Online. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=dXPW-35meCNw>. Accessed April 20, 2024.

хватывающей презентации и иных приемов удержания внимания объясняют присутствие следующего структурного компонента проповеди. Как показал анализ фактического материала, сразу после приветственного слова автор проповеди (священнослужитель), стремясь «разрядить» обстановку и тем самым установить эмоциональный контакт со зрителями, привносит в свое сообщение немного юмора и описывает смешную ситуацию из жизни или рассказывает анекдот по теме проповеди. Очевидно, что для достижения необходимого эффекта адресантом используется ясный и понятный язык, экспрессивные средства, широкий диапазон эмоционально-оценочной лексики. Приведем пример:

2) *I like to start with a little humor so I found a joke titled “The secret burden” that should set the stage for our message on sin and it goes like this.*

*A much-loved minister of God once carried a secret burden of long past sins deep in his heart. He had committed the sin many years before during his Bible school training. No one knew what he had done, but they did know he had sinned and repented. Even so he had suffered years of remorse over the incident without any sense of God’s forgiveness.*

*A woman in church deeply loved God and claimed to have visions in which Jesus spoke to her. The minister, skeptical of her claims, asked her “The next time you speak to the Lord, would you please ask him what sin your minister committed while he was in Bible School?” The woman kindly agreed. When she came to church a few days later, the minister asked her, Did Jesus visit you? She said yes, and did you ask him what sins I committed? Yes, I asked him, she replied. Well, what did he say? He said “I don’t remember”.*

*Okay, I love that punchline. While we occasionally sin after salvation, the good news is that God will never hold it against us if we confess our sins and ask for forgiveness<sup>2</sup>.*

*Приведенный пример интересен с точки зрения анализа и интерпретации, поскольку в нем удачно сочетаются языковые особенности интернет-проповеди, репрезентирующие ораторское мастерство священнослужителя, а также прагматические свойства сообщения, в том числе функции и предназначение самого проповедника. Пример (2) повествует о служителе Господа, совершившем множество грехов в прошлом, в период обучения в библейской школе и покаявшемся после. Страдая и не ощущая никакого Божьего прощения, Служитель обращается к пришедшей в церковь женщине, которая, по ее словам, в своих видениях общается с Богом, с просьбой узнать о его прошлых грехах и отношении Господа к ним. Через несколько дней при следующей встрече с той самой женщиной Священнослужитель узнает о том, что Всевышний не помнит его греховных деяний. Завершая свой рассказ, пастор делится с аудиторией хорошей новостью о том, что Бог никогда не будет обвинять нас в совершении грехов, если мы их признаем и попросим за них прощения.*

Отметим также, что в создании эмоционального фона видео проповеди, представленной в том числе на канале YouTube, немаловажное значение имеет метафора, служащая экспрессивным и эффективным способом воздействия адресанта (проповедника) на эмоциональное состояние зрителей/слушателей (виртуальной паствы). Подчеркнем, что актуализация метафоры в контексте достигается за счет внедрения в проповедь яркой аналогии, некоего тождества между двумя элементами. Рассмотрим пример:

3) *I love God’s law with all my heart but there is another power within me that is at war with my mind this power makes me a slave to sin that is still within Me<sup>3</sup>.*

В приведенном примере употребляется метафора, в соответствии с которой человек отождествляется с рабом, не способным противостоять своей греховной сущности. Очевидно, что имя существительное *slave* на семантическом уровне репрезентирует в контексте значение метафоры. Полагаем, что при помощи подобной аналогии проповедник стремится подчеркнуть зависимый статус мирян, обусловленный присутствием непреодолимой силы, всякий раз толкающей человека совершить тот или иной грех. Безусловно, использование метафоры в интернет-проповеди носит преднамеренный характер и определяется интенцией проповедника – оказать воздействие на виртуального реципиента.

В видео проповедях, представленных в сети Интернет, активно употребляются модальные глаголы, с помощью которых священнослужитель подчеркивает необходимость действий, рекомендательных и обязательных, регламентирует поведение и мысли в той или иной ситуации, например:

<sup>2</sup> Help! I can’t stop sinning. Part 5. Bible Sermons Online. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=BruC-Q6B-m98>. Accessed April 20, 2024.

<sup>3</sup> Help! I can’t stop sinning. Part 5. Bible Sermons Online. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=BruC-Q6B-m98>. Accessed April 20, 2024.

4) Well, the world we live in is a dark place where the strong *can* easily oppress the weak. If we see someone being badgered or intimidated, put down or even attacked, we *must* help them. We *should* come beside them and give them hope. We *should* defend them and let them know they are not alone. We *can* make a difference and the Lord will be pleased<sup>4</sup>.

Согласно примеру, если мы видим, как кого-то запугивают, унижают или нападают, мы должны помочь, мы должны защитить и дать понять, что люди не одиноки. Отмечаем здесь широкий спектр модальных глаголов (*can, must, should*), транслирующих аудитории посыл проповедника и направленность на реализацию заявленных действий.

В силу того, что видео проповедь – это жанр религиозной коммуникации, конвенциональной по своей природе, опирающейся на прецедентные священные источники (Библия), в ней активно применяются ссылки на конкретные главы, строки и т.д., что, с одной стороны, указывает на авторитет этих ресурсов, а с другой – на глубокие познания проповедника и его высокую осведомленность в контексте религиозного учения. Обратимся к примеру:

5) So, before we get started let's read our key verse for today that comes from *John Chapter 10 Verse 10*, where Jesus describes the actions of Satan versus himself saying the thief comes only to steal and kill and destroy ...

There's a lot of useful information in this text but most people simply read through the verse with little or no thought to the deeper meaning of these words<sup>5</sup>.

Анализ фактического материала показал, что в заключительной части видео проповеди содержится призыв к молитве. Примечательно, что завершающая молитва, как правило, коррелирует с тематикой проповеди и определяется ею. Приведем пример:

6) Now let's go to the Lord in prayer.

*Dear God in heaven. Thank you for your unending love and grace. Your goodness never ends. Help us to understand the schemes of the devil, so we can avoid his deceptions. We are so glad that Jesus came to give us abundant life full of hope and joy. Be with us in the coming days and weeks as we strive to live and serve. You guide us to those who need to know you and give us the words to help them draw near to you. As we minister before you, we will give you all the praise, glory and honor for you are worthy. We love you, Lord!*

*Amen*<sup>6</sup>.

Пример (6) представляет собой фрагмент проповеди, затрагивающей проблему порочных и разрушительных деяний Сатаны, направленных на уничтожение всего, что имеет отношение к Господу. Исходя из общей темы проповеди, формулируется финальная молитва, в которой проповедник просит Бога помочь понять замыслы дьявола, чтобы избежать его обмана и влияния. Полагаем, что произнесение молитвы в конце проповеди свидетельствует о выработке определенной стратегии, плана реализации сообщения и подготовки самой проповеди адресантом.

Подводя некоторые итоги, подчеркнем еще раз, что в статье нами были обозначены наиболее распространенные и типичные лингвистические средства, присутствующие в материале анализируемой выборки. Очевидно, что стиль проповеди и выбор языковых средств, используемых проповедником, зависят от массового адресата и подстраиваются под запрос целевой аудитории. Соблюдение данного условия, а также наличие харизмы и артистических способностей у автора проповеди (священнослужителя) во многом определяют успех сообщения, поскольку массовый зритель/слушатель желает и ожидает от адресанта некой игры и развлечения, позволяющих ему удержать внимание и интерес получателей информации.

Помимо анализа собственно языка интернет-проповеди в формате видео, отдельного рассмотрения и дополнительных исследований требуют визуальный компонент (изображения, презентации), аудио (музыка), а также средства медиатизации (оценки, комментарии и т.д.), характерные данному инновационному жанру религиозной сферы.

<sup>4</sup> Are Christians Supposed to Fast? Bible Sermons Online. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=M0gcsHg0eGw>. Accessed April 20, 2024.

<sup>5</sup> Satan steals, kills, and destroys. Bible Sermons Online. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=b3-qmCtdj-g>. Accessed April 20, 2024.

<sup>6</sup> Satan steals, kills, and destroys. Bible Sermons Online. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=b3-qmCtdj-g>. Accessed April 20, 2024.

## Заключение

Проведенное исследование, посвященное анализу специфики интернет-проповеди, представленной в формате видео на просторах видеохостинга YouTube, позволяет нам сформулировать следующие выводы:

1. Проповедь в формате видео выступает инновационной формой религиозной коммуникации, распространенность которой обусловлена рядом факторов, в том числе: развитие и совершенствование информационных технологий и средств медиа, ориентир на массового адресата и возможность оперативной и масштабной трансляции и популяризации идей религиозного учения, переход на дистанционный режим взаимодействия, наметившийся в период пандемии и после, и т.д.

2. Цифровизация религии, наблюдаемая сегодня, подразумевает внедрение информационных технологий в сферу религии и влечет за собой в том числе и эволюцию ее основных жанров. В контексте жанра религиозной проповеди подобные изменения носят неоднозначный характер. К положительным моментам интернет-проповеди отнесем следующие: 1) возможность расширения охвата потенциальных реципиентов, в качестве которых выступают люди, имеющие доступ к сети Интернет; 2) ориентир на представителей молодого поколения как активных пользователей цифровых технологий с целью как просвещения и распространения того или иного религиозного учения, так и формирования религиозного мировоззрения; 3) трансляция необходимой информации лицам с ограниченными возможностями здоровья, для которых посещение храма не представляется возможным. В числе негативных аспектов интернет-проповеди обозначим, в частности: 1) немотивированный адресат; 2) угроза возникновения конфликтных ситуаций на почве религиозной нетерпимости, имеющихся социальных проблем с вовлечением большого количества людей и создание условий для становления альтернативных радикальных форм служения Богу, религиозных течений, сект и т.д.; 3) стирание границ между сакральным и мирским, а также изменение социального статуса священнослужителя (проповедника).

3. Интернет-проповедь, представленная в формате видео на канале YouTube, обладает своей спецификой и характеризуется набором дифференциальных признаков, отличающих ее от традиционной церковной проповеди, среди них: 1) по своей природе она не является каноничной, вследствие чего не имеет особого статуса и церковного признания; 2) посыл священнослужителя, как автора проповеди, и в целом успех самой проповеди во многом зависит от личностных способностей проповедника, его ораторских качеств, обаяния, харизмы и т.д.; 3) интернет-проповедь трансформирует в сознании верующих образ священнослужителя, придавая ему мирской облик и наделяя его характеристиками простого смертного.

4. С точки зрения языкового оформления интернет-проповедь на канале YouTube характеризуется наличием: 1) обобщающего обращения; 2) возвышенной эмоционально-оценочной лексики; 3) метафор; 4) модальных глаголов.

5. В структуре видео проповеди присутствуют: 1) ссылки на прецедентные религиозные источники; 2) занимающий адресата контент (рассказ, случай из жизни, анекдот); 3) завершающая молитва по теме.

## Список литературы

1. Алефиренко Н.Ф. Медиадискурс и его коммуникативно-прагматическая сущность. *Медиалингвистика*. 2016; 1 (11): 49-57. Доступно по: <https://medialing.ru/mediadiskurs-i-ego-kommunikativno-pragmaticheskaya-sushchnost/>. Ссылка активна на 12.04.2024.

2. Ширяева Т.А., Гончарова Е.А. Свойства сетевой коммуникации как основы нового формата профессионального общения. *Научная мысль Кавказа*. 2023; 2(114): 117-125. <https://doi.org/10.18522/2072-0181-2023-114-117-125>.

3. Свиридова Н.В. Религия онлайн. *Философские проблемы информационных технологий и киберпространства*. 2011; 2: 238-247. Доступно по: <https://cyberspace.pgu.ru/jour/article/view/98>. Ссылка активна на 12.04.2024.

4. Иванов А.В. Цифровая религия. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*. 2018; 18; 4: 377-381. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-4-377-381>.

5. Воеводина А.А. Цифровая религия: вызовы и риски. *Наука и культура России*. 2021; 1: 15-17. Доступно по: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_46579292\\_54589059.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46579292_54589059.pdf). Ссылка активна на 12.04.2024.

6. Dawson L.L., Cowan D.E. Religion online: finding faith on the Internet. N.Y.: Routledge; 2004. <https://doi.org/10.4324/9780203957936>.
7. Heiland C. Digital religion. Handbook of religion and society. Cham; 2016: 177-196. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-31395-5\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-31395-5_10).
8. Нимяев Э.А. Исследование «цифровой религии»: классификация религиозных онлайн-ресурсов. *Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина*. 2022; 3: 220-229. [https://doi.org/10.35231/18186653\\_2022\\_3\\_220](https://doi.org/10.35231/18186653_2022_3_220).
9. Campbell H.A. Moving towards a digital ecclesiology: key themes and considerations. Digital ecclesiology: a global conversation. Texas: Digital Religion Publications; 2020: 65-70. Available at: <https://ethosinstitute.sg/wp-content/uploads/2020/09/Free-E-book-DIGITAL-ECCLESIOLOGY.pdf>. Accessed April 12, 2024.
10. Алимуратов О.А., Милетова Е.В. Когнитивно-фреймовое моделирование категорий, вербализуемых в англоязычном религиозном дискурсе: категория оценки, репрезентируемая именами прилагательными. *Проблемы языкознания, теории языка и прикладной лингвистики*. Новосибирск. 2015; 2: 159-225. Доступно по: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_24802098\\_84386727.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_24802098_84386727.pdf). Ссылка активна на 12.04.2024.
11. Spadaro A. Cybertheology: thinking Christianity in the era of the Internet. New York: Fordham University Press; 2014. Available at: <https://research.library.fordham.edu/relig/11/>. Accessed April 12, 2024.
12. Смирнов М.Ю. Цифровизация как «обнуление» религий. *Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина*. 2019; 3: 137-145. Доступно по: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_39954713\\_29816262.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_39954713_29816262.pdf). Ссылка активна на 12.04.2024.
13. Campbell H.A. Making space for religion in Internet studies. *The Information Society*. 2005; 21 (4): 309-315. <https://doi.org/10.1080/01972240591007625>.
14. Шаров К.С. Православная интернет-проповедь в России. *Вопросы журналистики*. 2020; 7: 42-55. <https://doi.org/10.17223/26188422/7/3>.
15. Конева А.В. Трансформация религиозных практик в информационную эпоху. *Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры*. 2018; 4(37): 65-72. <https://doi.org/10.30725/2619-0303-2018-4-65-72>.
16. Белоруссова С.Ю. Религия в виртуальном пространстве. *Этнография*. 2021; 4(14): 94-118. [https://doi.org/doi.10.31250/2618-8600-2021-4\(14\)-94-118](https://doi.org/doi.10.31250/2618-8600-2021-4(14)-94-118).
17. Хьярвард С. Три формы медиатизированной религии: изменение облика религии в публичном пространстве. *Государство, религия, церковь в России и за рубежом*. 2020; 38(2): 41-75. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75>.
18. Laney M.J. Christian Web usage: motives and desires. Religion and cyberspace. New York: Routledge; 2005: 166-179. Available at: [https://www.academia.edu/620834/Christian\\_Web\\_usage](https://www.academia.edu/620834/Christian_Web_usage). Accessed April 12, 2024.
19. Макарова А.С. Языковые и стилистические особенности православной медиапроповеди. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2022; 13; 4: 1044–1061. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-1044-1061>.
20. Kaveny C. Prophecy without contempt. Religious discourse in the public square. Harvard: Harvard University Press; 2016. <https://doi.org/10.4159/9780674969407>.
21. Робинсон Х. Библийская проповедь: подготовка и манера подачи проповеди-толкования. СПб.: Шандал; 2005. Доступно по: [https://tvseminary.online/materials/PT216/Khedon\\_Robinson\\_-\\_Izlozhenie\\_grorovedi.pdf](https://tvseminary.online/materials/PT216/Khedon_Robinson_-_Izlozhenie_grorovedi.pdf). Ссылка активна на 12.04.2024.
22. Allen R.J. Preaching the topical sermon. Louisville: Westminster/John Knox Press; 1992. Available at: <https://archive.org/details/preachingtopical0000alle/page/n7/mode/2up>. Accessed April 12, 2024.
23. Končar A.B. Contemporary sermons: from grammatical annotation to rhetorical design. *Systemic Functional Linguistics in Use: Odense Working Papers in Language and Communication*. 2008; 29: 503-521. Available at: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.462.494&rep=rep1&type=pdf>. Accessed April 12, 2024.
24. Прохвятилова О.А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград; 1999. Доступно по: <https://portal-slovo.ru/philology/37453.php>. Ссылка активна на 12.04.2024.
25. Макарова А.С. Роль визуального компонента в православном медиадискурсе. *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки*. 2021; 7

(73(1)): 108-117. Доступно по: <https://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2021/04/Makarova.pdf>. Ссылка активна на 12.04.2024.

26. Тихонова С., Медведева Е. Holy Selfie в католицизме и православии: сравнительный анализ нового визуального канона. 2020; 38; 2: 235-262. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-235-262>.

27. Adam M. Persuasion in religious discourse: enhancing credibility in sermon titles and openings. *Discourse and Interaction*. 2017; 10(2): 5-25. <https://doi.org/10.5817/DI2017-2-5>.

28. Алимуратов О.А., Милетова Е.В., Шибкова О.С. Религиозная метафора и способы ее вербализации в англоязычных теологических текстах. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2023; 1: 32-46. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-1-32-46>.

29. Бурцев В.А. Особенности употребления адресованных высказываний в русской православной проповеди. *Научный диалог*. 2020; 10: 9-25. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2020-10-9-25>.

30. Razzaq N. Language and religious discourse: an analysis of the linguistic features and persuasive strategies in Islamic sermons. *IQAN*. 2023; 5: 17-34. <https://doi.org/10.36755/iqan.v5i02.427>.

## References

1. Alefirenko NF. Media discourse and its communicative and pragmatic essence. *Medialinguistics*. 2016; 1(11):49-57. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-i-ego-kommunikativno-pragmaticheskaya-suschnost?ysclid=luwplv2feu975188144>. Accessed April 12, 2024. (In Russ.).

2. Shiryayeva TA, Goncharova EA. Properties of network communication as the basis of a new format of professional communication. *Scientific Thought of the Caucasus*. 2023; 2(114): 117-125. <https://doi.org/10.18522/2072-0181-2023-114-117-125>. (In Russ.).

3. Sviridova NV. Religion online. *Philosophical Issues of Information Technology and Cyberspace*. 2011; 2: 238-247. Available at: <https://cyberspace.pgu.ru/jour/article/view/98>. Accessed April 12, 2024. (In Russ.).

4. Ivanov AV. Digital religion. *Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy*. 2018; 18; 4: 377-381. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-4-377-381>. (In Russ.).

5. Voevodina AA. Digital religion: challenges and risks. *Science and Culture of Russia*. 2021; 1: 15-17. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?edn=cjhhvvd>. Accessed April 12, 2024. (In Russ.).

6. Dawson LL, Cowan DE. Religion online: finding faith on the Internet. N.Y.: Routledge, 2004. <https://doi.org/10.4324/9780203957936>. (In Eng.).

7. Heiland C. Digital Religion. Handbook of religion and society. Cham, 2016: 177-196. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-31395-5\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-31395-5_10). (In Eng.).

8. Nimyaev EA. Research on “digital religion”: classification of online religious resources. *Bulletin of Leningrad State University named after AS. Pushkin*. 2022; 3: 220-229. [https://doi.org/10.35231/18186653\\_2022\\_3\\_220](https://doi.org/10.35231/18186653_2022_3_220). (In Russ.).

9. Campbell HA. Moving towards a digital ecclesiology: key themes and considerations. Digital ecclesiology: a global conversation. Texas: Digital Religion Publications, 2020: 65-70. Available at: <https://ethosinstitute.sg/wp-content/uploads/2020/09/Free-E-book-DIGITAL-ECCLESIOLOGY.pdf>. Accessed April 12, 2024. (In Eng.).

10. Alimuradov OA, Miletova EV. Cognitive frame modeling of categories verbalized in English religious discourse: category of assessment represented by adjectives. *Issues of Linguistics, Theory of Language and Applied Linguistics*. Novosibirsk, 2015; 2: 159-225. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_24802098\\_84386727.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_24802098_84386727.pdf). Accessed April 12, 2024. (In Russ.).

11. Spadaro A. Cybertheology: thinking Christianity in the era of the Internet. New York: Fordham University Press, 2014. Available at: <https://research.library.fordham.edu/relig/11/>. Accessed April 12, 2024. (In Eng.).

12. Smirnov MYu. Digitalization as the “nullification” of religions. *Bulletin of Leningrad State University named after A. Pushkin*. 2019; 3: 137-145. Available at: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_39954713\\_29816262.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_39954713_29816262.pdf). Accessed April 12, 2024. (In Russ.).

13. Campbell HA. Making space for religion in Internet studies. *The Information Society*. 2005; 21 (4): 309-315. <https://doi.org/10.1080/01972240591007625>. (In Eng.).

14. Sharov KS. Orthodox online preaching in Russia. *Journalism Issues*. 2020; 7: 42-55. <https://doi.org/10.17223/26188422/7/3>. (In Russ.).

15. Koneva AV. Transformation of religious practices in the information age. *Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture*. 2018; 4(37): 65-72. <https://doi.org/10.30725/2619-0303-2018-4-65-72>. (In Russ.).

16. Belorussova SYu. Religion in virtual space. *Ethnography*. 2021; 4(14): 94-118. [https://doi.org/10.31250/2618-8600-2021-4\(14\)-94-118](https://doi.org/10.31250/2618-8600-2021-4(14)-94-118). (In Russ.).
17. Hjarvard S. Three forms of mediatized religion: changing the face of religion in public space. *State, Religion, Church in Russia and Abroad*. 2020; 38(2): 41-75. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-41-75>. (In Russ.).
18. Laney MJ. Christian Web usage: motives and desires. Religion and cyberspace. New York: Routledge, 2005: 166-179. Available at: [https://www.academia.edu/620834/Christian\\_Web\\_usage](https://www.academia.edu/620834/Christian_Web_usage). Accessed April 12, 2024. (In Eng.).
19. Makarova AS. Linguistic and stylistic features of Orthodox media preaching. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics* 2022; 13; 4: 1044–1061. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-1044-1061>. (In Russ.).
20. Kaveny C. Prophecy without contempt. Religious discourse in the public square. Harvard: Harvard University Press, 2016. <https://doi.org/10.4159/9780674969407>. (In Eng.).
21. Robinson HW. Biblical preaching: preparation and manner of presenting an interpretive sermon. St. Petersburg: Shandal, 2005. Available at: [https://tvseminary.online/materials/PT216/Khedon\\_Robinson\\_-\\_Izlozhenie\\_propovedi.pdf](https://tvseminary.online/materials/PT216/Khedon_Robinson_-_Izlozhenie_propovedi.pdf). Accessed April 12, 2024. (In Russ.).
22. Allen RJ. Preaching the topical sermon. Louisville: Westminster/John Knox Press. 1992. Available at: <https://archive.org/details/preachingtopical0000alle/page/n7/mode/2up>. Accessed April 12, 2024. (In Eng.).
23. Končar AB. Contemporary sermons: from grammatical annotation to rhetorical design. *Systemic Functional Linguistics in Use: Odense Working Papers in Language and Communication*. 2008; 29: 503-521. Available at: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.462.494&rep=rep1&type=pdf>. Accessed April 12, 2024. (In Eng.).
24. Prokhvatilova OA. Orthodox preaching and prayer as a phenomenon of modern sounding speech. Volgograd, 1999. Available at: <https://portal-slovo.ru/philology/37453.php>. Accessed April 12, 2024. (In Russ.).
25. Makarova AS. The role of the visual component in Orthodox media discourse. *Scientific notes of the Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky. Philological sciences*. 2021; 7 (73(1)): 108-117. (In Russ.).
26. Tikhonova S, Medvedeva E. Holy Selfie in Catholicism and Orthodoxy: a comparative analysis of the new visual canon. 2020; 38; 2: 235-262. <https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-235-262>. (In Russ.).
27. Adam M. Persuasion in religious discourse: enhancing credibility in sermon titles and openings. *Discourse and Interaction*. 2017; 10(2): 5-25. <https://doi.org/10.5817/DI2017-2-5>. (In Eng.).
28. Alimuradov OA, Miletova YeV, Shibkova OS. Religious metaphor and ways of its verbalization in English-language theological texts. *Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2023; 1: 32-46. <https://doi.org/10.29025/2079-6021-2023-1-32-46>. (In Russ.).
29. Burtsev VA. Features of the use of addressed statements in Russian Orthodox sermons. *Scientific Dialogue*. 2020; 10:9-25. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2020-10-9-25>. (In Russ.).
30. Razaq N. Language and religious discourse: an analysis of the linguistic features and persuasive strategies in Islamic sermons. *IQAN*. 2023; 5: 17-34. <https://doi.org/10.36755/iqan.v5i02.427>. (In Engl.).

**История статьи:**

Получена: 09.04.2024

Принята: 24.04.2024

Опубликована онлайн: 25.06.2024

**Article history:**

Received: 09.04.2024

Accepted: 24.04.2024

Published online: 25.06.2024

**Сведения об авторе:**

**Милетова Екатерина Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английского языка и профессиональной коммуникации, Пятигорский государственный университет, кафедра английского языка и профессиональной коммуникации, Пятигорск, Российская Федерация; e-mail: [katemiletova@rambler.ru](mailto:katemiletova@rambler.ru).

**Bionote:**

**Ekaterina V. Miletova**, PhD (Philology), Associate Professor, Pyatigorsk State University, Department of English and professional communication, Pyatigorsk, Russian Federation; e-mail: [katemiletova@rambler.ru](mailto:katemiletova@rambler.ru).



Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0).

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)