

DOI: [10.17805/ggz.2022.4.5](https://doi.org/10.17805/ggz.2022.4.5)

Особенности речевого воздействия в медиатексте религиозной направленности (на материале англоязычных православных блогов)

А. М. Трофимова

*Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет,
г. Москва, Российская Федерация*

Статья посвящена изучению текстов интернет-блогов православных священнослужителей (носителей английского языка). Автор анализирует вербальные средства воздействия блога как медиатекста и эффективного инструмента миссионерской деятельности. В статье описаны различные аспекты речевого воздействия в анализируемом материале, в частности: направленность на адресата, характер взаимодействия субъекта и объекта (отношение к адресату), цель взаимодействия, степень осознанности речевых действий, характер средств общения (вербальное и невербальное воздействие). Каждый из аспектов имеет свои ярко выраженные особенности речевого воздействия, характерные для современных публицистических текстов религиозной направленности.

Ключевые слова: речевые средства воздействия; медиатекст; блог; англоязычный православный дискурс; христианский дискурс; современный публицистический текст; современный религиозный текст

Persuasive Language Techniques in Religious Media Text (Based on English Orthodox Christian Blogs)

Anastasiia M. Trofimova

*St. Tikhon's Orthodox University,
Moscow, Russian Federation*

The article presents the results of a study of texts published in blogs by Orthodox (Christian) priests (English native speakers). The author analyzes verbal means of persuasion of the blogs. The blog is defined as a media text. The scholar considers the blog to be an effective missionary tool. The article describes different aspects of the persuasive language of the blogs, including: targeting the audience, the type of verbal interaction between the subject and the object (attitude to the audience), the purpose of communication, the degree of awareness of verbal actions, the principles of communication media (verbal and non-verbal influence). Each of the aspects has its own specific peculiarities of verbal impact that are typical of contemporary publicistic (feature) texts of the religious discourse.

***Keywords:** persuasive verbal means; media text; blog; English Orthodox discourse; Christian discourse; modern feature text; contemporary religious text*

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня тексты религиозной тематики находят свое бытование в сети Интернет, тем самым приобретая характеристики, свойственные современному публицистическому жанру. Сочетание различных аспектов (институциональное общение, интернет-коммуникация, элементы воздействия) представляет интерес для лингвистических исследований дискурса и нуждается в подробном изучении. В связи с тем, что религиозные онлайн-тексты (например, блоги) все чаще и чаще используются как инструмент миссионерской деятельности и средство межличностного общения, исследование особенностей речевого воздействия данных текстов является актуальным. Таким образом, главная цель нашего исследования — описание основных свойств блога как одного из типов медиатекста с указанием особенностей речевого воздействия, характерных для современной англоязычной православной блогосферы. Достижению этой цели послужили задачи, которые мы ставили перед собой: отбор и анализ языкового материала, изучение такого явления, как «речевое воздействие» и описание понятия «медиатекст» посредством общелингвистических методов (стилистического анализа, методов интерпретации и сопоставления), а также элементов интен-анализа.

ПОНЯТИЕ МЕДИАТЕКСТА

Термин «медиатекст» впервые был упомянут в англоязычной литературе XX в. Данное определение быстро вошло в употребление в связи с возрастающим интересом лингвистов к изучению языковых особенностей текстов СМИ.

Как указывает Т. Г. Добросклонская, медиатекст, в отличие от обычного текста, становится более «объемным» в связи с тем, что он не только имеет свойства, присущие обычному тексту, но и приобретает новые качества, которые характерны для какого-либо средства массовой информации (Добросклонская, 2019: 41). В этом заключается основная особенность понятия «медиатекст». Таким образом, в печатной продукции сам текст может быть напечатан вместе с иллюстрациями. На радио текстовая часть озвучивается с помощью голоса, а также может быть дополнена различными музыкальными вставками. Если говорить о телевидении, то в этом случае текстовая часть сопровождается различным видео- и звуковым наполнением. Необходимо отметить, что вербальная и невербальная составляющие медиатекста тесно связаны друг с другом и представляют собой единое понятие медиатекста. Более того,

невербальная сторона медиатекста напрямую зависит от среды распространения информации.

БЛОГ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МЕДИАТЕКСТА

Интернет выступает в качестве универсальной среды, которая объединяет невербальные черты как радиовещания, так и телевидения. Интернет-текст (или сетевой текст) может быть представлен блогами. Отметим, что «блог как интернет-аналог ведения регулярных дневниковых записей имеет относительно недавнюю историю. Понятие “weblog” было предложено Й. Баргером в 1977 г., а сокращенная форма “blog” появилась благодаря П. Мерхольцу, который в своем интернет-пространстве www.peterme.com в 1999 г. использовал игру слов “we blog”. Несколько позже Э. Уильмс использовал слово “blog” в качестве не только существительного, но и глагола в значении “сделать запись или внести изменения в блоге”. Далее был изобретен и введен в употребление термин “blogger” в связи с созданием сайта www.blogger.com, что впоследствии привело к большому вниманию и интересу к данной теме» (Чукарькова, Трофимова, 2022: 116; курсив источника. — *А. Т.*).

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПРАВОСЛАВНЫХ БЛОГАХ

Выбор материала исследования неслучаен, поскольку «помимо светской тематики, в настоящее время набирают популярность СМИ религиозного характера, с помощью которых появляется возможность приобщить аудиторию к религиозному культурному наследию. Современные англоязычные православные интернет-тексты представляют особый интерес, как для носителей английского языка, так и для представителей иной культуры...» (Круглякова, Чукарькова, 2020: 44).

Л. Г. Навасартян в диссертации, посвященной языковым средствам и речевым приемам манипуляции в СМИ, обобщила параметры, по которым можно в целом охарактеризовать виды речевого воздействия, представленные в ключевых исследованиях последних десятилетий в данной области (Навасартян, 2017). В нашей работе мы обращаемся к этому перечню и описываем особенности вербального и невербального воздействия в англоязычных православных блогах.

Одной из важнейших особенностей речевого взаимодействия в исследуемом материале является критерий **направленности на адресата**.

Речевое воздействие подразделяется на:

- ориентированное на предмет (взаимодействие во время совместной деятельности);
- направленное на определенное лицо (изменение в психологических отношениях между людьми);
- ориентированное на группу людей или целое общество (воздействие на психику выбранной группы людей) (Леонтьев, 1997: 169).

А. А. Леонтьев также говорит, что «такое социально ориентированное общение может быть прямым (митинг, вообще любое публичное выступление перед “живой” аудиторией), а может быть опосредствованным (радио, телевидение, пресса)» (там же). Кроме того, ученый пишет, что такое воздействие, ориентированное на социум, может быть сосредоточенным или рассредоточенным во времени. В первом случае это одновременное общение с реципиентами, во втором случае — это может быть случайный прохожий, который читает рекламную вывеску. Объект воздействия может быть сосредоточен в пространстве (например, в случае митинга или публичных выступлений) и рассредоточен (телевизионные зрители) (Леонтьев, 1997: 169).

В анализируемых нами блогах воздействие направлено на группу людей (читатели блогов). Например, при изучении текстов мы обнаружили, что священнослужители стремятся донести информацию до читателей как можно более доступным способом. Даже если в статьях присутствуют различные религиозные понятия, авторы не углубляются в религиозную догматику, а используют относительно простые языковые средства, понятные как читателю, имеющему богословское образование, как и лицам без должных религиозных знаний. Кроме того, данное воздействие является опосредованным, так как оно осуществляется с применением подготовленного (написанного) текста, опубликованного в общедоступной сети Интернет. Данное воздействие рассредоточено во времени и пространстве, потому что читатели могут обратиться к блогу в совершенно разное время и из разных мест.

По форме речевое воздействие подразделяется на монологичное (воздействие от человека, направленное на других людей) и диалогичное (где в коммуникации принимают участие оба собеседника, вследствие чего оба человека имеют возможность изменить свои взгляды и мировосприятие) (Петренко, 2005: 193).

Можно сказать, что блоги имеют двойственный характер. С одной стороны, они монологичны, так как автор один и обращается к читателям. С другой стороны, блогу свойственна некоторая степень диалогичности, потому что многие платформы дают возможность читателям оставлять комментарии: свя-

ценнослужитель (автор блога), получив отклик от аудитории, может принимать во внимание мнения и пожелания читателей, в том числе по поводу тем для новых публикаций. Таким образом, священнослужитель как бы ведет беседу или диалог с читателями, благодаря чему возрастает вовлеченность аудитории в коммуникацию на религиозные темы, что способствует реализации просветительской функции блога.

По характеру взаимодействия субъекта и объекта выделяется прямое воздействие (в котором адресант в открытой форме выражает то, что он намерен получить от собеседника) и косвенное (где говорящий не сообщает открыто о своих намерениях). Е. Г. Гришечко пишет, что в первом случае используются такие формы, с помощью которых сразу понятна цель говорящего: «Так, например, формы повелительного наклонения традиционно ассоциируются со значением побуждения, повествовательные и вопросительные высказывания условно связаны с иллокутивными силами сообщения и запроса информации» (Гришечко, 2008: 56). Если происходит косвенное воздействие, употребляются такие языковые формы, которые не связаны с их значением. Кроме того, через эти формы читатель не может открыто понять интенции автора или говорящего.

Таким образом, **по целям и отношению к адресату** речевое воздействие может носить манипулятивный (при котором говорящий не стремится принять точку зрения собеседника и при этом настаивает на том, чтобы адресат сделал так, как хочет говорящий) и неманипулятивный характер (адресат сам принимает решение согласиться с говорящим или нет). Е. В. Денисюк пишет, что «коммуникация с неманипулятивным речевым воздействием — это всегда компромисс, договор» (Денисюк, 2003: 23). Кроме того, манипулятор не только не хочет идти на компромисс с реципиентом, но и не показывает, что между ним и адресатом существует какой-либо конфликт.

Мы предполагаем, что священнослужители не ставят перед собой цель манипулировать сознанием читателей своих блогов, поэтому влияние данных текстов можно охарактеризовать в большинстве случаев как прямое, где аудитория вполне хорошо понимает интенции автора. Кроме того, стоит учитывать, что данные блоги написаны священнослужителями и имеют религиозную тематику, следовательно, этот дискурс носит также миссионерский характер. Проанализировав тексты, мы заключаем, что авторы не навязывают свою точку зрения, но вместе с тем священники рассказывают читателям о религиозных ценностях и о том, как следует жить согласно христианским канонам. Например, авторы часто используют повелительные конструкции для побуждения: “Slow down. Live long and deep. Drink from the wells God has dug for us” (Freeman, 2021b: Электронный ресурс), “And most importantly, keep facing the

sun. Keep nurturing those disciplines and activities that tend to produce the fruit of the Spirit, and work to avoid those activities or relationships or situations that stir up your passions. This is what the Church calls asceticism” (Gillis, 2021a: Электронный ресурс).

Следующей особенностью реализации речевого воздействия является **степень осознанности речевых действий**.

В. И. Карасик подразделяет речевое воздействие на намеренное (интенциональное) и ненамеренное (неинтенциональное) (Карасик, 1992: 143). О. С. Иссерс описывает способы намеренного воздействия, которое может осуществляться с помощью: «1) авторитета, законной власти носителя институционально более высокого статуса; 2) манипуляции (то есть маскируемой власти); 3) убеждения, аргументации; 4) силы (физической или психической)» (Иссерс, 2008: 26). В первом случае говорящий четко осознает цель своей речи. При ненамеренном воздействии (к которому О. С. Иссерс также относит манипуляцию, убеждение и силу) адресант не всегда осознает, как и зачем воздействует на собеседника (например, канюченье детей).

Тексты блогов — это площадка, где реализуется интенциональное воздействие, при котором авторы, во-первых, осознанно выбирают языковые средства и, во-вторых, прибегают к убеждению и аргументированию нежелая к манипуляции и указанию на какой-либо авторитет. Сам формат блога позволяет осуществлять воздействие посредством межличностного взаимодействия, поскольку блог — это «дневниковые записи, раскрывающие частное мнение автора, пишущего для определенного круга читателей (своих подписчиков), с которыми он знаком не только виртуально (члены прихода)» (Чукарькова, 2021: 174). Таким образом, «авторы текстов не упускают из виду просветительские и миссионерские цели...» (там же).

По намерению говорящего выделяют следующие виды речевого воздействия: социальное воздействие, волеизъявление, разъяснение и подача информации, оценочное и эмоциональное воздействие (Федорова, 1991: 48). При социальном воздействии особо важная информация не передается, но происходит некоторое социальное взаимодействие на фатическом уровне: формы приветствия, прощания, извинения, выражения благодарности и тому подобное. Волеизъявление подразделяется на две категории по роли участника в коммуникативном акте: со стороны «волеизъявляющего» это могут быть приказ, призыв, предложение, просьба и т. п.; со стороны отвечающего разделяют согласие или отказ, запрет, разрешение и т. д. В случае разъяснения и подачи информации говорящий стремится передать ее собеседнику. При этом типе воздействия в речи автора преобладают такие глаголы, как «сообщать», «пре-

дупреждать», «объяснять» т. п. К четвертому типу относится оценочное и эмоциональное воздействие. Оценивание, в свою очередь, можно разделить на положительное (похвала и одобрение) и отрицательное (осуждение и обвинение). Эмоциональное воздействие отличается от оценочного тем, что более направлено на личные отношения, чем на общественные. Л. Л. Федорова отмечает следующие виды эмоционального воздействия: брань; угроза; оскорбление, насмешка; утешение, одобрение; ласка (Федорова, 1991: 50).

Социальное воздействие проявляется в блогах как фатическая составляющая коммуникации и может быть выражено при помощи различных устойчивых фраз. Например: “Greetings, all. As you may know, I am the Chief Content Officer for Ancient Faith Ministries” (Damick, 2021a: Электронный ресурс), “Either way, please remember us in your prayers” (ibid.), “Dear Holy Nativity Faithful, Christ is in our midst!” (Gillis, 2021b: Электронный ресурс).

Что касается волеизъявления, то в текстах религиозных блогов это воздействие проявляется довольно интересно, так как «волеизъявляющий» и «отвечающий» могут меняться местами. Например, когда автор блога побуждает читателя к какому-либо действию, он выступает в роли волеизъявляющего, а у читающего статью есть выбор, принимать точку зрения автора или нет. Когда же читатели пишут какие-то идеи в комментариях, в этом случае аудитория выступает в качестве «волеизъявляющего», а священнослужитель может принять во внимание просьбу или отклонить ее. Если говорить о разъяснении и подаче информации, авторы сообщают информацию более повседневного характера. Говоря об оценочном и эмоциональном воздействии, мы можем заключить, что в анализируемых текстах оно встречается довольно часто, так как блоги часто содержат разговорный стиль и личную реакцию на какие-либо жизненные события и ситуации и, таким образом, принадлежат к публицистическому стилю речи, которому свойственна оценочность и эмотивность. Например: “I knew a woman who was a self-professed non-believer, though she was willing to believe” (Freeman, 2021a: Электронный ресурс), “I have known a few scientists throughout my life, real scientists, people who make their living studying the minutiae of the physical world” (Gillis, 2021c: Электронный ресурс).

По характеру средств общения различают вербальное и невербальное воздействие. Вербальное воздействие происходит через различные лингвистические и грамматические средства. В случае вербального воздействия имеется в виду не только средства, с помощью которых автор выражает свою мысль, но и само содержание высказывания, насколько логично и четко оно выстроено, насколько достоверную аргументацию приводит автор.

В исследуемом материале мы обнаружили такие языковые средства, как метафоры, сравнения, религиозная и разговорная лексика, императивные конструкции, восклицательные предложения, риторические вопросы, ксенонимы, различные аллюзии, цитирование и т. п.

Приведем некоторые примеры.

- *Метафора:*

“People coming in won’t be better off if they don’t get planted firmly in the garden and grow to be like Christ” (Damick, 2021b: Электронный ресурс).

- *Сравнение:*

“One Desert Father said that arguing with a thought is like trying to drive a dog away by throwing biscuits at it. You are actually feeding the thought by arguing with it” (Gillis, 2021a: Электронный ресурс).

- *Ксенонимы:*

“There is ‘aqilokoq’ for ‘softly falling snow’ and ‘piegnartoq’ for ‘the snow [that is] good for driving a sled’ (Freeman, 2021a: Электронный ресурс).

- *Цитирование:*

“It says, ‘and immediately the boat was at the land where they were going’ (John 6:21)” (Gillis, 2021d: Электронный ресурс).

Невербальное общение характеризуется участием в процессе коммуникации экстралингвистических факторов. Например, при устном взаимодействии используются мимика, внешность, поза, тембр голоса, жесты и пр. Что касается текста, то невербальное воздействие осуществляется с помощью фотографий, таблиц, схем, диаграмм и т. п.

В анализируемых нами блогах невербальное воздействие выражается в наличии иллюстраций для статей, изменении шрифта и расположения абзацев в статьях, оформлении заголовков.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, с учетом присутствия невербальной составляющей религиозный блог может быть охарактеризован как креолизованный текст. Е. Е. Анисимова говорит о том, что креолизованный текст является «сложным текстовым образованием, в котором вербальные и иконические элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» (Анисимова, 2003: 17). В настоящее время в связи со стремительным развитием новых информационных технологий грамотное составление креолизованных текстов является довольно актуальным, так как с их помощью можно осуществлять как вербальное, так и невербальное воздействие.

Блог как составляющая медиатекста — явление новое, требующее детального описания с точки зрения вербальных и невербальных средств воздействия, обусловленных особенностями интернет-коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Анисимова, Е. Е. (2003) Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. М. : Издательский центр «Академия». 128 с.

Гришечко, Е. Г. (2008) Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. № 4. С. 53–59. EDN: [SZEYIF](#)

Денисюк, Е. В. (2003) Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект : дис. ... канд. фил. наук. : 10.02.01. Екатеринбург. 200 с.

Добросклонская, Т. Г. (2019) Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учеб. пособие. 3-е изд., стер. М. : Флинта. 264 с.

Иссерс, О. С. (2008) Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Едиториал УРСС. 284 с.

Карасик, В. И. (1992) Язык социального статуса / Рос. АН, Ин-т языкознания; Волгогр. гос. пед. ин-т им. А. С. Серафимовича. М. : ИЯз ; Перемена. 330 с.

Круглякова, Г. В., Чукарькова, О. В. (2020) Современные англоязычные православные интернет-СМИ в лингвостилистическом аспекте // Научный вектор Балкан. Т. 4. № 3 (9). С. 44–48. DOI: [10.34671/SCH.SVB.2020.0403.0013](#). EDN: [HTHWTV](#)

Леонтьев, А. А. (1997) Основы психолингвистики. М. : Смысл. 287 с.

Навасартян, Л. Г. (2017) Языковые средства и речевые приемы манипуляции информацией в СМИ (на материале российских газет) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01. Саратов. 172 с.

Петренко, В. Ф. (2005) Основы психосемантики. 2-е изд., доп. СПб. : Питер. 480 с.

Федорова, Л. Л. (1991) Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопросы языкознания. № 6. С. 46–50. EDN: [STTI0B](#)

Чукарькова, О. В. (2021) Языковые средства репрезентации пандемии в англоязычных православных блогах // XXXI Ежегодная богословская конференция Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. М. : Изд-во ПСТГУ. 236 с. С. 174–176. EDN: [VHQSAX](#)

Чукарькова, О. В., Трофимова, А. М. (2022) Блог как средство коммуникации в англоязычном православном интернет-дискурсе // *Modern Humanities Success / Успехи гуманитарных наук*. № 4. С. 116–120. EDN: [KIYONB](#)

Damick, A. S., Fr. (2021a) AFM statement regarding Abbot Tryphon's blog [Электронный ресурс] // *Ancient Faith Blogs*. September 19. URL: <https://blogs.ancientfaith.com/asd/2021/09/19/afm-statement-regarding-abbot-tryphons-blog/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Damick, A. S., Fr. (2021b) The sudden influx into the Orthodox Church [Электронный ресурс] // *Ancient Faith Blogs*. September 29. URL: <https://blogs.ancientfaith.com/asd/2021/09/29/the-sudden-influx-into-orthodox-churches/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Freeman, S., Fr. (2021a) A noetic life [Электронный ресурс] // *Orthodox Christianity and the World (Pravmir.com)*. September 19. URL: <https://pravmir.com/a-noetic-life/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Freeman, S., Fr. (2021b) Living large — and long [Электронный ресурс] // *Orthodox Christianity and the World (Pravmir.com)*. September 1. URL: <https://pravmir.com/living-large-and-long/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021a) Aceticism: Facing the sun [Электронный ресурс] // *Ancient Faith Blogs*. September 23. URL: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/aceticism-facing-the-sun/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021b) Hiding in the midst of strife [Электронный ресурс] // *Ancient Faith Blogs*. September 9. URL: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/hiding-in-the-midst-of-strife/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021c) Love in a world of uncertainty [Электронный ресурс] // *Ancient Faith Blogs*. September 30. URL: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/love-in-a-world-of-uncertainty/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021d) Peace in chaos [Электронный ресурс] // *Ancient Faith Blogs*. September 17. URL: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/peace-in-chaos/> [архивировано в [Wayback Machine](#)] (дата обращения: 10.06.2022).

Дата поступления: 20.05.2022 г.

REFERENCES

Anisimova, E. E. (2003) *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaia kommunikatsiia (na materiale kreolizovannykh tekstov)* [The linguistics of the text and intercultural communication (Based on creolized texts)]: A study guide for foreign language faculties. Moscow: Publishing Center "Academia". 128 p. (In Russ.).

Grishechko, E. G. (2008) *Opredelenie poniatii rechevogo vozdeistviia i vidy etogo vozdeistviia* [A definition of the concept of verbal impact and its types]. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, no. 4, pp. 53–59. (In Russ.). EDN: [SZEYIF](#)

Denisiuk, E. V. (2003) *Manipulativnoe rechevoe vozdeistvie: kommunikativno-pragmaticeskii aspekt* [Manipulative verbal impact: Communicative and pragmatic aspect]: Diss. ... Candidate of Philology: 10.02.01. Yekaterinburg. 200 p. (In Russ.).

Dobrosklonskaia, T. G. (2019) *Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniiu iazyka SMI (sovremennaia angliiskaia mediarech')* [Media linguistics: The systematic approach to mass media language studies (modern English speech in the mass media)]: A study guide. 3rd edn., stereotype. Moscow: Flinta. 264 p. (In Russ.).

Issers, O. S. (2008) *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Moscow: Editorial URSS. 284 p. (In Russ.).

Karasik, V. I. (1992) *Iazyk sotsial'nogo statusa* [The language of social status] / Russian Academy of Sciences, Institute of Linguistics; A. S. Serafimovich Volgograd State Pedagogical Institute. Moscow Institute of Linguistics; Peremena. 330 p. (In Russ.).

Krugliakova, G. V. and Chukarkova, O. V. (2020) *Sovremennye angloiazыchnye pravoslavnye internet-SMI v lingvostilisticheskom aspekte* [Some stylistic features of contemporary English internet mass media texts in the religious (Orthodox) domain]. *Nauchnyi vektor Balkan*, vol. 4, no. 3 (9), pp. 44–48. (In Russ.). DOI: [10.34671/SCH.SVB.2020.0403.0013](#). EDN: [HTHWTV](#)

Leontiev, A. A. (1997) *Osnovy psikholingvistiki* [The basics of psycholinguistics]. Moscow: Smysl. 287 p. (In Russ.).

Navasartian, L. G. (2017) *Iazykovye sredstva i rechevye priemy manipuliatsii informatsiei v SMI (na materiale rossiiskikh gazet)* [Language means and verbal methods for information manipulation in the mass media (A case study of Russian newspapers)]: Diss. ... Candidate of Philology: 10.02.01. Saratov. 172 p. (In Russ.).

Petrenko, V. F. (2005) *Osnovy psikhosemantiki* [The basics of psycholinguistics]. 2nd edn., enlarged. St. Petersburg: Piter. 480 p. (In Russ.).

Fedorova, L. L. (1991) *Tipologii rechevogo vozdeistviia i ego mesto v strukture obshcheniia* [Typology of verbal influence and its place in the structure of

communication]. *Voprosy iazykoznanii*, no. 6, pp. 46–50. (In Russ.). EDN: [STTI0B](#)

Chukarkova, O. V. (2021) Iazykovye sredstva reprezentatsii pandemii v angloiazychnykh pravoslavnykh blogakh [The language means representing the pandemic in English Orthodox (Christian) blogs]. In: *XXXI Ezhegodnaia bogoslovskaiia konferentsiia Pravoslavnogo Sviato-Tikhonovskogo humanitarnogo universiteta [31st Annual Theological Conference of St. Tikhon's Orthodox University]* : Proceedings. Moscow : PSTGU Publ. 236 p. Pp. 174–176. (In Russ.). EDN: [VHQSAX](#)

Chukarkova, O. V. and Trofimova, A. M. (2022) Blog kak sredstvo kommunikatsii v angloiazychnom pravoslavnom internet-diskurse [Blog as a communication means in the English Orthodox (Christian) Internet discourse]. *Modern Humanities Success / Uspekhi humanitarnykh nauk*, no. 4, pp. 116–120. (In Russ.). EDN: [KIYONB](#)

Damick, A. S., Fr. (2021a) AFM statement regarding Abbot Tryphon's blog. *Ancient Faith Blogs*, September 19. [online] Available at: <https://blogs.ancientfaith.com/asd/2021/09/19/afm-statement-regarding-abbot-tryphons-blog/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Damick, A. S., Fr. (2021b) The sudden influx into the Orthodox Church. *Ancient Faith Blogs*, September 29. [online] Available at: <https://blogs.ancientfaith.com/asd/2021/09/29/the-sudden-influx-into-orthodox-churches/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Freeman, S., Fr. (2021a) A noetic life. *Orthodox Christianity and the World (Pravmir.com)*, September 19. [online] Available at: <https://pravmir.com/a-noetic-life/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Freeman, S., Fr. (2021b) Living large — and long. *Orthodox Christianity and the World (Pravmir.com)*, September 1. [online] Available at: <https://pravmir.com/living-large-and-long/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021a) Aceticism: Facing the sun. *Ancient Faith Blogs*, September 23. [online] Available at: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/aceticism-facing-the-sun/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021b) Hiding in the midst of strife. *Ancient Faith Blogs*, September 9. [online] Available at: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/hiding-in-the-midst-of-strife/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021c) Love in a world of uncertainty. *Ancient Faith Blogs*, September 30. [online] Available at: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/love-in-a-world-of-uncertainty/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Gillis, M., Fr. (2021d) Peace in chaos. *Ancient Faith Blogs*, September 17. [online] Available at: <https://blogs.ancientfaith.com/prayingintherain/2021/09/peace-in-chaos/> [archived in [Wayback Machine](#)] (accessed 10.06.2022).

Submission date: 20.05.2022.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Трофимова Анастасия Михайловна — студентка магистратуры историко-филологического факультета Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Адрес: 109651, Россия, г. Москва, ул. Иловайская, д. 9, корп. 2. Эл. адрес: trofimovaanastasiia98@mail.ru. Научный руководитель — кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии историко-филологического факультета Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета Ольга Владимировна Чукарькова.

ABOUT THE AUTHOR

TROFIMOVA Anastasiia Mikhailovna, Master's Student, Faculty of History and Philology, St. Tikhon's Orthodox University. Postal address: Bldg. 2, 9 Plovaiskaya St., 109651 Moscow, Russian Federation. E-mail: trofimovaanastasiia98@mail.ru. Research adviser: Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Romance and Germanic Philology, Faculty of History and Philology, St. Tikhon's Orthodox University Olga Vladimirovna Chukarkova.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Трофимова А. М. Особенности речевого воздействия в медиатексте религиозной направленности (на материале англоязычных православных блогов) [Электронный ресурс] // Горизонты гуманитарного знания. 2022. № 4. С. 54–66. URL: <https://journals.mosgu.ru/ggz/article/view/1696> (дата обращения: дд.мм.гггг). DOI: [10.17805/ggz.2022.4.5](https://doi.org/10.17805/ggz.2022.4.5)