

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ РЕЛИГИИ В МЕДИАСФЕРЕ: ЛИНГВО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА СВЯЩЕННИКА ПАВЛА ОСТРОВСКОГО)

М. Я. Розенфельд, М. Л. Пришельцева

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 20 декабря 2024 г.

Аннотация: в статье рассматриваются композиционные, прагматические и стилистические особенности текстов Telegram-канала православного священника Павла Островского, способствующие популяризации религии. Проведенный лингво-прагматический анализ показывает, что ключевым фактором привлечения внимания к каналу является преобладание в нем постов социальной направленности; также среди таких факторов — неформальная тональность общения, установка на диалог с адресатом, использование экспрессивных языковых средств, свойственных публицистическим текстам, структурирование постов религиозного содержания по модели жанра проповеди. **Ключевые слова:** новые медиа, Telegram, популяризация религии, медиастилистика, медиалингвистика.

Abstract: the article analyzes the compositional, pragmatic, and stylistic features of texts from the Telegram channel of Orthodox priest Pavel Ostrovsky, highlighting how these texts contribute to the popularization of religion. The linguistic and pragmatic analysis shows that the key factor in attracting attention to the channel is the predominance of social posts in it; also among such factors are the informal tone of communication, the attitude towards dialogue with the addressee, the use of expressive linguistic means peculiar to journalistic texts, the structuring of posts of religious content according to the model of the preaching genre.

Keywords: new media, Telegram, popularization of religion, style, media journalism, media linguistics.

Приложение Telegram было создано в 2013 году как мессенджер с типичным для приложений такого типа инструментарием. Благодаря своему удобству и безопасности, Telegram быстро завоевал популярность аудитории, став не только платформой для обмена сообщениями, но и новым информационным пространством. По данным компании MEDIASCOPE, занимающейся разноаспектным исследованием медиа в России, Telegram-каналы с большим числом подписчиков и просмотров — это главным образом каналы, имеющие общественно-политическую или новостную направленность [данные января 2024 года: 1]. Как указывает А. А. Градюшко, «в условиях снижения институционального доверия к крупным медиа именно телеграм-каналы становятся альтернативой новостным сайтам» [2, 98]. Известно, что более 80% пользователей «Телеграма» не только обмениваются сообщениями, но и являются подписчиками каких-либо каналов, и в среднем 47% населения России ежедневно пользуется этим приложением [1].

Совмещение функций мессенджера и социальной сети делает Telegram удобной площадкой для трансляции и популяризации идей. В то же время, в отличие от социальных сетей, в Telegram отсутствует новостная лента, где новые посты вытесняют старые, делая их менее заметными для читателя. Функционал «Телеграма» обеспечивает удобный по-

иск информации, возможность вернуться к тому или иному тексту. Горизонтальный принцип организации данной платформы заключается в том, что информация любого типа, в том числе посты каналов с большим или малым количеством подписчиков, поступает читателю в форме личного сообщения. Лишенная иерархии структура Telegram обуславливает не только удобство его использования, но и особый характер общения, осуществляющегося здесь. Авторы публичных многотысячных каналов оказываются уравниваемыми в коммуникативных правах с лицами, использующими платформу исключительно как мессенджер.

Уникальный характер телеграм-коммуникации уже находит научное осмысление в исследованиях политологов, маркетологов, психологов [3, 302]. Однако «работ, в которых была бы предпринята попытка представить целостную картину бытования медиатекстов в телеграм-каналах, в настоящее время недостаточно» [2, 99].

В последние несколько лет феномен Telegram попадает в фокус внимания дискурсивной и медиалингвистики. В научный обиход вводятся понятия *телеграм-дискурс* и *телеграм-пост*. Под телеграм-дискурсом понимают «совокупность мультимодальных произведений, связанных в тематическом, коммуникативно-прагматическом и / или функционально-целевом планах и получающих распространение по каналам Telegram в виртуальной среде»

[3, 21]. Телеграм-пост «представляет собой мультимодальный гипертекст — помещенное в ячейку небольшое сообщение, которое может содержать как вербально выраженную информацию, так и изображения, диаграммы, графики, аудио- или видеоматериалы» [5, 35]. По мнению С. Л. Кушнерук, телеграм-дискурс характеризуется диалогичностью, обусловленной характером процесса коммуникации — возможностью оставлять комментарии, реакции. При этом, «...даже в том случае, когда комментарии запрещены, «гипотеза адресата», т.е. «смысловая позиция реципиента», на которую ориентируется телеграмер, продолжает учитываться в структуре телеграм-поста» [4, 306]. Л. С. Кушнерук подчеркивает, что данный факт способствует расширению возможностей идеологического использования телеграм-дискурса.

В качестве ключевой тенденции, описывающей речевой облик «Телеграма», выделяют трансформацию письменной речи в письменно-разговорную. В текстах данной платформы появляется так называемая «письменная разговорность», которая порождает следующие прагматические «эффекты»: спонтанность коммуникации; непринужденность двустороннего общения; неформальность общения; свобода выражения мысли; аутентичность, подчеркивающая подлинность сообщений; экспрессивность [4]. Указанная речевая тенденция и ее проявления не являются эндемичными свойствами текстов платформы «Телеграм». Рождение и активное развитие устно-письменной формы коммуникации — ключевая черта современного интернет-дискурса.

Близость к устной речи и — как следствие — разговорность текстов Telegram сочетается с языковыми особенностями, присущими публицистике. «В целом для текстов Telegram-каналов характерны общие черты публицистического стиля, в частности сочетание экспрессии и стандарта, и типичные для данного стиля языковые средства» [6, 62]. Так или иначе, при тематической разнородности текстов Telegram-каналов очевидна их массовая адресация, определяющая специфику телеграм-коммуникации и являющаяся предпосылкой для успешной популяризации научного или религиозного знания при помощи данной площадки. «Телеграм» сегодня включает большое количество научно-популярных каналов и каналов религиозной тематики.

Распространение религиозного знания, приобщение людей к вере всегда являлось целью Церкви. Осознавая необходимость присутствия в информационном пространстве, Русская православная церковь обращается к аудитории посредством СМИ, причем как традиционных, так и новых — социальных сетей, мессенджеров, платформ для обмена видеоконтентом.

По данным проекта «Каталог православных каналов», в настоящее время в российском сегменте

«Телеграма» существует более 130 каналов религиозной тематики. Священнослужители ведут блоги, таким образом осуществляя христианское просвещение аудитории. Этот способ социальной коммуникации обладает высоким воздействующим потенциалом в том числе на молодежную аудиторию.

Сетевые посты отличаются жанровым своеобразием, проявляющееся на различных текстовых уровнях [7, 2]. Целью настоящего исследования является выделение ключевых особенностей текстов, размещенных в социальной сети «Телеграм», с помощью которых осуществляется популяризация религии.

Источником материала нашего исследования послужил телеграм-канал Павла Островского, одного из самых популярных в интернет-среде православных священников. Павел Островский является активным пользователем Telegram, в его канале в сутки в среднем размещается 8 публикаций. Посты авторского канала различаются по размеру, структуре, тематике и языку. Возможно, такое композиционно-стилистическое разнообразие текстов помогает сохранять неизменно высокий интерес аудитории к каналу Павла Островского.

Учитывая высокую скорость наполнения данного телеграм-канала и — следовательно — большое количество размещенных там публикаций, мы ограничили материал исследования одним месяцем опубликования. В течение августа 2024 года Павел Островский разместил в своем канале 272 поста, ставших объектом нашего рассмотрения.

Анализ тематики постов показывает, что в канале Островского можно выделить три основные тематические разновидности текстов. Это информационные посты, посты религиозного содержания и сообщения на социально значимые темы. Число постов первых двух групп приблизительно одинаково: 32 и 35 соответственно. В информационных постах Павел Островский рассказывает о выходе новых видео, запуске просветительских проектов, публикует анонсы встреч. В постах религиозного содержания говорит о христианских праздниках, дает популярные разъяснения цитат из Евангелия и других христианских текстов.

Большинство же постов (около 200) — это высказывания на социально значимые темы. Зачастую такие высказывания являются реакцией на инфоповоды (в августе это замедление YouTube, арест Павла Дурова, события в Курской области), а также интерпретацией различных социальных процессов. В постах социальной направленности оценка событий дается с позиций христианской этики, также в них может высказываться субъективное мнение автора.

На наш взгляд, именно акцентирование внимания на общественно-политической тематике является способом привлечения аудитории к контенту канала. Иерей Павел Островский выступает здесь не только как духовный наставник, но и как лидер

общественного мнения, затрагивая важные для подписчиков темы, предлагая «христианские ответы на современные вызовы».

Лингво-прагматический анализ текстов телеграм-канала Павла Островского позволяет выделить как черты, присущие постам вне зависимости от их тематики, так и особенности, характерные для постов той или иной тематической направленности.

Одной из доминирующих черт, свойственных проанализированным текстам, является *установка на диалог*. Стоит отметить, что значительная часть публикаций в блоге Павла Островского представляет собой комментарии к текстам СМИ или постам других пользователей (репосты с комментарием). Многие из них являются прямым обращением к автору того или иного текста.

«Екатерина Михайловна [Екатерина Мизулина], а разве удаление отечественной соцсети ЯРУС год назад, которая реально набирала обороты, это не еще хуже?...» (26.08). Посты могут быть адресованы подписчикам данного канала или определенной части интернет-аудитории в целом. «Это обращение к нашим многим военкорам, журналистам, крупным пабликам и СМИ. Вы совсем потеряли грани дозволенного, когда публикуете жуткие видео и фото, на которых не просто заснята гибель людей, но все показано в подробностях» (26.08). Некоторые тексты являются ответной репликой на высказывания, распространенные среди участников общественной дискуссии по тому или иному социально значимому вопросу. «Часто слышу, что наше общество разделено на тех, кто осознал, что идет СВО, и на тех, кому до лампочки — моя хата с краю. Понимая, что последние конечно же имеются, хочу заметить, что подавляющее большинство людей давно все уже осознало» (26.08).

Посты, имеющие диалогический характер, часто содержат в себе вопросительные конструкции. Риторические вопросы, обращенные к аудитории, усиливают воздействующий потенциал текстов.

«Мы русские! С нами Бог!

А мы с Ним?

Сегодня воскресный день, канун великого праздника Преображения Господня. Много русских людей пошли в церковь прославить Бога?» (16.08).

Еще одна значимая прагматическая особенность текстов Павла Островского — *неформальная тональность коммуникации с адресатом*. Прежде всего эта черта проявляется в выборе автором обращения к подписчикам канала. Большинство постов обращений не содержит, однако если последние появляются, это слова «друзья» и «ребята». «Друзья! Подписал для вас новую партию детских книг» (21.08). Интересно, что традиционное для православного дискурса обращение «братья и сестры» в проанализированных публикациях встречается всего один раз.

Неформальный характер коммуникации с адресатом проявляется также в наличии в текстах авторской

иронии. «Если бы Криштиану Роналду зарегистрировался на RuTube, то в первый час на него бы подписалось 0 человек, так как его канал проходил бы модерацию более суток. А потом был бы удален в ноябре, так как не подал бы о себе данные в Роскомнадзор» (21.08).

Следует отметить, что ожидаемые от текстов православного священника стилистическая нейтральность, коммуникативная сдержанность, возможная языковая архаичность в целом постам данного телеграм-канала не свойственны. Напротив, отмечаем *экспрессивность*, реализуемую при помощи таких языковых средств и стилистических приемов, которые нередко используются для привлечения внимания в современных медиа. Это разговорная лексика и фразеология, неологизмы, словотворчество. «Сбудется ли это пророчество, и о том ли оно, что сейчас происходит, я не знаю. Наблюдаем, читаем Библию, любим врагов, все ок»; «Странные вы, ребята, словно вся наша деятельность совершается с помощью птиц и березок, то есть чудесно-естественным способом, а не за счет как раз соцсетей и блогинга»; «Пусть хоть весь мир на уши встанет, но я все равно смогу любить Бога и ближних. Кто может мне запретить не вешать на людей ярлыки и не разделять их по многочисленным признакам?» (26.08).

Экспрессивный язык телеграм-канала нередко является средством реализации *установки на поучение*, присутствующей во многих проанализированных постах. Данное лингво-прагматическое свойство ожидаемо в случае текстов священнослужителя. Наставления могут содержать императив, модальные глаголы, глаголы в повелительном наклонении. «Так что, друзья мои возмущающиеся, не будьте слепыми потребителями, а подумайте хоть немного о тех трудностях, с которыми сталкиваются те, кто почти без выходных старается сделать для вас хороший контент» (2.08).

Выбор способа реализации установки на поучение обуславливается тематикой публикации. В постах социальной направленности воздействующий эффект достигается преимущественно языковыми средствами, как было показано выше. В постах собственно религиозного содержания важную роль играет их структура, набор и последовательность приводимых аргументов, среди которых наиболее распространенным является аргумент к авторитету. Такие сообщения нередко включают цитаты религиозных текстов, могут строиться как комментарий к словам Священного Писания, текстам святых отцов.

Посты с цитатой в основе по формальным и содержательным характеристикам напоминают проповедь и с определенной долей условности могут быть рассмотрены в соотношении с этим жанром церковно-религиозного стиля. В богословской литературе [8] композиция проповеди описывается следующим образом. Гомилия (смешанная), то есть проповедь, посвященная толкованию библейского текста, включает

в себя Вступление — Анализ библейского текста — Вероучительное или нравоучительное наставление — Заключение. Слово, то есть тематическая проповедь, включает в себя Вступление — Изложение — Нравственное приложение — Заключение.

Тексты Павла Островского с цитатой в основе могут воспроизводить структуру проповеди полностью или частично.

«Немного мудрости царя Соломона на ночь, чтобы уравновесить некоторые политические рассуждения, бывшие сегодня у меня в ленте. (Вступление)

«Страх Господень прибавляет дней, лета же нечестивых сократятся»

Многим не нравится слово «страх», упоминаемое в Библии, потому что люди ему придадут панический и животный оттенок, что совершенно неверно по отношению к Богу. Ведь страх Божий — это памятование о Боге, тормоза в момент пылающих страстей, начало мудрости (Изложение).

Богобоязненный человек — это благодарный человек; для него каждый прожитый день — это ДЕНЬ, а не овощное существование. Так как иногда человек может прожить 80 лет, но из них настоящих дней может и сотни не наберется.

Цените время, друзья мои! И спокойной ночи (Нравственное приложение).

Ангела Хранителя ко сну (Заключение)» (24.08).

Проповедь — жанр церковно-религиозного стиля, существующий в устной форме. В данном случае мы имеем дело с сетевым постом, то есть речью письменной, соотносимой с медиадискурсом. Однако рассмотренное речевое произведение структурируется по правилам проповеди, содержательно соответствует традициям церковно-религиозного стиля. Описанный пример показывает, что воздействие в телеграм-текстах может достигаться не только при помощи экспрессивных языковых средств, но и определенной жанрово ориентированной композиции. Медийная трансформация религиозного текста привлекает к нему внимание широких масс, популяризируя его.

Таким образом, проведенный лингво-прагматический анализ текстов телеграм-канала священника Павла Островского позволил выделить несколько ключевых черт, способствующих популяризации религии в данном медиа. Посты социальной направленности, отсылающие к актуальной новостной повестке,

размещенные в телеграм-канале клирика, привлекают внимание пользователей к телеграм-каналу в целом, а значит, и к текстам христианской тематики. Неформальная тональность общения и установка на диалог с адресатом способствуют удержанию интереса аудитории к данному медиа. Прагматическим потенциалом обладает экспрессивность текстов, реализуемая при помощи ряда стилистических средств и приемов, а также специфической композиции некоторых постов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аудитория Telegram в четвертом квартале 2023: исследование Mediascope. — Режим доступа: <https://mediascope.net/news/1776850/> (дата обращения: 23.02.2025)

2. Градюшко А. А. Языковая специфика новостных медиатекстов в телеграм-каналах / А. А. Градюшко // Весті БДПУ. Серія 1, Педагогіка. Психологія. Філологія. — 2022. — № 1. — С. 98–101.

3. Кушнерук С. Л. Телеграм-дискурс как формат цифровой коммуникации / С. Л. Кушнерук // Медиалингвистика. — 2024. — № 3. — С. 300–324.

4. Кушнерук С. Л. Telegram как социально-политическое и языковое явление: география и проблематика новейших исследований / С. Л. Кушнерук // Политическая лингвистика. — 2023. — № 4. — С. 12–24.

5. Дускаева Л. Р. Речевая организация метатекста телеграм-поста / Л. Р. Дускаева // Вестник Московского университета. — Серия 10: Журналистика. — 2023. — № 1. — С. 30–65.

6. Куликова В. А. Влияние канала передачи информации на языковые особенности медиадискурса: сопоставление Telegram-каналов и сайтов СМИ / В. А. Куликова // Язык-речь-текст в интернет-коммуникации: сб. ст. — Н. Новгород. — 2023. — С. 56–63.

7. Кузнецова Е. М. Как правильно писать посты: рекомендации и примеры от брендов / Е. М. Кузнецова. — [сайт]. — Режим доступа: <https://semantica.in/blog/kak-sdelat-post-v-vk-formaty-oformlenie-i-posting.html> (дата обращения: 10.02.2025).

8. Гомилетика: учебник бакалавра теологии / В. В. Бурега, архимандрит Симеон (Томачинский); Общецерковная аспирантура и докторантура им. святых равноапостольных Кирилла и Мефодия. — М.: Общецерковная аспирантура и докторантура им. святых равноапостольных Кирилла и Мефодия: Познание, 2018. — 451 с.

*Воронежский государственный университет
Розенфельд М. Я., кандидат филологических наук, доцент кафедры издательского дела
E-mail: maryanka.08@mail.ru*

*Пришельцева М. Л., магистрант филологического факультета
E-mail: mprisheltseva@gmail.com*

*Voronezh State University
Rozenfeld M. Ya., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Publishing
E-mail: maryanka.08@mail.ru*

*Prisheltseva M. L., Master's Student, Faculty of Philology
E-mail: mprisheltseva@gmail.com*