

УДК 81'42: 27.1

СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРАВОСЛАВНОМ ДИСКУРСЕ

Ирина Николаевна Щукина

к. филол. н., доцент кафедры русского языка и стилистики

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. yatik@mail.ru

Елена Ивановна Хазанжи

аспирант кафедры русского языка и стилистики

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. elena.hazanzhi@mail.ru

Рассмотрено понятие адресата проповеди, а также корреляция отношений адресант – адресат и типов воздействия автора проповеди в религиозном дискурсе. Представлено авторское видение структуры картины мира, которая определяет композиционные особенности построения проповеди (понимаемой как типичный и вместе с тем специфичный жанр религиозного дискурса) и лингвистические средства. Приведены результаты анализа функционирования средств воздействия, включая невербальные, и их интерференции в религиозном дискурсе. Исследование проведено методом когнитивно-дискурсного анализа. Материалом послужили тексты проповедей (в том числе телевизионных) и размещенный в Интернете фильм А. Монастырева «Постовой сионизма».

Ключевые слова: дискурс; религиозные СМИ; виртуальные проповеди; вербальные и невербальные средства воздействия.

MEANS OF INFLUENCE IN RELIGIOUS DISCOURSE

Irina N. Shchukina

Reader of Russian Language and Stylistics Department

Perm State National Research University

Elena I. Khazanzhi

Post-graduate Student of Russian Language and Stylistics Department

Perm State National Research University

The concept of the sermon addressee, correlation of relations between the sender and the addressee and the type of influence in religious discourse are considered. The research gives the author's vision of the structure picture of the world which determines the framework of the sermon (understood as a typical, yet a specific genre of religious discourse) and its linguistic means. The results of the analysis of the means functioning, including non-verbal, and their interference in the religious discourse are given. The cognitive discourse analysis was used in the study. The analysis data were the texts of sermons (including TV versions) and the Internet movie “The guard of Zionism” by A. Monastirev.

Key words: discourse; religion media; virtual sermons; verbal and non-verbal means of influence.