

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИБЛЕИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ РОССИИ, ИСПАНИИ, ИТАЛИИ, ФРАНЦИИ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Статья посвящена лингвопрагматическому анализу функционирования фразеологизмов библейского происхождения (библейских) в языке современной качественной прессы России, Испании, Италии, Франции и Великобритании. Цель статьи заключается в исследовании реализации библейских в медиадискурсе на материале газетных изданий пяти лингвокультур. Автор статьи рассматривает библейские как прецедентные феномены, а также средство речевого воздействия. Как особый художественно-выразительный прием анализируются наиболее частотные виды трансформации фразеологизмов библейского происхождения, употребляемых в современных российских и западноевропейских публицистических текстах.

Ключевые слова: медиалингвистика, медиадискурс, медиатекст, библейская фразеология, библейские, сопоставительный анализ, прецедентный текст.

Феномен прецедентности, лежащий в области когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, находит отражение в различных сферах знания и характеризуется универсальностью и известностью широкому кругу лиц [1, с. 5]. Знание прецедентных текстов свидетельствует о принадлежности языковой личности к конкретной эпохе и соответствующей лингвокультуре.

Текст Священного Писания можно по праву назвать основополагающим элементом литературного канона не только западной культуры, но и мира в целом. Библейский текст как источник прецедентных феноменов отличается хрестоматийностью и задает модель постоянной воспроизводимости в различных видах дискурса. Одной из основных характеристик ключевой книги христианства является ее кросс-культурный универсализм, который выражается на уровне языка. Библия способствует образованию новых текстов, содержащих в себе прецедентные феномены, интертекстуальные общности с мотивами Священного Писания в виде библейских фразеологизмов, имен и цитат. Благодаря культуuroобразующему характеру «Книги книг» библейская прецедентность создает свою концептосферу и представляет собой динамическое образование, так как текстовые реминисценции и прямое цитирование находят выражение в бесконечном числе вариантов во всех дискурсах.

В рамках данного исследования мы остановились на рассмотрении функционирования библейских фразеологизмов как прецедентных феноменов в сфере медиадискурса, который представляет собой производное понятие от теории дискурса, однако в современной лингвистике выделяется как отдельное направление. Вслед за Т.Г. Добро-

* © Реунова Е.В., 2015

Реунова Елена Владимировна (helen.reunova@gmail.com), кафедра иностранных языков, Российский университет дружбы народов, 117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6.

склонской под медиадискурсом мы понимаем «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [1, с. 198].

Дискретной единицей медиадискурса является медиатекст, концепция которого раскрывается в отходе от понимания текста как линейной последовательности вербальных знаков, объединенных общим смыслом. В рамках медиалингвистики текст рассматривается как многоуровневое и объемное семиотическое явление, сочетающее в себе собственно вербальные элементы и медийные свойства того или иного типа СМИ [2, с. 27].

Библейские фразеологизмы, благодаря их художественно-эстетическим свойствам, представляют собой один из обязательных стилистических составных элементов языка периодической печати. Библеизмы, употребляемые в современных СМИ, раскрывают различные лингвопрагматические параметры, являясь источником эмоционально-экспрессивного воздействия на читателя, а также способом актуализации структурно-стилевых особенностей языка качественной прессы.

Из-за частой воспроизводимости и повторяемости языковых оборотов на страницах газет и журналов часто используемые выражения, особенно в своей исходной форме, постепенно утрачивают экспрессивно-выразительные свойства, зачастую превращаясь в клише. Для сохранения потенциала коммуникативно-прагматического воздействия на аудиторию устойчивые выражения подвергаются различным видам трансформации в медийном дискурсе.

Для достижения цели статьи были рассмотрены и проанализированы наиболее частотные и релевантные трансформации фразеологических единиц в современном языке качественной прессы России, Испании, Италии, Франции и Великобритании. Задачи настоящего исследования решались на материале периодических газетных изданий (включая их печатные и интернет-версии) за 1998–2015 гг.: *Российская газета*, *КоммерсантЪ*, *Известия*, *Ведомости*, *El Mundo*, *El País*, *La Vanguardia*, *Hispanidad*, *La Repubblica*, *Corriere della Sera*, *Le Figaro*, *Le Monde*, *Le Monde Diplomatique*, *Le Point*, *La République*, *The Times*, *The Guardian*, *The Daily Telegraph*, *The Daily Mail*, *The Economist* и др.

В числе окказиональных преобразований исследовались структурно-семантические (замена компонента библеизма, расширение/сокращение компонентного состава компонентов) и семантические трансформации библеизмов (буквализация, двойная актуализация значения, семантизация) в газетной полосе [3, с. 4].

Рассмотрим ряд структурно-семантических преобразований библеизмов в российском и западноевропейском медиадискурсе.

Замена составного компонента библейского фразеологизма относится к числу наиболее распространенных приемов трансформации религиозных терминов в современной качественной прессе, например:

Пути господни неисповедимы → «неисповедимы пути *русской классики*» (КоммерсантЪ. 23.05.2014); «пути *моды* неисповедимы» (Российская газета. 01.11.2012); «пути *нефтяной ренты* неисповедимы» (Российская газета. 04.03.2012); «пути *девелоперов* неисповедимы» (Российская газета. 23.10.2013) [4];

Coloso con los pies de barro (исп. «колосс на глиняных ногах») → *un mercado laboral con los pies de barro* («рынок труда на глиняных ногах») (El País. 29.04.2011); *un líder serio con pies de barro* («серьезный лидер на глиняных ногах») (El País. 05.05.2013); *poder con pies de barro* («власть на глиняных ногах») (El País. 07.11.2013) [5];

Il giudizio salomonico, il consiglio salomonico, la decisione salomonica (итал. «соломоново решение, суд Соломона») → *ipotesi salomonica* (досл. «соломонова гипотеза» — «мудрая гипотеза») (La Stampa. 18.07.13); *un salomonico pareggio* (досл. «соломонова

игра вничью», «закончить матч вничью – соломоново решение» (La Stampa. 10.03.2014)[6];

La terre de lait et de miel (франц. «земля, текущая млеком и медом») → *une ère de lait et de miel* (досл. «эра молока и меда» – «эра процветания») (Le Monde. 09.10.2014); *un rêve de miel et de lait* (досл. «мечта из молока и меда») (Le Monde. 19.04.2013); *voix de lait et de miel* (букв. «голос из молока и меда») (Le Monde. 09.12.2007) [7];

How are the mighty fallen/How have the mighty fallen (англ. «как пали сильные на брани») → *how the mighty have aged* (досл. «как сильные постарели») (The Times. 19.05.2007); *how are the mighty rumbled* («как сильные бушевали») (The Guardian. 12.04.2009) [8].

Библеизмы довольно часто трансформируются путем **расширения или усечения их компонентного состава**. Структура фразеологизма намеренно увеличивается автором благодаря добавлению языковых единиц или же сокращается, что неизбежно ведет к усилению образности и экспрессивности высказывания (табл. 1).

Таблица 1

Примеры структурно-семантических трансформаций библеизмов

<i>В общем, технологии – это альфа и омега любого современного высокоинтеллектуального клиентского бизнеса.</i> (Ведомости. 19.11.2012)	Библейский фразеологизм «альфа и омега» дополняется словосочетанием «клиентский бизнес», таким образом, автор подчеркивает центральное и основополагающее значение технологий в развитии предпринимательской деятельности в наши дни
<i>L'adorazione dell'antico vitello d'oro ha trovato una nuova e spietata immagine nel feticismo del denaro e nella dittatura dell'economia senza volto né scopo.</i> (La Stampa. 16.05.2013)	В состав итальянского библеизма <i>vitello d'oro</i> («золотой/золотой телец») вводится определение <i>antico</i> («старый, древний»), тем самым подчеркивается стародавность обычая поклонения золотому тельцу, нашедшему новую форму в настоящее время – «культ денег и обезличенная экономика»
<i>Serge Mucetti avance avec un brin de désarroi que «comme Moïse il ne verra pas le pays de Canaan». Reste que la Centrafrique semble encore loin de devenir une terre promise où coulent le lait et le miel.</i> (Le Monde. 05.12.2013)	Слово <i>terre</i> («земля»), входящее в состав французского библеизма <i>terre de lait et de miel/terre qui coule du lait et du miel</i> («земля, текущая молоком/млеком и медом»), дополняется эпитетом <i>promise</i> («обещанная»), при сочетании с которым образует еще один фразеологизм со значением «земля обетованная». Таким образом, расширенный компонентный состав библеизма привел к одновременной актуализации двух библеизмов в контексте. Данный прием, безусловно, усиливает уровень экспрессии во фрагменте статьи, посвященной проблемам стран Центральной Африки, ситуация в которых еще очень далека от «земли обетованной, где текут молоко и мед»

К числу семантических трансформаций библеизмов в прессе относится прием **буквализации значения**, при котором на первый план выходит прямое значение фразеологизма, являющееся основой для его образности. Например:

В этой египетской истории простые горожане напоминают толпу на арабском рынке... Тут курят благовония, трубят в какие-то иерихонские трубы... (Известия. 28.09.2005) [9].

Библеизм «иерихонская труба», означающий «очень сильный и громкий голос», в данном фрагменте статьи употребляется в прямом значении при описании новой постановки оперного спектакля.

Преобразование фразеологического оборота с помощью **двойной актуализации значения** библеизма достигается при сочетании фразеологического значения выражения и его внутренней формы или образной основы (табл. 2).

Таблица 2

Примеры семантических трансформаций библеизмов

<p><i>Para los demás, la tarde fue de llanto y crujiir de dientes y clavículas, como a los desgraciados del Garmin, para quienes en general, y para su irlandés Dan Martin en particular, Irlanda ha sido su tumba.</i> (El País. 09.05.2014)</p>	<p>В статье о тяжелой велосипедной гонке, в результате которой получили травмы многие спортсмены, употреблен испанский библеизм <i>el llanto y crujiir de dientes</i> («плач и скрежет зубовой») в виде оборота <i>tarde fue de llanto y crujiir de dientes y clavículas</i>, что буквально означает, что день был наполнен «плачем, скрежетом зубов и ключиц». Таким образом, буквальный смысл оборота сочетается с его фразеологическим значением «тяжкого испытания, трудностей» в данном контексте</p>
<p><i>World Cup of woe awaits if Brazilians insist on FIFA-style services to match the new stadiums</i> (The Independent. 06.01.2014).</p>	<p>Английский библеизм <i>drain to the dregs the cup of woe/ bitterness</i> («испить горькую чашу до дна») употреблен в усеченном виде: <i>cup of woe/ bitterness</i> («горькая чаша») [10]. В данном фрагменте статьи, посвященной Кубку мира по футболу, мы наблюдаем актуализацию буквального и образного смыслов фразеологизма: <i>cup</i> одновременно означает и чашу горя, и футбольный трофей.</p>

Еще одним видом семантических преобразований библеизмов служит **семантизация**, основанная на употреблении фразеологизма в контексте, который позволяет раскрыть его смысл с помощью авторского толкования и дополнительных языковых средств (табл. 3).

Таблица 3

Семантические трансформации библеизмов

<p><i>En este sector se mueve M^a Carmen Oliver, responsable de Recursos Humanos del grupo hotelero Barceló, que tiene su sede en Mallorca. Ve en el turismo ese maná que genera riqueza. A sus órdenes, 5.000 empleados, la mitad de ellos mujeres.</i> (El Mundo. 07.03.2015)</p>	<p>Испанский библеизм <i>maná celeste</i> («манна небесная») употреблен в статье о трудовой занятости женщин Испании и в контексте раскрывает значение «нечто, данное в избытке, изобилии». В испанском языке существительное <i>maná</i> («манна») еще имеет значение «бесвозмездный и неожиданный дар/полезная вещь». В данном фрагменте автор статьи имеет в виду большое количество женской рабочей силы в сфере обслуживания туристического сектора</p>
<p><i>Il santo di Assisi vedeva e amava le creature di Dio, tutte le creature di Dio perché tutte portano dentro di loro una scintilla di divinità; il buon pastore è quella scintilla che deve scoprire cancellando con il suo amore le scorie che la vita ha accumulato su di essa relegandola nel profondo e soffocandone la luce.</i> (Repubblica.15.03.2015)</p>	<p>Автор статьи дает толкование итальянскому библеизму <i>il buon pastore</i> («добрый пастырь»), обозначающему образ Иисуса Христа. Во фрагменте приводится сравнение доброго пастыря как воплощения веры с «божественной искрой», которая есть внутри у каждого творения Господа. В статье подчеркивается важность разжигания этой искры внутри себя для обретения душевного равновесия и «божественного света».</p>
<p><i>Government Ministers kept their well-practiced poker looks. But for many Labour thinkers, Bush is a large fly in the Prime Minister's political ointment. If he were to go, many would heave a sigh of relief. But would John Kerry, the Democrat candidate slated to fight Bush this November, be good or bad news for Blair?</i>(The Guardian. 07.03.2004)</p>	<p>Состав английского библеизма <i>fly in the ointment</i> [11] (аналог в русском языке – «ложка дегтя в бочке меда») значительно расширен автором для раскрытия более глубокого политического подтекста. В данном случае бывший президент США Джордж Буш назван <i>a large fly in the Prime Minister's political ointment</i> (досл. «большая муха в политической мази мироварника премьер-министра», то есть «крупной ложкой в политической бочке меда британского премьер-министра»). Таким образом, добавив красочные эпитеты в компонентный состав английского библеизма, автор статьи показывает, насколько велико значение результатов президентских выборов в США для благоприятного политического климата для правительства Тони Блэра</p>

Трансформация фразеологизмов в газетной полосе является довольно часто используемым приемом у журналистов. Как известно, фразеологические единицы характеризуются семантической устойчивостью, из которой и вытекает возможность их преобразования при сохранении внутренней формы, заключающей в себе буквальное значение фразеологизма. В языке газеты трансформации могут подвергаться структура и семантика фразеологических оборотов. Семантические трансформации возможны благодаря их внутренней форме, на основе которой в контексте формируется новый метафорический смысл устойчивого оборота. Употребление библеизмов в медиатексте выполняет различные стилистические функции (эмоционально-экспрессивную, экспрессивно-образную функции, функцию лаконизации речи), служат одним из важнейших приемов художественной выразительности, употребляемых журналистами, а также средством коммуникативно-прагматического воздействия на адресата с помощью использования религионимов в контексте [12, с. 132].

Библеизмы преобразуются журналистами намеренно с целью создания определенного выразительного стилистического эффекта и воздействия на читателя, для интенсификации или редуцирования уровня экспрессии в зависимости от авторского замысла.

Употребление библеизма в измененном виде с трансформированной структурой или семантикой позволяет раскрыть новые художественно-эстетические качества фразеологизма. Библейские обороты нередко подвергаются переосмыслению и модификации, иногда приобретая значения, отличные от исходного, заложенного в них библейского смысла, раскрывая новые экспрессивные свойства.

В заголовках статей часто употребляются библейские фразеологизмы в трансформированном виде с целью привлечь внимание читателя и намекнуть на содержание основного текста. При реализации приемов преобразования, среди которых выделяются замена компонентов библеизма, расширение или сокращение состава оборота, перенос акцента на буквальное значение, актуализация сразу исходного и образного значения фразеологизма и другие, авторы избегают «клишированности» языка прессы, конкретизируют, расширяют, усиливают или полностью изменяют стилистическую наполненность фразеологизмов, восходящих к Библии.

Зачастую вводя библеизм в текст статьи, журналисты отсылают читателя к тому или иному библейскому событию или персонажу, так как современная ситуация нагляднее показывается с помощью подобных прецедентных феноменов, оказывая на адресата определенное эмоциональное воздействие. Этой же цели служит экспликация этимологического значения библеизма или определенного сюжета из Священного Писания. Добавление новых слов в состав фразеологизма более выразительно и органично репрезентует его в контексте.

Таким образом, причинами употребления библеизмов в публицистическом тексте являются как их собственно языковые особенности (структурно-семантические свойства фразеологических единиц), так и экстралингвистические параметры: аллюзия на текст Библии и вызывание в памяти определенного библейского сюжета, сакральный и назидательный смысл Священного Писания, осведомленность читателей о содержании «Книги книг».

Библиографический список

1. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. М.: Наука, 2008. 288 с.
2. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. М.: Макс-Пресс, 2012. 268 с.
3. Мелерович А.М., Мокиенко В.М. Фразеологизмы в русской речи. Словарь. М.: Русские словари: Астрель: Аст, 2005. 853 с.
4. URL: <http://www.kommersant.ru>.
5. URL: <http://www.elpais.com>.
6. URL: <http://www.lastampa.it>.

7. URL: <http://www.lemonde.fr>.
8. URL: <http://www.theguardian.com/uk>.
9. URL: <http://izvestia.ru>.
10. David Crystal. *Begat: the King James Bible and the English Language*. 1st ed. Oxford: Oxford University Press, 2010. 327 p.
11. Holy Bible: King James Version (KJV). L.: Collins, 2011. 1152 p.
12. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: уч. пос. для ин-тов и фак. иностр. яз. 3-е изд., стереотип. Дубна: Феникс+, 2005. 488 с.

References

1. Dobrosklonskaya T.G. *Media linguistics: A systematic approach to the study of mass media language: modern English media speech*. M., Nauka, 2008, 288 p. [in Russian].
2. Dobrosklonskaya T.G. *The study of media texts*. M., Maks-Press, 2012, 268 p. [in Russian].
3. Melerovich A.M., Mokienko V.M. *Idioms in the Russian language. Dictionary*. M., Russkie slovari: Astrel': AST, 2005, 853 p. [in Russian].
4. Retrieved from: <http://www.kommersant.ru> [in Russian].
5. Retrieved from: <http://www.elpais.com> [in English].
6. Retrieved from: <http://www.lastampa.it> [in Italian].
7. Retrieved from: <http://www.lemonde.fr> [in French].
8. Retrieved from: <http://www.theguardian.com/uk> [in English].
9. Retrieved from: <http://izvestia.ru> [in Russian].
10. David Crystal. *Begat: the King James Bible and the English Language*. 1st ed. Oxford, Oxford University Press, 2010, 327p.
11. Holy Bible: King James Version (KJV). London, Collins, 2011, 1152 p.
12. Kunin A.V. *Course of phraseology of modern English language: Textbook for institutes and departments of foreign languages*. 3rd ed., stereotyped. Dubna, Phoenix+, 2005, 488 p. [in Russian].

*E.V. Reunova**

LINGUO-PRAGMATIC ASPECTS OF BIBLICAL IDIOMS FUNCTIONING IN MODERN RUSSIAN, SPANISH, ITALIAN, FRENCH AND BRITISH MEDIA DISCOURSE

This article is devoted to the linguo-pragmatic analysis of the use of idioms of biblical origin in the language of modern quality press in Russia, Spain, Italy, France and the UK. The purpose of the article is to study the use of biblical idioms in media discourse of five linguo-cultures. Biblical idioms are regarded as precedent phenomena and means of speech influence. The most frequent types of transformation of phraseology of biblical origin used in modern Russian and Western journalistic texts are analyzed.

Key words: media linguistics, media discourse, media text, biblical phraseology, biblical idioms, comparative analysis, precedent text.

Статья поступила в редакцию 24/VII/2015.
The article received 24/VII/2015.

* *Reunova Elena Vladimirovna* (helen.reunova@gmail.com), Department of Foreign Languages, Peoples' Friendship University of Russia, 6, Miklukho-Maklay Street, Moscow, 117198, Russian Federation.