О. В. Пыстина

Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина

Библеизмы как прецедентные высказывания в медиатексте (на материале СМИ Республики Коми)

В настоящее время религия как культурная ценность и одно из метафизических оснований российского социума вошла в сферу публичной общественной жизни. Возрастает интерес и непосредственно к Библии, которая является одним из популярнейших источников цитирования не только в сфере религии, но и в светских кругах. Поскольку функционирование библеизмов в массмедиа определяется прежде всего типом СМИ, характером информации и целями, преследуемыми авторами (Прибытько, 2002), материалом для настоящего исследования послужили публикации в религиозных и светских изданиях Республики Коми: в христианской православной газете «Вера»–«Эском» за 2006-2015 гг., а также в информационном агентстве «Бизнес-новости Республики Коми» («БНК») за тот же период.

Исследователи выделяют следующие функции прецедентных текстов в дискурсе: номинативную (состоит в назывании фрагментов действительности); персуазивную (подтверждает правильность высказывания, апеллируя к авторитету источника); людическую (создает эффект шутки; вид языковой игры); парольную (служит для доказательства принадлежности отправителя речи к той же группе, что и адресат). Как показало исследование религиозных и светских СМИ Республики Коми, распределение функций библеизмов в разных изданиях имеет свои особенности. Библеизмы в газете «Вера»–«Эском» выполняют прежде всего номинативную функцию. Ядро формальных средств для номинативно-семиотического типа обращения к прецедентным текстам составляют имена собственные (Вавилонская башня, Пергамский алтарь), обладающие заметной тенденцией к метафоризации. Кроме того, библеизмы в религиозной газете служат для усиления аргументации авторского мнения и подтверждения правильности высказывания. Отличительной особенностью функционирования библеизмов на ленте информагентства является их использование в людической функции. Процессы, связанные с употреблением библеизмов в публикациях информагентства, характеризуются стилистической нейтрализацией.