

Кулова Лиана Замировна

ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО ДИСКУРСА В МАСС-МЕДИА

В статье выявляются особенности религиозного дискурса в медийной его реализации, определяются функции, догматический потенциал и способы воздействия на адресата в данном типе дискурса; отмечается, что он получает широкое распространение в масс-медийном пространстве для "обслуживания" той сферы, в которой осуществляется синтез дискурсивного мышления и религиозного сознания. Особое внимание уделяется специфике языка и наиболее частотным коммуникативным тактикам и приемам.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/9-1/25.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 9 (39): в 2-х ч. Ч. I. С. 96-98. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/9-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81

Филологические науки

В статье выявляются особенности религиозного дискурса в медийной его реализации, определяются функции, догматический потенциал и способы воздействия на адресата в данном типе дискурса; отмечается, что он получает широкое распространение в масс-медийном пространстве для «обслуживания» той сферы, в которой осуществляется синтез дискурсивного мышления и религиозного сознания. Особое внимание уделяется специфике языка и наиболее частотным коммуникативным тактикам и приемам.

Ключевые слова и фразы: религиозный дискурс; масс-медиа; информационное пространство; религиозная картина мира; мифологизация сознания; аргументация; манипулятивность.

Кулова Лиана Замировна*Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова**lkulova@mail.ru***ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО ДИСКУРСА В МАСС-МЕДИА[©]**

В настоящее время масс-медиа стали средством, решающим многие общественно значимые задачи. Поэтому неудивительно, что сегодня и церковь заняла свое место в этом информационном пространстве. После долгих лет господствовавшего в стране научного атеизма в последние десятилетия в обществе вновь нарастают религиозные настроения. Усиливается интерес к представителям иных конфессий, появляются новые учения. Не последнюю роль в этих процессах играют средства массовой информации, которые на современном этапе своего развития не только освещают все значимые религиозные события, но и располагают всеми возможностями структурировать религиозную картину мира, сделать ее более полной и доступной для широкого круга людей.

Как пишет А. И. Чаусов, «сами журналисты и редакторы СМИ, а также читатели не считают большинство материалов, относящихся к религиозному дискурсу, сугубо религиозными. На современном этапе религия в целом и Православная Церковь в частности перестали быть в медийном пространстве своеобразной «эзотикой»» [5, с. 36]. Поэтому исследование религиозного дискурса, в частности медийной его реализации, представляется весьма актуальным.

Прежде всего, следует определиться с самим понятием. В литературе встречаются различные дефиниции религиозного дискурса. Наиболее емким, на наш взгляд, является определение, данное Е. В. Бобыревой: «... в узком смысле религиозный дискурс есть совокупность речевых актов, которые используются в религиозной сфере; в широком – набор определенных действий, ориентированных на приобщение человека к вере, совокупность речеактовых комплексов, сопровождающих процесс взаимодействия коммуникантов» [2, с. 162]. То есть целью религиозного дискурса являются формирование, сохранение и передача духовного опыта, предметом же – нематериальные ценности, которые верующими воспринимаются как реально существующие и отличаются высокой степенью знаковости и метафоричности. Значимость этих ценностей и является смыслообразующим ядром религиозного дискурса.

Религиозный дискурс, представленный в современном информационном поле, бесспорно, несколько отличается от того традиционного, функционирующего непосредственно в самом институте. Таким образом, медийная репрезентация религиозного дискурса выполняет две основные **функции**: 1) пропаганда (интеграция адресата в предлагаемую систему религиозных установок); 2) наставничество (взаимодействие адресанта и реципиента, направленное на духовный рост последнего).

Адресант религиозного дискурса обладает непререкаемым авторитетом, что обуславливает не критичное отношение к информации, исходящей от него. Все, сказанное им, воспринимается как истина. А истинным в религиозном дискурсе является такое положение дел, которое более всего соответствует опыту, зафиксированному в сакральных текстах. Передача же сакрального знания, в свою очередь, предполагает однозначность (недвусмысленность) формулировок, а значит, **безапелляционность**: *Ваша нужда не может быть оправданием, так как вы губите души и семьи других людей. И проку вам не будет от такой работы, а будут только горести и болезни... Нет. Такое не только нельзя смотреть, но и необходимо немедленно каяться на исповеди* [7].

Безусловно, религиозный дискурс направлен не на рациональную составляющую личности. Одна из его основных задач – вызвать у адресата **эмоциональное переживание** единения, чувство причастности к тому, во что он верит: *Это обычное дело, когда бесы искушают через близких нам людей. Именно как к искушению и нужно относиться к «нападкам» свекрови. Знайте, что это бесы заставляют ее; Посмотрите, подумайте, как вы можете наилучше послужить Богу в том положении, в каком вас поставил Бог. Ведь все в Его святом промысле. И ваша жена тоже* [Там же].

Более того, в религиозном дискурсе имеет место **мифологизация сознания** человека [6]: *Конечно, сатане совсем не хочется, чтобы мы менялись, освобождали душу от страстей и похотей, становясь святыми в той или иной мере; Вспомните тысячи примеров в истории Церкви, когда ищущие не Христа, а духоносного пастыря прямым путем шли в ад* [7].

А вот что пишет по этому поводу И. М. Пиевская: «религия как таковая предполагает наличие определенного мировоззрения и мироощущения, центрированных на вере в непостижимое, божественное как источник существующего. На этой основе возникают специфичные для нее отношения, стереотипы действия, культовая практика и организации. Религиозный взгляд на мир и сопутствующий ему тип мироощущения первоначально складываются в границах мифологического сознания. Миф – первая форма рационального постижения мира, его образно-символического воспроизведения и объяснения, выливающаяся в предписание действий. Интерпретация универсума мифа антропоморфна: он наделяется теми качествами, которые окрашивают бытие индивида и его взаимосвязи с другими людьми. Символическое воображение продуцирует образы, воспринимаемые как часть действительности: мифологические образы в высшей степени символичны, являясь продуктом синтеза чувственно-конкретного и понятийного моментов» [3, с. 6]. И действительно, «с помощью языка мы создаем репрезентации реальности, которые не просто отражают то, что в ней есть, но и конструируют ее. Это не значит, что самой реальности не существует. Скорее смысл в том, что реальны лишь значения и представления о реальности. Конечно же, физические объекты существуют, но они приобретают значение только в дискурсе» [4, с. 31].

Тем не менее, в религиозном дискурсе достаточно широко используется и **аргументация**: *Ди-джей и христианин – вещи несовместимые. Впрочем, это совсем нетрудно понять и самому: попробуйте помолиться в ночном клубе, покаяться в грехах перед Богом во время оргии... Ответ станет более чем очевиден; Можно говорить «халва», но во рту слаще не станет, можно говорить о Боге, но от этого Он не войдет в сердце!* [7].

Религиозный дискурс обладает выраженным догматическим потенциалом, что определяет консервативность его языка. Так, довольно частотной в рассматриваемом типе дискурса является **экспрессивная, возвышенная лексика**: *А Иисус, возрев, сказал им: человекам это невозможно, Богу же все возможно; Не сообщаться с тем, кто, называясь братом, остается блудником или лихоимцем, или идолослужителем, или злоречивым, или пьяницею, или хищником, с таким даже и не есть вместе* [Там же]. «Символизм и метафоричность языка религии утверждают невозможность суждений об абсолютном вне обращения к индивидуальному и культурному опыту. Можно предположить, что многочисленные образные средства библейского текста способствуют своеобразной консервации его содержательно-ценностных характеристик, служащих реализации одной из важнейших стратегий религиозного дискурса – назидательной стратегии» [3, с. 6].

В текстах религиозного дискурса часто употребляются **библейзмы**: *Кто не со Мною, тот против Меня; Итак, во всем, как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними* [7]. Заимствованные из различных религиозных источников библейзмы могут использоваться как для привлечения внимания, так и подтверждения определенной информации.

Однако, так как речь в данном случае идет о медийной реализации религиозного дискурса, которая направлена на довольно широкую аудиторию, **обыденная лексика** здесь все же превалирует над языковыми единицами, ограниченными в употреблении конкретным институтом: *Здесь важно не пересолить, нежели недосолить... Приучать нужно постепенно, с терпением. Сейчас посещение монастырей стало одним из видов развлечения. Этаким туризм с элементами фетиша: свечечками, записочками и обязательной церковной бижутерией* [Там же]. Нередко адресант делает это сознательно: для того, чтобы быть понятным, доступным, а значит, близким каждому адресату, пусть даже не очень хорошо разбирающемуся в религии.

Вообще, «религиозный дискурс чрезвычайно **манипулятивен** по своей природе» [1, с. 1]. Манипулятивность эта имеет различные формы репрезентации, однако наиболее ярко она проявляется в контекстах, направленных на то, чтобы вызвать **чувство страха** у адресата: *Вы молитесь сатане! Закончится это самоубийством бывшего мужа и сумасшествием бывшей жены по вашей вине. Немедленно прекратите ваши опыты и кайтесь в этом; Да, каждый человек несет на себе грехи предыдущих поколений до 4-х родов, по Заповеди Божией. Но не обречен* [7]. В приведенных примерах есть наглядная иллюстрация того, как адресант пытается заставить реципиента изменить образ мыслей и действий под угрозой обречь себя и своих близких на физические и душевные страдания. Возможно предположить, что отбор и организация тематических единиц, формирование номинативных цепочек религиозного текста определяются направленностью воздействия проповеди. Если проповедник стремится активизировать исключительно чувственную сферу сознания адресата, то он преимущественно будет использовать образные номинации, лексически преобразованные лексеммы, грамматические трансформы с целью вызвать у слушающих определенные образы, ассоциации, которые провоцируют ослабление сознательного контроля, осуществляемого по отношению к воспринимаемой информации. Другими словами, в данном случае мы будем иметь дело с манипуляцией сознанием. И наоборот – используя базовые номинации, свернутые и развернутые типы трансформов, повторно обозначая содержательно ключевую номинацию, проповедник пытается воздействовать на сферу логического восприятия информации.

Итак, в результате проведенного исследования можно сделать следующие **выводы**:

1) современный религиозный дискурс, функционирующий в масс-медиа, сохраняя характерные черты того дискурса, который имеет место непосредственно в самом институте (безапелляционность суждений, направленность на эмоциональную составляющую личности, аргументированность речи, догматический потенциал), приобретает свои специфические особенности (разговорный стиль общения, манипулятивность речи, мифологизация сознания);

2) в связи с активно протекающими в обществе информационными и интеграционными процессами участниками рассматриваемого вида общения могут стать все, имеющие доступ к современным средствам коммуникации;

3) язык этот уже достаточно адаптирован для восприятия неподготовленным адресатом (реципиентом, не обладающим фоновыми знаниями) и в настоящее время доступен представителям не только разных слоев населения, но и различных конфессий.

Таким образом, хотя до недавнего времени язык религии был довольно ограничен в употреблении и обслуживал в основном относительно замкнутую группу людей, объединенную единой верой, то есть был ориентирован на более или менее подготовленного слушателя, сегодня можно уже с уверенностью говорить о том, что выход религиозного дискурса в масс-медийное пространство сделал его своего рода общественным продуктом, который имеет свои особенности и специфические способы реализации.

Список литературы

1. **Бобырева Е. В.** Религиозный дискурс в системе типов общения [Электронный ресурс]. URL: http://tverlingua.ru/archive/006/section_3_6/3_4_6.htm (дата обращения: 11.04.2014).
2. **Бобырева Е. В.** Религиозный дискурс: ценности и жанры // Знание. Понимание. Умение. 2008. № 1. С. 162-167.
3. **Пиевская И. М.** Системные отношения религиозного дискурса: на материале английского и русского переводов «Книги Псалмов»: автореф. дисс. ... к. филол. н. Воронеж, 2006. 31 с.
4. **Филлипс Л., Йоргенсен М. В.** Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков, 2008. 336 с.
5. **Чаусов А. И.** Религиозный дискурс в медианале Великого Новгорода // Вестник Новгородского государственного университета. 2013. Т. 1. № 73. С. 34-37.
6. **Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 328 с.
7. <http://www.ierci.net/voprosi-o-duhovnoy-zhizni/> (дата обращения: 01.02.2014).

THE PECULIARITIES OF RELIGIOUS DISCOURSE IN MASS MEDIA

Kulova Liana Zamirovna

*Kabardino-Balkarian State University
lkulova@mail.ru*

In the article the peculiarities of religious discourse in its media realization are revealed, the functions, dogmatic potential and ways of influence on an addressee in this type of discourse are identified. It is noted that it becomes widespread in mass media space for "servicing" the sphere where the synthesis of discursive thinking and religious consciousness is carried out. Special attention is paid to the specificity of language and to the most frequent communicative tactics and techniques.

Key words and phrases: religious discourse; mass media; information space; religious worldview; mythologization of consciousness; argumentation; manipulativity.

УДК 14.15.01.

Филологические науки

Объектом рассмотрения в статье становятся фразеологические единицы, источником возникновения которых является дискурсивное пространство зарубежной литературы, описываются особенности формирования фразеологической семантики заголовочных единиц, образующих отдельный уровень связности с дискурсом порождения. Среди фразеологических единиц выделяются косвенно-производные знаки с актуальной и уникальной семантикой.

Ключевые слова и фразы: дискурсивное пространство; заголовочная фразеологическая единица; фразеологическое значение; лингвокультурное сообщество.

Лаптева Мария Леонидовна, д. филол. н., доцент

Космачева Ольга Юрьевна, к. филол. н.

Бычков Дмитрий Михайлович, к. филол. н.

Астраханский государственный университет

hohlina2004@yandex.ru; olga_ast@list.ru; dmitriybychkov@list.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ ЗАГОЛОВОЧНЫХ ЕДИНИЦ)[©]

Дискурсивное пространство литературы, т.е. текст, «взятый в событийном аспекте, в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и другими факторами» [3, с. 60], в нашем понимании является одновременно и лингвокультурным текстом, потенциально способным к тому, чтобы стать генетическим дискурсом номинативных единиц косвенно-производного характера. Возможности текстов неодинаковы и зависят от того, насколько значимыми они становятся для русской культуры, насколько адекватно воспринимается закодированная в них ценностно-смысловая информация.

Объектом нашего исследования стали фразеологические единицы (ФЕ), источником возникновения которых является дискурсивное пространство зарубежной литературы, образованное в основном за счет текстов