

RU

Библейские аллюзии в заголовках современного англоязычного медиадискурса: когнитивные механизмы декодирования

Рубцова С. Ю.

Аннотация. Статья посвящена исследованию функционирования аллюзий библейского происхождения в заголовках современного англоязычного медиадискурса. Цель работы – построить модель декодирования данных аллюзий, описывающую когнитивные механизмы их восприятия. В статье освещаются вопросы изучения медиадискурса, интертекстуальности и прецедентных феноменов. Библейская аллюзия трактуется как когнитивно-дискурсивный механизм, организующий процесс понимания медиатекста в пространстве медиадискурса. Рассматриваются теория концептуальной интеграции как методологическая основа для анализа механизмов порождения новых смыслов при восприятии библейских аллюзий, а также теория прецедентных феноменов, описывающая хранение и актуализацию прецедентных текстов в когнитивной базе носителей языка. Особое внимание уделяется классификации прагматических функций аллюзий и интертекстуальному взаимодействию текстов в медиадискурсе. Научная новизна исследования заключается в том, что в работе впервые представлена модель декодирования библейских аллюзий применительно к заголовкам современного англоязычного медиадискурса. Данная модель позволяет выявить когнитивные механизмы восприятия аллюзий читателем и определить их активаторы (маркер, денотат, инвариант восприятия). В результате выявлены и описаны 4 этапа декодирования библейской аллюзии: 1) идентификация маркера аллюзии; 2) актуализация инварианта восприятия прецедентного текста, хранящегося в долговременной памяти; 3) межпространственное соответствие и перенос денотативного и коннотативного содержания; 4) проекция релевантных элементов в блэнд. Разработанная в рамках теории концептуальной интеграции модель декодирования позволяет проследить, как интеграция ментальных пространств Библии и медиа-события порождает новое знание, которое формирует оценочный характер восприятия у читателя.

EN

Biblical allusions in headlines of modern English-language media discourse: cognitive decoding mechanisms

S. Y. Rubtsova

Abstract. The article examines the functioning of biblical allusions in headlines within modern English-language media discourse. The work aims to construct a decoding model for these allusions that describes the cognitive mechanisms of their perception. The article addresses issues related to the study of media discourse, intertextuality, and precedent phenomena. A biblical allusion is interpreted as a cognitive-discursive mechanism that organizes the process of understanding a media text within the space of media discourse. Conceptual Integration Theory is considered as a methodological framework for analyzing the mechanisms of generating new meanings in the perception of biblical allusions, along with the Theory of Precedent Phenomena, which describes the storage and actualization of precedent texts in the cognitive base of native speakers. Particular attention is paid to the classification of the pragmatic functions of allusions and the intertextual interaction of texts in media discourse. The scientific novelty of the study lies in the fact that it is the first one to present a decoding model for biblical allusions as applied to headlines in modern English-language media discourse. This model allows for the identification of the cognitive mechanisms of allusion perception by the reader and the determination of their activators (marker, denotatum, perception invariant). As a result, four stages of decoding a biblical allusion are identified and described: 1) identification of the allusion marker; 2) actualization of the perception invariant of the precedent text stored in long-term memory; 3) cross-space mapping and the transfer of denotative and connotative content;

- 4) projection of relevant elements into the blend. Developed within the framework of Conceptual Integration Theory, the decoding model makes it possible to trace how the integration of the mental spaces of the Bible and the media event generates new knowledge that shapes the evaluative nature of the reader's perception.

Введение

Захватывающий и убедительный заголовок как ключевой компонент англоязычного медиадискурса способствует привлечению внимания читательской аудитории и является одним из наиболее действенных языковых средств, оказывающих влияние на аудиторию в условиях информационной конкуренции. Современные заголовки англоязычных СМИ отличаются высокой степенью экспрессивности, лаконичностью и использованием разнообразных стилистических средств, что делает их объектом пристального внимания лингвистов. В этом ряду стилистических средств выделяются библейские аллюзии: их функционирование в заголовках современного англоязычного медиадискурса заслуживает пристального внимания ученых, поскольку в сжатой форме они обращаются к общему культурному фону, порождают новые смыслы и тем самым воздействуют на читателя.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью пересмотра традиционного (стилистического) понимания аллюзии в свете когнитивно-дискурсивной парадигмы. Междисциплинарный подход, интегрирующий различные области знания, их инструменты исследования, способствует расширению научного поля и позволяет всесторонне проанализировать особенности функционирования библейских аллюзий в заголовках англоязычных СМИ.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

- систематизировать теоретические подходы к изучению медиадискурса, интертекстуальности и прецедентных феноменов;
- определить роль аллюзии в пространстве медиадискурса;
- описать функции аллюзий;
- выявить когнитивные активаторы, запускающие процесс расшифровки библейской аллюзии в заголовке;
- описать этапы декодирования библейской аллюзии на основе теории концептуальной интеграции.

Для решения поставленных задач в работе использовался ряд методов: стилистический – для идентификации аллюзивных маркеров в заголовках; прагматический – для выявления воздействующей функции аллюзий на читателя; когнитивно-дискурсивный (включая моделирование ментальных пространств и концептуальной интеграции) – для описания процесса декодирования библейской аллюзии; а также интертекстуальный – для установления связей между заголовком и прецедентным текстом (Библией).

Материалом исследования послужили заголовки ведущих англоязычных изданий (*The Guardian*, *The Economist*, *The Times*, *The Sun*, *Daily Mail*) за период с 2020 по 2026 год.

Теоретическую базу работы составили труды Т. Г. Добросклонской (2006), Е. А. Кожемякина (2010), посвященные исследованию понятия «медиадискурс», что позволило выявить его специфику как сложного коммуникативного явления в совокупности с когнитивными и социокультурными параметрами. Значимым для работы стало определение, предложенное М. Р. Желтухиной (2004), которое дополнило характеристики медиадискурса и представило возможность анализировать заголовки как часть более широкого дискурсивного контекста, включающего не только языковые, но и социокультурные и прагматические компоненты.

Важным аспектом исследования является интертекстуальность как одна из ключевых характеристик медиадискурса. Теоретическую основу для ее анализа составили труды И. В. Арнольд (2002), В. Е. Чернявской (2007), Н. А. Фатеевой (2007), которые позволили рассматривать аллюзию как ключевой интертекстуальный механизм медиадискурса, не просто отсылающий к прецедентному тексту, а служащий средством порождения новых смыслов в структуре принимающего текста. Положение Е. Н. Басовской, Т. А. Воронцовой (2024) о ценностной природе аллюзивных заголовков позволило рассматривать библейские аллюзии как инструмент формирования оценочного восприятия у читателя.

Кроме того, учитывались работы Н. Ю. Новохачевой (2005), Т. А. Знаменской (2006), М. Н. Володиной (2008), в которых подчеркивается прагматический потенциал аллюзии как стилистического приема, используемого для создания ярких заголовков, что позволило дополнить анализ аллюзий стилистическим аспектом. Развернутая классификация функций аллюзий в медиатекстах П. Леннона (Lennon, 2004) дала возможность охарактеризовать функциональную нагрузку библейских аллюзий в заголовках англоязычного медиадискурса.

Положения, изложенные в трудах Ю. Н. Караулова (2010) и В. В. Красных (1997) о прецедентности текста, позволили рассматривать Библию как ключевой прецедентный текст англоязычной культуры, инвариант которого хранится в когнитивной базе носителей языка.

Важным аспектом исследования явилась теория концептуальной интеграции Ж. Фоконье, М. Тернера (Fauconnier, Turner, 1998), которая легла в основу анализа и позволила создать модель декодирования библейских аллюзий, выявить когнитивные механизмы их восприятия и описать этапы декодирования в медиадискурсе.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы в курсах когнитивной лингвистики, прагмалингвистики и стилистики английского языка.

Обсуждение и результаты

В современной лингвистике понятие «медиадискурс» является одним из ключевых при изучении функционирования языка в сфере массовой коммуникации. Вопросом изучения медиадискурса занимались такие ученые

как Т. Г. Добросклонская (2006), разработавшая комплексную теорию медиадискурса; Е. А. Кожемякин (2010), рассматривающий медиадискурс с позиций когнитивно-деятельностного подхода; М. Н. Володина (2008), характеризующая язык СМИ как мощный инструмент воздействия на массовое сознание, что обуславливает необходимость применения когнитивно-дискурсивного подхода к его анализу.

Т. Г. Добросклонская внесла значительный вклад в разработку теоретической базы медиадискурса, согласно ее подходу медиадискурс – это «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» (2006, с. 21). Данное определение, построенное с учетом структуры, функционирования и тематики медиадискурса, позволяет рассматривать его как сложное коммуникативное единство, включающее в себя каналы передачи информации, экстралингвистические факторы и обратную связь с аудиторией.

Изучая методологические вопросы массовой коммуникации и медиадискурса, Е. А. Кожемякин акцентирует внимание на когнитивной природе данного явления. Исследователь трактует медиадискурс как «тематически сфокусированную, социокультурно обусловленную речемыслительную деятельность в массмедийном пространстве», как «целостный коммуникативно-когнитивный процесс смыслопорождения» (2010, с. 16). Иными словами, Т. Г. Добросклонская подчеркивает включенность текста в широкий социокультурный и прагматический контекст, учитывая экстралингвистические факторы, а Е. А. Кожемякин акцентирует внимание на когнитивной составляющей. Синтезируя оба подхода, мы склонны понимать медиадискурс, согласно формулировке М. Р. Желтухиной, как «связный вербальный или невербальный текст, функционирующий в пространстве массовой коммуникации и включающий не только языковые элементы, но и прагматические, социокультурные, психологические факторы; такой текст взят в событийном аспекте, представляет собой действие, участвует в социокультурном взаимодействии и отражает механизм сознания коммуникантов» (2004, с. 23).

Специфика современного медиадискурса во многом определяется его интертекстуальной природой. И. В. Арнольд определяет интертекстуальность как «включение в текст целых других текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде цитат, реминисценций и аллюзий» (2002, с. 71-72).

В. Е. Чернявская расширяет понятие интертекстуальности. Согласно определению автора, интертекстуальность – это «взаимодействие текстов и/или их фрагментов как в плане содержания, так и в плане выражения» и представляет собой «способ, которым один текст актуализирует в своем внутреннем пространстве другой» (Чернявская, 2007, с. 49).

Интертекстуальность в медиадискурсе выполняет ряд ключевых функций: она устанавливает контакт с аудиторией, транслирует авторскую оценку, воздействует на читателя и создает смысловую многомерность текста. Эффективность реализации этих функций напрямую зависит от общеизвестности источника, к которому апеллирует интертекстуальный механизм. Одним из ключевых интертекстуальных механизмов выступает аллюзия.

Как интертекстуальный механизм, аллюзия является одним из наиболее продуктивных инструментов конструирования и смыслового наполнения заголовков: она обеспечивает высокую степень компрессии смысла, освобождает автора от развернутых пояснений и ускоряет восприятие текста читателем. Аллюзия требует от читателя активной работы по ее распознаванию и интерпретации, что делает ее не просто отсылкой, а «конструктивной интертекстуальностью», организованной для порождения новых смыслов в структуре принимающего текста (Фатеева, 2007, с. 129). Наряду с этим в современном медиадискурсе аллюзия выступает и как стилистический прием, который журналисты активно используют для создания заголовков статей (Новахачева, 2005). Если рассматривать аллюзию со стилистической точки зрения – это прием, содержащий «отсылку к общеизвестному литературному, историческому, мифологическому, библейскому и др. образу или событию» (Знаменская, 2006, с. 67). Таким образом, аллюзия в заголовках англоязычного медиадискурса представляет собой диадку интертекстуальности и экспрессивности, что позволяет ей в сжатой форме активировать фоновые знания читателя и одновременно придать высказыванию яркую эмоциональную окраску.

Как отмечал Ю. Н. Караулов (2010, с. 220), в основе любой аллюзии лежит прецедентный текст, который представляет собой «готовые, интеллектуально-эмоциональные блоки», значимые для той или иной личности, хорошо известные в обществе и постоянно используемые в коммуникации. В дальнейшем, согласно классификации В. В. Красных и ее коллег, прецедентный текст был включен в более широкую систему прецедентных феноменов, охватывающую четыре группы: прецедентный текст, прецедентное имя, прецедентное высказывание и прецедентную ситуацию. Как подчеркивает автор, прецедентный феномен – это общеизвестная и повторяющаяся система, которая воздействует на «когнитивный план всех носителей того или иного национально-культурного менталитета» (Красных, 1997, с. 9). Согласно определению В. В. Красных, прецедентный текст – это компонент прецедентного феномена, ключевыми признаками которого являются законченность, самодостаточность, значимость и общеизвестность. Исследователь разграничивает прецедентный феномен на вербальный и невербальный типы: к вербальным компонентам относятся прецедентное имя и высказывание, а к вербализуемым – прецедентный текст и ситуация. В когнитивной базе носителей языка, как отмечает В. В. Красных, хранятся не сами прецедентные тексты, а «инварианты» их восприятия – образы, сформированные в процессе восприятия. Автор подчеркивает, что использование прецедентного текста – это сознательное «введение воспоминания» о таком тексте в новый, производимый в данный момент текст (Красных, 1997, с. 8-9).

Прецедентные тексты, как отмечалось выше, хранятся в когнитивной базе носителей языка в виде инвариантов их восприятия и входят в состав их культурной и речевой компетенции. Библия, будучи одним из таких текстов, представляет собой важнейшую составляющую англоязычной культуры и хорошо известна

ее представителям. Аллюзивные заголовки в СМИ служат инструментом трансляции ценностей и формируют у читателя оценочное восприятие события (Басовская, Воронцова, 2024). Именно поэтому журналисты регулярно обращаются к библейским аллюзиям в заголовках: они придают материалу эмоциональную и оценочную окраску, а также особый нравственный авторитет.

Изучением вопроса функциональной нагрузки аллюзий занимались М. Н. Володина (2008), Е. А. Васильева (2011), Д. В. Некрасов (2014), Е. А. Павленко (2013). Однако классификация Пола Леннона (Lennon, 2004, р. 235-236), на наш взгляд, является наиболее структурированной и охватывает как стилистическую, так и когнитивную стороны аллюзии. Автор выделяет 5 функциональных сфер, объединяющих 15 функций: 1. Интратекстуальная сфера (Intratextual domain): 1) привлечение внимания читателя. 2. Интер(кон)текстуальная сфера (Inter(con)textual domain): 2) достижение стилистических эффектов (заимствование стиля из прецедентного текста); 3) физическая экономия языковых средств; 4) продуктивное использование многозначных слов и фразеологических единиц; 5) придание большего смысла, чем он вербально выражен. 3. Мета-текстуальная сфера (Metatextual domain): 6) сопоставление новой информации с уже существующими культурными ценностями и наоборот; 7) достижение эффектов иронии и критики; 8) достижение эффектов юмора и гротеска; 9) убеждение читателя посредством отсылки на культурные ценности. 4. Сфера когнитивной обработки (Processing domain): 10) когнитивное упрощение текста; 11) когнитивное усложнение текста с целью побуждения читателя к прочтению. 5. Межличностная-аффективная сфера (Interpersonal-affective domain): 12) установление контакта с читателем; 13) убеждение читателя посредством скрытой аналогии; 14) формирование эстетического удовольствия у читателя; 15) демонстрация широкого кругозора и остроумия автора.

Таким образом, библейская аллюзия как интертекстуальный механизм активирует в сознании читателя инвариант восприятия прецедентного текста. В пространстве медиадискурса она проявляет свой дискурсивный характер, т. е. выступает не как статичный элемент текста, а как динамический механизм смыслопорождения. Компоненты, обеспечивающие отсылку к прецедентному тексту и его узнавание, называют аллюзивными маркерами, или репрезентантами. Сами же прецедентные тексты выступают в качестве денотатов аллюзии (Новохацева, 2005, с. 7).

Для того чтобы смоделировать процесс декодирования библейской аллюзии представляется целесообразным обратиться к теории концептуальной интеграции Ж. Фоконье и М. Тернера (Fauconnier, Turner, 1998), поскольку декодирование представляет собой активный мыслительный процесс, задействующий глубинные структуры памяти, ассоциативное мышление и культурную компетенцию читателя.

Согласно теории концептуальной интеграции (или теории блендинга), данная операция представляет собой базовый когнитивный процесс, который разворачивается по определенной схеме на разных уровнях абстракции и обладает строгой структурой. В ее состав входят *исходные пространства* (input spaces), *общее пространство* (generic space) и *смешанное пространство*, или *бленд* (blended space / blend). Все перечисленные компоненты являются разновидностями ментальных пространств. Ментальное пространство – это небольшой, ситуативный фрагмент, который человек создает в уме, когда говорит или думает о чем-то конкретном (о прошлом событии, о чьем-то мнении, о фотографии и т. д.). Оно опирается на наши общие знания (фреймы) и конкретные воспоминания. При этом сети концептуальной интеграции могут объединять несколько ментальных пространств. Бленд заимствует из исходного пространства только часть структуры и образуется для понимания конкретной ситуации или контекста. Схема процесса концептуальной интеграции выглядит следующим образом (Рисунок 1).

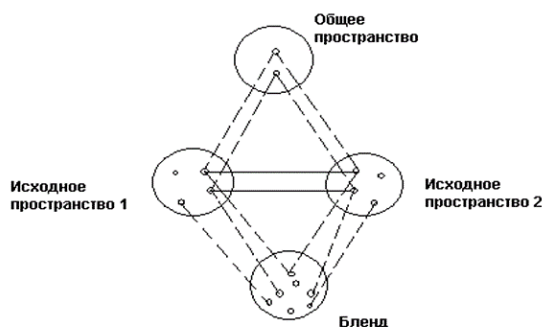


Рисунок 1. Модель концептуальной интеграции

Между *исходными пространствами* устанавливается *межпространственное отображение* (cross-space mapping), которое связывает схожие элементы – *прототипы* (counterparts). *Общее пространство* (generic space) включает в себе признаки, единые для обоих исходных пространств на определенном этапе развития концептуальной интеграции, и становится частью бленда. Формирование блендов происходит посредством трех операций: *композиции* (composition), *завершения* (completion) и *развития* (elaboration). *Композиция* подразумевает перенос содержания из одного исходного пространства в другое с последующим их слиянием в бленде. В ходе *завершения* новое смешанное пространство достраивается за счет привлечения широкого спектра фоновых знаний, когнитивных и культурных структур. На этапе *развития* происходит дальнейшее мысленное моделирование смешанного пространства в соответствии с принципами и логикой, действующими внутри бленда. Некоторые из этих принципов попадают в бленд на этапе завершения. Последующее

динамическое завершение может привносить новые принципы и логику в процессе развития. Таким образом, *композиция* (composition), *завершение* (completion) и *развитие* (elaboration) приводят к появлению в бленде *эмерджентной структуры* (emergent structure) или, как некоторые лингвисты предпочитают называть, *нового знания* (Fauconnier, Turner, 1998, p. 7-14).

Чтобы модель концептуальной интеграции работала эффективно, Ж. Фоконье и М. Тернер предложили ряд «оптимальных» принципов, которые обеспечивают правильное построение бленда: 1. Интеграция (Integration) – исходные структуры должны объединяться в бленде таким образом, чтобы он воспринимался и функционировал как единое. 2. Топология (Topology) – при переносе элемента из исходного пространства в бленд желательно, чтобы его связи и отношения в бленде совпадали с отношениями соответствующего ему элемента-прототипа. 3. Сеть (Web) – бленд, даже функционируя как единое целое, не должен терять связь с исходными ментальными пространствами. 4. Распаковка (Unpacking) – бленд должен допускать обратную расшифровку (декодирование), т. е. восстановление исходных пространств, межпространственного отображения, общее пространство и все связи между ними. 5. Достаточное основание (Good reason) – у каждого элемента бленда есть свое назначение: он либо связывает бленд с другими пространствами, либо выполняет в нем конкретную функцию (Fauconnier, Turner, 1998, p. 37).

Учитывая все вышесказанное, определим этапы процесса декодирования библейской аллюзии читателем: 1. Идентификация маркера аллюзии – обнаружение читателем в заголовке узнаваемого, но выпадающего из контекста элемента. Это может быть непривычное словосочетание, трансформированная фраза, антропоним, топоним или синтаксическая конструкция, служащая маркером имплицитного значения. 2. Актуализация инварианта восприятия прецедентного текста, хранящегося в долговременной памяти, – поиск денотата, то есть процесс извлечения инварианта восприятия прецедентного текста из когнитивной базы и включение его в процесс понимания заголовка. 3. Межпространственное соответствие и перенос денотативного и коннотативного содержания, т. е. читатель мысленно переносит из прецедентного текста в заголовок не просто фактические значения, но и связанные с ними коннотации, эмоциональные и оценочные компоненты. 4. Проекция релевантных элементов в бленд – декодированная аллюзия и прямой смысл заголовка объединяются, формируя целостное и многомерное понимание.

Рассмотрим пример заголовка статьи, посвященной политическому кризису в Великобритании, а именно недовольство членов Лейбористской партии деятельностью К. Стармера по причине скандала вокруг связей бывшего посла Великобритании в США П. Мандельсона с Дж. Эпштейном. В статье перечисляются варианты, посредством которых К. Стармер может покинуть пост:

(1) Five ways Starmer could go amid Mandelson scandal – from *falling on his sword* to being ousted by coup (2026). / Пять вариантов развития событий для Стармера на фоне скандала с Мандельсоном – от добровольной отставки («падения на свой меч») до смещения в результате бунта (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – С. Р.). В данном заголовке используется фразеологизм библейского происхождения *fall on sword* со следующим значением: уйти в отставку в результате совершенной ошибки; взять на себя ответственность за провал; принести себя в жертву. Он этимологически восходит к библейскому сюжету о смерти царя Саула (Ветхий Завет, 1-я Книга Царств, глава 31): И сказал Саул своему оруженосцу: «обнажи меч твой и заколи меня им, чтобы не пришли эти необрезанные и не надругались надо мною». Но оруженосец не решился, ибо очень испугался. Тогда Саул взял меч и *пал на него*. / Then Saul said to his armorbearer, “Draw your sword, and thrust me through with it, lest these uncircumcised men come and thrust me through and abuse me”. But his armorbearer would not, for he was greatly afraid. Therefore Saul took a sword and *fell on it* (1 Цар. 31). Автор намеренно выбрал данный фразеологизм и поместил его в контекст противопоставления – *from falling on his sword to being ousted by coup*, – в котором *fall on sword* отсылает к прецедентному тексту и актуализируется как аллюзия, пусть не живая, но достаточно узнаваемая. Именно противопоставление с вариантом вынужденной отставки в результате внутрипартийного бунта (being ousted by coup) позволяет читателю с соответствующими фоновыми знаниями восстановить библейский сюжет, а именно идею достойного, благородного ухода. Благодаря данному противопоставлению выражение получает нравственный оттенок.

Теперь обратимся к теории концептуальной интеграции и опишем когнитивный процесс декодирования или расшифровки библейской аллюзии в данном примере. Выделим сначала когнитивные активаторы данного процесса: 1. Маркер, который запускает процесс – словосочетание *falling on sword* (вербальный сигнал). 2. Денотат – библейская история о смерти царя Саула. 3. Инвариант восприятия, который актуализируется при декодировании, – царь после поражения во избежание позора лишает себя жизни (падает на меч).

На Рисунке 2 представлен когнитивный процесс декодирования библейской аллюзии в виде последовательного развертывания ментальных пространств. Исходным сигналом выступает маркер (репрезентант) аллюзии – в данном случае словосочетание *falling on his sword*. Он активирует в когнитивной базе читателя инвариант восприятия прецедентного текста-денотата, а именно самостоятельный уход из жизни царя (падение на меч) во избежание позора. Далее происходит межпространственное отображение между двумя исходными пространствами: Input 1 – политическая ситуация в Британии, Input 2 – смерть царя Саула и перенос из прецедентного текста не только денотативного содержания (добровольный уход), но и коннотаций (честь, достоинство, позор). Затем устанавливаются соответствия между следующими пространственными элементами: Кир Стармер ↔ Царь Саул (лидеры), добровольная отставка ↔ падение на меч (достойный уход), вынужденная отставка ↔ плен (уход с позором), заявление об отставке ↔ меч (инструмент ухода). Требование отставки, скандал Мандельсона и поражение в битве не имеют прототипов в Input 2, т. к. активируют общее пространство (Generic Space) через категорию «причина утраты власти». Отсутствие прямых

прототипов для этих элементов не препятствует их участию в когнитивном процессе: они создают необходимый контекст кризиса. В результате происходит частичный перенос релевантных элементов из пространства денотата и пространства медиасобытия в бленд и возникает новое знание (emergent structure) – понимание добровольной отставки как «благородного ухода», противопоставленного «вынужденной отставке с позором в результате бунта». Иными словами, описанное медиасобытие приобретает нравственный оттенок. Что касается функций рассматриваемой аллюзии, опираясь на классификацию П. Леннона (Lennon, 2004), в данном контексте реализуются несколько из них: привлечение внимания (1), экономия языковых средств (3), придание большего смысла, чем он вербально выражен (5), сопоставление с культурными ценностями (6), убеждение через отсылку к культурным ценностям (9) и установление контакта с читателем (12).

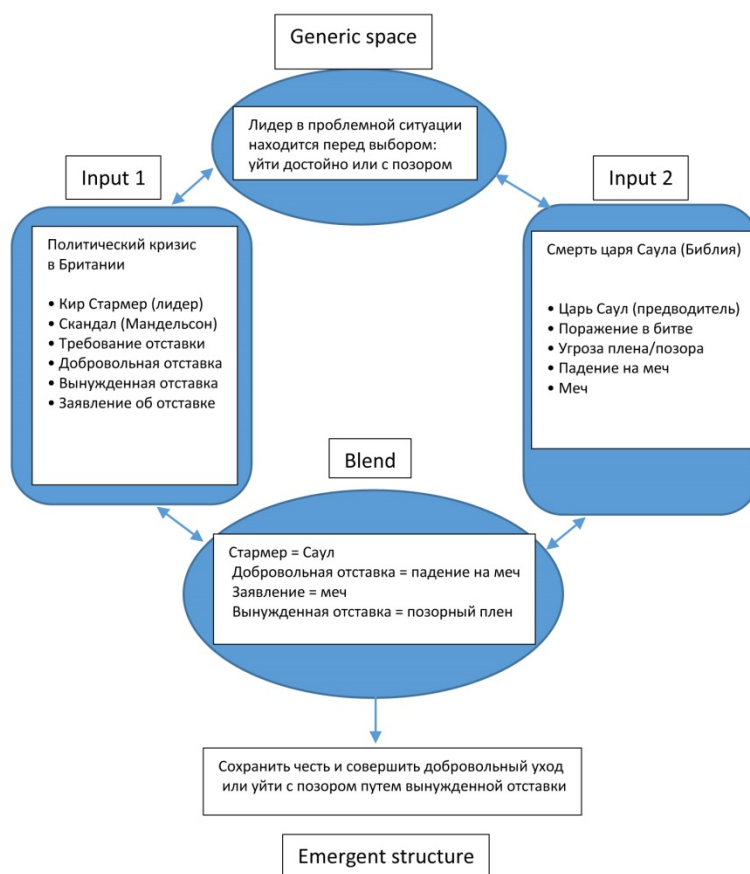


Рисунок 2. Модель декодирования библейской аллюзии "fall on sword"

Рассмотрим следующий пример и кратко опишем механизм декодирования. В данной статье речь идет о мрачном прогнозе банка Англии относительно роста цен на продовольствие, сокращения ВВП, роста уровня безработицы и в целом затяжного экономического спада. Однако финансисты и администрация игнорируют опубликованное предупреждение, считая, что банк спускает краски и заняты политическими играми.

(2) Bank Of England's *Apocalyptic Prophecies Fall on Deaf Ears* (2022). / Апокалиптические предсказания Банка Англии не были услышаны. В рассматриваемом заголовке представлены: 1) аллюзия *Apocalyptic Prophecies* из книги «Откровение Иоанна Богослова», в которой описано пророчество о конце мира, страшном суде и грядущих катастрофах; 2) *Fall on Deaf Ears* – фразеологизм библейского происхождения из Ветхого Завета, Книга пророка Иеремии: "To whom shall I speak and give warning, that they may hear? See, their ears are closed, they cannot listen. The word of the Lord is to them an object of scorn; they take no pleasure in it." / К кому мне говорить и кого увещавать, чтобы слушали? Вот, ухо у них необрезанное, и они не могут слушать; вот, слово Господне у них в посмеянии; оно неприятно им (Иер. 6). Данный фразеологизм со временем утратил обязательную связь с прецедентным текстом и стал устойчивым выражением со значением «пропускать мимо ушей, игнорировать». Однако, на наш взгляд, в данном контексте сочетание *Fall on Deaf Ears* с живой аллюзией *Apocalyptic Prophecies* создает эффект библейского стиля повествования, благодаря этому читатель с соответствующими фоновыми знаниями может восстановить этимологическую связь фразеологизма с библейским образом «народа, который не слышит пророка». В связи с этим данный пример следует рассматривать как двойную аллюзию. Итак, выделим сначала когнитивные активаторы декодирования рассматриваемой аллюзии: 1. Маркеры, которые запускают процесс – *Apocalyptic Prophecies* + *Fall on Deaf Ears* (вербальный сигнал). 2. Денотат – книга Откровения (Апокалипсис) + ветхозаветные сюжеты о пророке, чьи предупреждения не были услышаны народом. 3. Инварианты восприятия, которые актуализируются при декодировании:

образ пророка, предрекающего апокалипсис + образ пророка, обращающегося к народу с предупреждением, которое остается не услышанным → катастрофа неизбежна. Опишем когнитивный процесс декодирования рассматриваемой аллюзии: исходным сигналом выступают два маркера (репрезентанта): *Apocalyptic Prophesies* и *Fall on Deaf Ears*. Первый активирует в когнитивной базе читателя инвариант восприятия соответствующего текста-денотата – образ пророка, предрекающего конец света (книга Откровения). Второй – образ пророка, предупреждающего народ о катастрофе, но он его не слушает (книга пророка Иеремии). Generic Space – авторитетный источник предупреждает о неминуемой катастрофе, но те, кого это касается, не слышат, что ведет к ее неизбежному наступлению. Далее происходит межпространственное отображение между двумя исходными пространствами: Input 1 – экономическая ситуация в Великобритании (мрачные прогнозы банка); Input 2 – библейские пророчества (пророк предрекает катастрофу, народ не слышит, катастрофа неизбежна) и перенос из прецедентных текстов денотативного содержания (пророк предрекает катастрофу / народ не слышит истину) и коннотаций (обреченность, неверие пророчеству, неминуемая катастрофа). Далее устанавливаются соответствия между следующими элементами: банк Англии ↔ библейский пророк (глашатай истины), экономические прогнозы ↔ апокалиптические пророчества (предвестие конца), финансисты и администрация ↔ народ, игнорирующий предупреждение (игнорирует истину), грядущий экономический спад ↔ апокалипсис (неминуемая катастрофа). В результате частичной проекции релевантных элементов из пространства денотата и пространства медиасобытия в бленд возникает новое знание (emergent structure), а именно игнорирование прогнозов банка Англии осмысливается читателем как нравственное безразличие политиков и финансистов, а грядущий экономический спад – как неизбежный «апокалипсис», расплата за их недалекость. В данном примере, в рамках классификации П. Леннона (Lennon, 2004), можем выделить следующие функции рассматриваемой аллюзии: привлечение внимания (1), достижение стилистических эффектов (2), экономия языковых средств (3), придание большего смысла, чем он вербально выражен (5), сопоставление с культурными ценностями (6), ирония и критика (7), убеждение через отсылку к культурным ценностям (9), установление контакта с читателем (12), убеждение через скрытую аналогию (13), формирование эстетического удовольствия у читателя (14) и демонстрация широкого кругозора автора (15).

Рассмотрим еще один пример заголовка статьи, в которой рассказывается о случаях, когда небольшие компании выигрывали в судебных спорах с крупными корпорациями. Например, ирландская сеть Supermac's девять лет судилась с McDonald's из-за торговой марки "Big Mac". В итоге Европейский суд лишил McDonald's права использовать данное название для куриных бургеров, что позволило Supermac's расширяться по всей Европе:

(3) *The "David vs Goliath" court battles... where the little guy wins: How huge corporations like McDonalds, Vogue and Louis Vuitton dragged small businesses into legal battles in a bid to "protect their brands" – but common sense prevailed!* (The "David vs Goliath"..., 2024). / Битвы "Давида с Голиафом" в залах суда... где побеждает слабый: как McDonald's, Vogue и Louis Vuitton втянули малый бизнес в судебные тяжбы ради "защиты брендов", но здравый смысл восторжествовал. Выделим сначала когнитивные активаторы декодирования аллюзии: 1. Маркер – антропонимы *David vs Goliath*. 2. Денотат – библейская история о поединке Давида и Голиафа, когда юный пастух Давид осмеливается принять вызов великана Голиафа и, вооружившись пращей, камнями и верой в Бога, побеждает (1 Цар. 17). 3. Инвариант восприятия, актуализируемый при декодировании, может быть представлен как образ победы слабого, плохо вооруженного воина, который побеждает могущественного противника не благодаря физической силе, а благодаря хитрости, вере или воле Бога. Рассмотрим когнитивный процесс декодирования библейской аллюзии *David vs Goliath*. Исходным сигналом выступает маркер аллюзии – в данном случае антропонимы *David vs Goliath*. Он активирует в когнитивной базе читателя инвариант восприятия прецедентного текста-денотата, а именно образ победы слабого (разумного) воина над сильным (высокомерным). Generic space – противостояние слабого воина (разумного, решительного) и сильного (могущественного, высокомерного), в котором победа достигается не благодаря физическому превосходству, а благодаря вере, хитрости или вмешательству высших сил. Далее происходит межпространственное отображение между двумя исходными пространствами: Input 1 – судебные тяжбы между корпорациями и малым бизнесом, Input 2 – библейский сюжет о Давиде и Голиафе. Далее читатель переносит из пространства прецедентного текста денотативное содержание (противостояние слабого и сильного, победа слабого) и коннотации (смелость, вера, справедливость, победа по воле Бога). Между следующими элементами устанавливаются соответствия: малый бизнес ↔ Давид (слабый, плохо вооруженный противник), корпорации ↔ Голиаф (сильный великан), судебный процесс ↔ поединок, победа малого бизнеса ↔ победа Давида, здравый смысл ↔ вера в Бога. В результате частичной проекции релевантных элементов из пространства денотата и пространства медиасобытия в бленд возникает новое знание (emergent structure) – победа малого бизнеса над крупными корпорациями осмысливается как героическое событие, своего рода торжество победы «добра» над «злом». Обращаясь вновь к классификации П. Леннона (Lennon, 2004), можно проследить реализацию следующих функций в данном примере: привлечение внимания (1), экономия языковых средств (3), придание смысла, превышающего вербальное выражение (5), сопоставление с культурными ценностями (6), убеждение через отсылку к культурным ценностям (9), установление контакта с читателем (12) и убеждение через скрытую аналогию (13).

Таким образом, модель декодирования библейской аллюзии включает четыре этапа (идентификацию маркера, актуализацию инварианта, межпространственное соответствие, проекцию в бленд) и ключевые активаторы (маркер, денотат, инвариант). В результате интеграции ментальных пространств Библии и медиасобытия возникает новое знание, которое придает описываемому событию нравственную оценку. В рамках прагматического анализа реализуются как стилистические функции, отвечающие за форму и выразительность, так и когнитивные, связанные с пониманием и восприятием аллюзии читателем.

Заключение

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Систематизация теоретических подходов к изучению медиадискурса, интертекстуальности и прецедентных феноменов показала, что медиадискурс представляет собой сложное коммуникативное единство, включающее экстралингвистические и когнитивные параметры. Его специфика во многом определяется интертекстуальной природой, а ключевым интертекстуальным механизмом выступает аллюзия, отсылающая к прецедентным текстам. Прецедентные тексты хранятся в когнитивной базе носителей языка в виде инвариантов восприятия, что обеспечивает их узнаваемость и актуализацию в медиадискурсе.

2. Библейская аллюзия в пространстве медиадискурса представляет собой не просто средство выразительности, а конструкт, который организует его восприятие, задает ожидания и создает яркий нравственный подтекст.

3. В процессе анализа библейских аллюзий на основе классификации П. Леннона было выявлено шесть функций, реализующихся во всех рассмотренных заголовках: привлечение внимания, экономия языковых средств, придание большего смысла, сопоставление с культурными ценностями, убеждение через отсылку к ценностям и установление контакта с читателем. Выявленные функции подтверждают комплексную природу библейской аллюзии, функционирующей одновременно как когнитивно-дискурсивный механизм и стилистический прием в медиадискурсе.

4. В ходе когнитивно-дискурсивного анализа библейских аллюзий, в основу которого была положена теория концептуальной интеграции, выявлены и описаны когнитивные активаторы процесса декодирования: маркер (вербальный сигнал), денотат (прецедентный текст) и инвариант восприятия (обобщенный образ прецедентного текста, хранящийся в когнитивной базе читателя).

5. На основе теории концептуальной интеграции в работе была построена модель декодирования библейской аллюзии. Процесс декодирования представляет собой смешение ментальных пространств прецедентного текста (Библии) и медиасобытия (заголовка), что приводит к возникновению нового знания, т. е. рождению нового смысла. Ментальное пространство бленда, возникающее в результате этой интеграции, всегда окказионально и зависит от фоновых знаний читателя, формируя у него нравственную оценку описываемого события.

В качестве перспектив дальнейшего исследования библейской аллюзии можно назвать изучение ее прагматического потенциала в различных жанрах медиадискурса, а также исследование различных модификаций и трансформаций в пространстве медиадискурса.

Материалы исследования | Research materials

- 1 Цар. 17 – Первая книга Царств. Глава 17 на русском, английском языках в параллельном переводе // Ветхий Завет. <https://azbyka.ru/biblia/?1Sam.17&r~a>
2. 1 Цар. 31 – Первая книга Царств. Глава 31 на русском, английском языках в параллельном переводе // Ветхий Завет. <https://azbyka.ru/biblia/?1Sam.31&r~a>
3. Иер. 6 – Книга пророка Иеремии. Глава 6 на русском, английском языках в параллельном переводе // Ветхий Завет. <https://azbyka.ru/biblia/?Jer.6&r~en-nrsv>
4. Bank Of England's Apocalyptic Prophecies Fall on Deaf Ears. 2022. August 9. <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2022-08-09/uk-economy-bank-of-england-s-apocalyptic-prophecies-fall-on-deaf-ears>
5. Five ways Starmer could go amid Mandelson scandal – from falling on his sword to being ousted by coup. 2026. February 9. <https://www.thesun.co.uk/news/38170337/starmer-mandelson-scandal-five-ways-could-go/>
6. The “David vs Goliath” court battles where the little guy wins: How huge corporations like McDonalds, Vogue and Louis Vuitton dragged small businesses into legal battles in a bid to “protect their brands” – but common sense prevailed! 2024. June 16. <https://www.dailymail.com/news/article-13517711/mcdonalds-vogue-louis-vuitton-legal-battles-small-businesses.html>

Источники | References

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. М.: Флинта, 2002.
2. Басовская Е. Н., Воронцова Т. А. Аллюзивные заголовки в СМИ: аксиологический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2024. № 5 (137). <https://doi.org/10.47475/1994-2796-2024-487-5-76-84>
3. Васильева Е. А. Функциональная специфика аллюзивных текстов: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2011.
4. Володина М. Н. Язык средств массовой информации. М.: Академический проект, 2008.
5. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2006. № 2.
6. Желтухина М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: автореф. дисс. ... д. филол. н. М., 2004.
7. Знаменская Т. А. Стилистика английского языка: основы курса. М.: КомКнига, 2006.
8. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010.
9. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 12 (83). Вып. 6.

10. Красных В. В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований // Язык, сознание, коммуникация. 1997. Вып. 2.
11. Некрасов Д. В. Функционально-прагматические характеристики заголовков новостных текстов в Интернете (на примере сообщений информагенств) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 1-1 (31).
12. Новохачева Н. Ю. Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков: автореф. дисс. ... к. филол. н. Ставрополь, 2005.
13. Павленко Е. А. Функции аллюзии в британском газетном тексте // Вестник Санкт-Петербургского университета. Языкознание и литературоведение. Серия 9. 2013. Вып. 4.
14. Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: контрапункт интертекстуальности. М.: КомКнига, 2007.
15. Чернявская В. Е. Интерпретация научного текста. Изд-е 4-е. М.: ЛКИ, 2007.
16. Fauconnier G., Turner M. Conceptual Integration Networks // Cognitive Science. 1998. Vol. 22. No. 2. https://doi.org/10.1207/s15516709cog2202_1
17. Lennon P. Allusions in the Press: An Applied Linguistic Study. Berlin – N. Y.: Walter de Gruyter GmbH & Co, 2004. <https://doi.org/10.1515/9783110197334>

Информация об авторах | Author information



Рубцова Светлана Юрьевна¹, к. филол. н., проф.

¹ Санкт-Петербургский государственный университет



Svetlana Yur'evna Rubtsova¹, PhD

¹ Saint Petersburg State University

¹ rubtsova_svetlana@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 18.06.2026; опубликовано online (published online): 27.07.2026.

Ключевые слова (keywords): библейская аллюзия; современный англоязычный медиадискурс; интертекстуальное взаимодействие текстов; прецедентный феномен; теория концептуальной интеграции; biblical allusion; modern English-language media discourse; intertextual interaction of texts; precedent phenomenon; Conceptual Integration Theory.