**Библейская лексика на страницах современных СМИ**

И. П. Прядко

Одной из любопытных особенностей современных СМИ является широкое использование устаревшей лексики. Обращение к устаревшей лексике обусловлено социокультурными и политическими переменами, происходящими в нашем обществе. Новая социокультурная ориентация проявляется, в частности, в том, что новые явления и предметы общественной жизни получают названия, существовавшие в дореволюционной политической лексике – Дума, губернатор, суд присяжных и др. До недавнего времени эти слова и выражения рассматривались как историзмы, а сегодня они снова вошли в активный словарь каждого хотя бы немного политически активного россиянина. Особым случаем актуализации устаревших единиц языка является актуализация конфессиональной и церковно-славянской лексики (см. работы В. Г. Костомарова, Е. В. Какориной, Е. С. Кара-Мурзы, В. Москвича, Л. П. Кременцова).

Между тем в речевом пространстве современных СМИ отмечаются более сложные обращения к историческому контексту. Имеются в виду те случаи, когда устаревшая лексика выбирается участниками общения как экспрессивное средство языка. При этом обычно делается ставка на оценочный аспект, содержащийся в актуализированном слове.

К числу таких сложных случаев обращения к историческому контексту относятся библеизмы, библейские перифразы и аллюзии, пересказы ветхо- и новозаветных сюжетов. Примеры использования данных языковых единиц мы находим в политических памфлетах, в перевыборных плакатах и листовках, в рекламе. Поводы обращения к такому материалу различны, степень точности воспроизведения исторического текста также неодинакова:

"У нас ведь, как в Писании: Хам пшеницу сеет, Сим молитву деет, Яфет – власть имеет! Строевым офицерам нашей экономики предназначалась роль Хамов" ("Огонек", 1990, № 40, с. 2).

"Эта уютная, ухоженная школа с приветливыми доброжелательными учителями похожа на ноев ковчег" ("Вместе", 1999, № 21, с. З).

"Почитай Неопалимую Купину и службу 01. Спаси и сохрани" (Рекламное панно на ул. Пречистенка).

Следует отметить, что такие единицы языка в текстах массовой коммуникации используются в переносном значении или служат материалом для создания новых метафорических образов. При этом, если в журналистике советского и постсоветского периодов данные языковые единицы по идеологическим причинам были представлены довольно скупо, то в последние годы данный пласт лексики стал использоваться более активно. В условиях демократии конфессиональная и церковно-славянская лексика в текстах СМИ оказывается востребованной при полемике и социальной критике.

Значительную роль играет такая лексика в печатных материалах политической оппозиции. Так, отождествление политических противников с отрицательными персонажами Нового Завета является отличительной особенностью материалов, публикуемых в газетах "Завтра" и "Советская Россия". В них наблюдается постоянное использование одного и того же евангельского образа:

"Молодых реформаторов типа Немцова, Кириенко, Чубайса на пушечный выстрел нельзя допускать до власти – они превратят все в пепел, кроме своих серебреников" ("Советская Россия", 9.12.99); "Иудин поцелуй Кир-Нем-Хак, там же);

"Ты поднимешься, мать-Россия!/ В это верую, был бы костяк./ Ты иудам уже простила.../ Только павшие не простят!" ("Советская Россия", 23.03.2000); "Иуды из Ясенева аплодируют своему первому учителю" ("Завтра", 1997, № 46, с. 4); “Здесь же и другой “великий” экономист – пламенный гайдаровец, до недавнего времени заместитель Егорушки-иудушки по какому-то помойному институту с мудреным названием..." ("Советская Россия", 2.11.2000) и т. п.

Использование библейских образов характерно также для предвыборных воззваний и плакатов. Здесь тоже имеются излюбленные темы и сюжетные ходы:

"На сотню хитрых и жадных всегда приходятся миллионы простых и честных, но обманутых и обнищавших. Это знал Христос, изгнавший торгующих из храма, об этом писал Гете, знали об этом лучшие умы человечества всех времен. Но в реальной жизни только коммунисты Ленин и Сталин изгнали "торгующих" из общества. <...> Голосуйте за коммунистов, изгнавших из своих рядов, как Христос из Храма, всех торгашей и иуд" ("Советская Россия", 15.12.99).

"Наша цель – победить и вернуть народу его право самому выбирать свою власть. Стать ее подлинным хозяином. Изгнать менял из Храма" ("Народная газета", 16.11.99); "Торговцы в храме. Скандал с оформлением храма Христа Спасителя – не творческий, а финансовый" ("Московское Яблоко", 1999, № 11, с. 1).

Такие слова и словосочетания, как Иуда и торговцы в храме фигурируют в одном ряду с негативно-оценочными лексемами нейтрального стиля и превращаются в то, что еще известный русский логик С. И. Поварнин называл злостными кличками. Такие "злостные клички" избавляют участника газетной полемики от необходимости аргументированно спорить с оппонентом, приводя доводы в подтверждение своего тезиса. Рассматриваемые инвективы следует расценивать как результат сознательного, а не случайного нарушения речевого этикета, что, кстати, является характерной особенностью современной оппозиционной прессы. В соответствии с этим в приводимых отрывках журналисты используют негативно-оценочные номинации в качестве самодостаточного стилистического средства – в рамках массовой коммуникации часто считается, что негативная оценка противника сама по себе освобождает участника спора от необходимости искать убедительные аргументы для обоснования своей точки зрения.

Прием этот, как мы видим, был известен очень давно и широко использовался в начале века. Рассуждая о том, как действует данная софистическая уловка, С. И. Поварнин писал: "Читая само заявление, мы обыкновенно не вникаем в него с должным вниманием; поэтому "злостная кличка" проходит "сама собою", без критики, особенно если она дана в "нашей газете", которой мы доверяем. <...> Человек, загипнотизированный соответственным словом, теряет способность рассуждать, правильно это слово приложено или нет".

В связи с изложенным выше можно отметить два неологизма, появившихся в результате обращения к библейской тематике, – каинство и каинитство. Эти неологизмы также имеют яркую негативно-оценочную окраску:

"Государственник есть добрый Авель, оправдывающий каинство, подпихивающий человека к каинитству" ("ЛГ", 24.05.2000).

Либеральные журналисты чаще всего используют библейскую фразеологию как средство иронии и сатиры. Так, например, В. Новодворская, намекая на тройное отречение апостола Петра, пишет о недостойном, по ее мнению, поведении губернатора Аяцкова: "Губернатор Аяцков планировался на роль представителя "земель русских". Но продержался он в этой роли одну ночь. <...>. И хотя губернатор давал "подписать" лично Е. Гайдару, он отрекся, не дожидаясь никаких петухов" ("Новое время", 1998, № 50, с. 21). В другом месте она же, характеризуя политическую ситуацию, приводит известное изречение Иоанна Крестителя: "Оказалось, что "уже и секира при корне дерев лежит", причем не в переносном, а в прямом смысле".

Подобным же образом Максим Соколов в одном из своих памфлетов, едко иронизируя над опальным генпрокурором Ю. И. Скуратовым, сравнивает его с известным библейским персонажем: "Даже заслуживай они (лидеры "Отечества" – И. П.) и вправду такового пренебрежения, истинный соратник и приверженец лидера ОВР, следуя примеру почтительного сына Сима, ни за что не позволил бы себе открывать наготу политического отца своего" ("Известия", 6.11.99).

Сегодня обращение к библейской истории означает восстановление коммуникативных связей между современностью и прошлым. Процесс этой коммуникации сопровождают помехи, которые создают дополнительные трудности при восприятии информации.

Причиной этих помех является незнание глубинного смысла, который содержит текст источника. Отсюда и неверная интерпретация слов, содержащихся в этих текстах.

Это обстоятельство (наряду с другими) дает право говорить о проблеме дисфункционального использования актуализированных единиц языка. Под дисфункциональным использованием актуализированных единиц понимаются случаи, когда автор обращения приписывает лексеме неверное значение, отчего возникает эффект, автором этого сообщения не планируемый.

Сопоставление современной политической ситуации с событиями библейской истории, изложенными в Ветхом и Новом Завете, – явление широко распространенное в текстах СМИ. Есть случаи неуместного употребления библейской фразеологии, причина которого в непонимании смысла тех речений, которые журналист заимствует из Священного Писания. Нередко современный политик сопоставляется с тем или иным историческим деятелем. Примером соотнесения подобного рода является статья о С. В. Кириенко в журнале "Российский адвокат". Рассказывая о достоинствах своего героя, журналист Сергей Лукницкий пишет: "Про знаковость его имени — Сергей — я не говорю. Еще обвинят в предвзятости. Но по Святцам такое имя носил единственный в своем роде Сын Человеческий, причисленный позднее к лику святых, который исключительно созидал и "скверну словом останавливал". Короче говоря, строил, а не разрушал, во имя будущих строек" ("Российский адвокат", 1999, № 6, с. 10),

Называя Сергия Радонежского (а вместе с ним и бывшего премьера РФ) Сыном Человеческим, автор ставит знак равенства между смертным человеком и Христом, который в Новом Завете действительно именуется Сыном Человеческим. Журналист, не зная евангельского контекста, употребляет данное сочетание слов неправильно, и это делает рассматриваемый фрагмент двусмысленным и кощунственным с точки зрения верующих.

Столь неумело сравнивая С. Кириенко с историческим персонажем, автор текста, как нам представляется, оказывает плохую услугу своему герою. Верующий человек, наверное, не станет поддерживать политика, которого некий С. Лукницкий кощунственно, с его точки зрения, сопоставил со Спасителем.

Примером из того же ряда является следующий пассаж: "...А вначале было Слово. И это было слово адвоката" ("Российский адвокат", 1999, № 6, с. 23). Цитируя Евангелие от Иоанна, автор статьи Гасан Мирзоев ставит знак равенства между фундаментальным понятием ортодоксального богословия и речью защитника в суде, между сакральным и земным.

Таким случаям дано следующее определение: "Помехи: незапланированные искажения в прогрессе передачи информации, приводящие к тому, что адресат получит не то сообщение, которое передал отправитель" (Котлер Ф., Амстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. "Основы маркетинга", 2-е европейское изд. М.-СПб.-Киев, 1999. С. 869).

Приведенные примеры дают основание утверждать, что актуализированные библеизмы в речевом пространстве современных СМИ используются для выражения определенного оценочного содержания. На страницах оппозиционных коммунистических газет и журналов обычно используются взятые из Библии слова с элементом негативного, которые произносятся от имени народа и общества и вплетаются в общий стилистический рисунок того или иного СМИ.