

Прецедентные имена как средство реализации дискурсивной стратегии манипулирования в русском и французском медиадискурсе

Юлия М. Разумовская

*Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
Тамбов, Россия, julieden@yandex.ru*

Людмила В. Бабина

*Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
Тамбов, Россия, ludmila-babina@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена анализу прецедентных имен (далее – ПИ), при помощи которых в современном медиадискурсе реализуется дискурсивная стратегия манипулирования. Поскольку одной из основных функций дискурса СМИ принято считать воздействующую функцию (функцию воздействия на аудиторию), полагаем нужным отметить, что ее реализации способствует стратегия манипулирования. Манипулятивная стратегия, имеющая целью управлять массовым сознанием, влиять на эмоциональное состояние человека, его мировоззрение и поведение, предполагает использование разнообразных тактик, в том числе драматизации, и приемов: виктимизации, демонизации, героизации. ПИ с положительной и отрицательной коннотацией рассматриваются как средство реализации приемов демонизации (создания образа врага) и героизации (создание образа героя) в русском и французском медиадискурсах.

Привлекается метод когнитивно-матричного анализа, позволяющий представить структуру знания, относительно которой происходит осмысление ПИ, как частную когнитивную матрицу ПИ, включающую ядро ЛИЧНОСТЬ/PERSONNALITÉ и когнитивные контексты ПОЛИТИКА/POLITIQUE, НАУКА/SCIENCE, КИНО/CINÉMA. При осмыслении ПИ происходит помещение в фокус определенной характеристики концепта ЛИЧНОСТЬ или PERSONNALITÉ. Как показывает проанализированный языковой материал, ПИ осмысляются относительно таких когнитивных контекстов, как ВНЕШНОСТЬ/CARACTÉRISTIQUES EXTÉRIEURES, ПСИХИКА/PSYCHÉ, СТАТУС/STATUT, СИТУАЦИЯ/SITUATION.

Ключевые слова: медиадискурс, дискурсивная стратегия манипулирования, тактика драматизации, прием демонизации, прием героизации, прецедентное имя, концепты ЛИЧНОСТЬ/PERSONNALITÉ

Для цитирования: Разумовская Ю.М., Бабина Л.В. Прецедентные имена как средство реализации дискурсивной стратегии манипулирования в русском и французском медиадискурсе // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2025. № 3. С. 36–43. DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-36-43

Precedent names
as a means of implementing a discursive manipulation strategy
in Russian-language and French-language media discourse

Yulia M. Razumovskaya

*Tambov State University named after G.R. Derzhavin,
Tambov, Russia, julieden@yandex.ru*

Liudmila V. Babina

*Tambov State University named after G.R. Derzhavin,
Tambov, Russia, ludmila-babina@yandex.ru*

Abstract. The article deals with the analysis of precedent names (hereinafter referred to as PNs), with the help of which the discursive manipulation strategy is implemented in modern media discourse. Since one of the main functions of media discourse is considered to be the influencing function (the function of influencing the audience), we consider it necessary to note that its implementation is facilitated by the strategy of manipulation. A manipulative strategy aimed at controlling mass consciousness, influencing a person's emotional state, his worldview and behavior, involves the use of a variety of tactics, including dramatization, and techniques: victimization, demonization, heroization. PNs with positive and negative connotations are considered as a means of implementing demonization and heroization techniques in Russian and French media discourse.

The authors of the article use the method of cognitive matrix analysis, which makes it possible to present the structure of knowledge in relation to which the PNs conceptualized, as a private cognitive matrix of the PN, including the core PERSONALITY/PERSONNALITÉ and the cognitive contexts POLITICS/POLITIQUE, SCIENCE/SCIENCE, CINEMA/CINÉMA. In interpreting PN, a particular characteristic of the concept PERSONALITY is placed in focus. As the analyzed linguistic material shows, PNs are interpreted in relation to such cognitive contexts as APPEARANCE/CARACTÉRISTIQUES EXTÉRIEURES, PSYCHICS/PSYCHÉ, STATUS, SITUATION/SITUATION.

Keywords: media discourse, discursive manipulation strategy, dramatization tactics, technique of demonization, technique of glorification, precedent name, concept PERSONALITY/PERSONNALITÉ

For citation: Razumovskaya, Yu.M. and Babina, L.V. (2025), "Precedent names as a means of implementing a discursive manipulation strategy in Russian-language and French-language media discourse", *RSUH/RGGU Bulletin. "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies" Series*, no. 3, pp. 36–43, DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-36-43

Современный этап развития общества характеризуется динамично развивающимися СМИ, ориентированными на широкую аудиторию и играющими важную роль в формировании общественного мнения. Глобальные изменения науки, внедрение новейших технологий привели к тому, что, наряду с печатной прессой, радио и телевидением, появилась всемирная сеть Интернет с широко развитой системой новостных и развлекательных сайтов, способная охватить миллионы реципиентов во всем мире. Созданное глобальное информационное пространство неукоснительно воздействует на каждого человека, формирует мировоззрение как отдельной независимой личности, так массовой аудитории, влияет на формиро-

ние общественного мнения, духовных ценностей, норм поведения, для чего используются разнообразные дискурсивные стратегии и тактики.

О дискурсивных и коммуникативных стратегиях писали в своих работах О.С. Иссерс, И.Г. Катенева, О.И. Исмаилова и другие ученые, сходящиеся во мнении, что стратегию можно трактовать как особенности речевого поведения, направленные на реализацию коммуникативных целей на основе осознания коммуникативной ситуации. П. Шародо утверждает, что стратегия заключается в выборе определенного количества промежуточных целей, адекватная реализация которых приведет к достижению конечной цели [Charaudeau 2006].

В изучение стратегии в СМИ ценный вклад внес Сильвен Тимсит, которым сформулированы 10 стратегий манипулирования, направленных на блокировку способности людей к рациональному анализу. О.И. Исмаилова, исследуя медиадискурс, понимает манипулятивную стратегию как набор языковых тактик и приемов, которые направлены на достижение коммуникативной цели скрытого воздействия на адресата [Исмаилова 2019, с. 55]. Именно манипулятивные тактики вызывают наш особенный интерес, и в частности, далее речь пойдет о тактике драматизации, которая, по мнению П. Шародо, позволяет затронуть эмоции, чувства, настроения реципиента; содержит различные дискурсивные маркеры авторитетности, используемые говорящим с целью воздействия на аудиторию для привлечения и концентрации внимания.

Дискурсивные стратегии манипулирования и тактика драматизации осуществляются посредством различных приемов и языковых средств. П. Шародо выделяет три основные группы таких приемов: виктимизацию, демонизацию и героизацию. Его подход основывается на том, что в средствах массовой информации, освещающих мировые события, авторы нередко используют триаду жертва/агрессор/спаситель.

Прием виктимизации подразумевает обращение к различным типам жертв, которые могут быть представлены как в большом количестве (для компенсации их анонимности), так и в качестве отдельных личностей различных типов. Прием демонизации, предполагающий создание образа врага, акцентирует внимание на характеристиках агрессора, который действует с мощной злонамеренностью и, как правило, изображается как вечный или возрождающийся из руин. Прием героизации обуславливает представление фигуры героя, исправителя социальных беспорядков или зла. В.Н. Панкратов трактует героизацию как «искусственный процесс выбора наиболее приемлемых фигур в качестве эталонных, исходя из запросов общества, определяемых обстановкой» [Панкратов 2015, с. 244].

Данное исследование выполнено в рамках когнитивно-дискурсивного подхода и направлено на изучение функционирования ПИ в медиадискурсе. ПИ рассматриваются как «элементы... языкового сознания, как знаки тех коллективных представлений, которые входят в когнитивное сознание <...> лингво-культурного сообщества» [Гудков 2020, с. 7]. ПИ воздействуют на массовую аудиторию, структурируют коммуникативное пространство, влияют на мировоззрение, формируют национальную картину мира, доносят до массового пользователя заложенные в них смыслы.

ПИ могут служить средством выражения оценочности. Е.С. Степанов на основе критерия эмоционально-когнитивной актуальности ПИ предлагает разделить их на три группы: 1) ПИ служит для выражения негативной оценки; 2) ПИ несет в

себе мелиоративные коннотации; 3) ПИ может обозначать как положительную, так и отрицательную оценку в зависимости от отношения автора статьи к его носителю [Степанов 2018].

Следует отметить, что, рассматривая функционирование ПИ в СМИ, мы обращаемся к структуре знания, которую мы представляем, вслед за Н.Н. Болдыревым, как частную когнитивную матрицу¹. В качестве ядра частной когнитивной матрицы ПИ выступает интегративный концепт ЛИЧНОСТЬ или PERSONNALITÉ, составляющими которого являются когнитивные контексты ВНЕШНОСТЬ/CARACTÉRISTIQUES EXTÉRIEURES, ПСИХИКА/PSYCHÉ, СТАТУС/STATUT, СИТУАЦИЯ/SITUATION [Разумовская, Бабина 2022, с. 360]. В качестве когнитивных контекстов частной когнитивной матрицы ПИ представлены концепты ПОЛИТИКА/POLITIQUE, НАУКА/SCIENCE, КИНО/CINÉMA.

Тексты публикаций российских и французских СМИ в полной мере иллюстрируют применение всех приемов дискурсивной стратегии манипулирования, однако чаще используются приемы демонизации и героизации, которые рассмотрим ниже.

При применении приема создания образа врага используются ПИ с негативной коннотацией, вызывающие исключительно негативные ассоциации у большинства представителей лингво-культурного сообщества (не только у большинства представителей одного лингво-культурного сообщества, но и у представителей разных лингво-культурных сообществ). К числу таких ПИ можно отнести ПИ *Адольф Гитлер* / *Adolf Hitler*.

Смысл публикаций, видео и аудиоматериалов является достаточно прозрачным, и в большинстве случаев аудитория может предположить заранее смысл статей, зная, что Адольф Гитлер является военным преступником, который, будучи у власти, установил в своей стране режим жесточайшей политической и социальной диктатуры.

(1) *Фигура Гитлера была все эти годы необычайно популярна среди украинских нациков <...> Теперь у них есть свой маленький фюрер в своем маленьком бункере», – написало РИА «Новости». Константинов напомнил, что Зеленский, подобно Гитлеру, также скрывается в бункере².*

ПИ *Гитлер* осмысливается относительно контекстов ВНЕШНОСТЬ, ПСИХИКА и СТАТУС многоаспектного концепта ЛИЧНОСТЬ. Обратимся к когнитивному контексту ВНЕШНОСТЬ и активизируем характеристику 'рост'. Рост А. Гитлера и В. Зеленского примерно одинаков – 175 и 170 см соответственно, поэтому автор иронично называет В. Зеленского «маленьким» фюрером. Характеристика контекста СТАТУС, а именно 'социальный статус', активизируется в нашем сознании при осознании того, что и у А. Гитлера, и у В. Зеленского похожая

¹ Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Тамбов: Издат. дом «Державинский», 2021. 235 с.

² Ектова А. Власти Крыма сравнили Зеленского с Гитлером // 360.ru. 26.02.2022. URL: <https://360.ru/news/vlast/vlasti-kryma-sravnil-zelenskogo-s-gitlerom/?ysclid=m88yipb59j269667202> (дата обращения 20 ноября 2024).

политическая роль – лидера, проводника нации, т. е. В. Зеленский, как и Адольф Гитлер, осмысляется как диктатор. При осмыслении ПИ *Gutler* также активизируется характеристика ‘поведение’ концепта ЛИЧНОСТЬ. Факт того, что «Зеленский, подобно Гитлеру, также скрывается в бункере» является одним из фактов его поведения, негативно характеризующего В. Зеленского.

Проанализируем пример, взятый из французского медиадискурса.

(2) *“Je suis le **Hitler** de notre époque. Cet Hitler n’a qu’un seul objectif, la justice pour son peuple”. Robert Mugabe en sept formules choc*

*Celui qui s’est tantôt comparé à un “**Hitler** de notre époque” et tantôt vanté d’avoir “battu le Christ” a souvent attaqué les dirigeants occidentaux, en particulier les chefs d’Etats britanniques, mais aussi “l’homme blanc”, en général, pour sa responsabilité dans la colonisation. Mais le président Mugabe a aussi régulièrement choqué par ses propos homophobes et antisémites³.*

В этом примере ПИ *Hitler* для усиления воздействия на реципиента вынесено в заголовок, являясь «ключом» для понимания образа героя материала. При осмыслении ПИ относительно когнитивного контекста STATUT актуализируется характеристика ‘statut social’. Роберт Мугабе, находясь у власти, отличился своим гомофобными и антисемитскими высказываниями, что позволяет сравнивать его с нацистским лидером Адольфом Гитлером, печально известным своим расистским подходом в отношении национальностей, наиболее неугодные из которых подлежали, по его мнению, практически поголовному истреблению. Кроме того, фрагмент статьи позволяет нам актуализировать характеристику ‘comportement’ контекста PSYCHÉ, поскольку Роберт Мугабе, будучи зимбабвийским государственным и политическим деятелем, известен различными действиями (установление однопартийного режима в стране, гонение «белых людей») и моральными убеждениями. Реципиенты без труда могут провести параллель между политикой Германского фюрера и зимбабвийского лидера.

Другой прием, предполагающий использование ПИ с положительной коннотацией, позволяет акцентировать внимание читателей на сильных сторонах персонажа, его благородных поступках и положительных качествах.

(3) *Джобс был революционером, **Че Геварой** информационных технологий.*

*Че и Джобса объединяет еще и посмертный культ, возникший вокруг их имен. Образ **Че Гевары** давно стал узнаваемым брендом. Когда сегодня говорят о Джобсе, перед глазами встает фигура человека в чёрной водолазке, потёртых джинсах и кроссовках, перестроившего мир при помощи своих гаджетов⁴.*

³ “Je suis le Hitler de notre époque”: Robert Mugabe en sept formules choc”// Franceinfo, 22.11.2017. URL: https://www.franceinfo.fr/monde/afrique/zimbabwe/en-images-je-suis-le-hitler-de-notre-epoque-robert-mugabe-en-sept-formules-choc_2479517.html (дата обращения 20 ноября 2024).

⁴ Сидорчик А. Революционер в черной водолазке: Как Стив Джобс изменил мир // Аргументы и факты. 2020. 24 февр. URL: https://aif.by/timefree/history/revolyucioner_v_chernoy_vodolazke_kak_stiv_dzhobs_izmenil_mir?ysclid=m88_unaxf7e76359706 (дата обращения 20 ноября 2024).

В публикации автор, пытаясь показать, насколько революционный характер носила деятельность Стива Джобса, апеллирует при помощи ПИ к другой известной личности – революционеру *Че Геваре*. Прибегая к использованию его имени в статье, автор стремится показать степень значимости, популярности и большого вклада в развитие общества Стива Джобса. Американский предприниматель, изобретатель, сооснователь корпорации Apple Стив Джобс, ставший пионером эры персональных компьютеров и совершивший прорыв в области информационных технологий, также является знаковой фигурой настоящего времени и революционером в своем роде. При осмыслении ПИ *Че Гевара* актуализируется характеристика 'социальный статус' когнитивного контекста СТАТУС, поскольку оба героя являются лидерами, пионерами и первопроходцами каждый в своей области. Кроме того, языковой контекст указывает на то, что задействуется характеристика 'атрибуты внешности' когнитивного контекста ВНЕШНОСТЬ. Черный берет с красной звездой стал визитной карточкой команданте, а черная водолазка – неизменный атрибут образа Стива Джобса.

(4) *Déguisé en **Batman**, il sauve les animaux abandonnés*

*Si vous pensiez que **Batman** n'était là que pour mettre des castagnes aux brutes de Gotham City, détrompez vous! Un américain au grand coeur parcourt la Floride sous son costume de Batman dans le but de venir en aide aux animaux abandonnés. Une belle initiative!*

*Son identité secrète ? Chris Van Dorn ! À bord de sa Honda noir, ou de son avion personnel, ce **Batman** d'un nouveau genre escorte les animaux vers leur nouvelle famille, une superbe initiative qui mérite d'être mise en avant⁵.*

В качестве героя данного материала выступает не реальный человек, а персонаж из комиксов и фильмов, известный борьбой за справедливость и спасение всех слабых и беспомощных. Эта проекция основных качеств Бетмена лежит в основе дискурсивной тактики героизации, тем более что и сам главный герой материала Крис Ван Дорн вполне ему соответствует: он защищает брошенных животных и ищет им новый дом. При осмыслении ПИ *Batman* относительно контекста STATUT требуется активизировать характеристику 'statut social', поскольку речь идет о роде деятельности Ван Дорна, и характеристику 'attributs d'apparence' контекста CARACTÉRISTIQUES EXTÉRIEURES: одежда героя и автомобиль также очень похожи. Автор умело пользуется сопоставительной тактикой, привлекая знакомый читателю образ защитника/спасителя, тем самым высвечивая высокие морально-этические качества американского волонтера.

Таким образом, ПИ, используемые как средство реализации приемов демонизации и героизации, усиливают эффективность речевого воздействия, придают ему определенный эмоциональный фон. С их помощью автор заостряет внимание читателей на тех идеях, которые он хочет донести, смещая внимание с второстепенных идей. Использование приема демонизации позволяет передать негативное отношение автора к той личности, о которой идет речь в публикации за счет «высвечивания» отрицательных черт ее характера и отрицательных сторон

⁵ Nico. *Déguisé en Batman, il sauve les animaux abandonnés* // Batman legend. 30.07.2019. URL: <https://www.batman-legend.com/deguise-batman-il-sauve-animaux-abandonnes/> (дата обращения 20 ноября 2024).

ее поведения, деятельности. Прием же героизации, напротив, предполагает акцент на положительных чертах личности, формируя позитивное отношение к ней у читателей публикации. Интерпретация ПИ осуществляется за счет привлечения стоящей за ПИ структуры знания интегративного характера, а также помещения в фокус определенных ее компонентов.

Литература

- Гудков 2020 – Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. М.: Ленанд, 2020. 152 с.
- Исмаилова 2019 – Исмаилова О.И. Языковые средства реализации деструктивных речевых стратегий в российском и британском медиаполитическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 54–59.
- Панкратов 2015 – Панкратов В.Н. К вопросу о героизации, или Кто, как и зачем формирует легендарную личность // Вестник Международного института экономики и права. 2015. № 1 (18). С. 97–104.
- Разумовская, Бабина 2022 – Разумовская Ю.М., Бабина Л.В. Когнитивные основы изучения прецедентных имен (на материале русского языка) // Когнитивные исследования языка. 2022. Вып. 2 (49). С. 359–364.
- Степанов 2018 – Степанов Е.С. Функционирование прецедентных имен в немецких СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2018. 25 с.
- Charaudeau 2006 – Charaudeau P. Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives. 2006. URL: <http://journals.openedition.org/semen/2793> (дата обращения 20 ноября 2024).

Reference

- Charaudeau, P. (2006), "Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives", available at: <http://journals.openedition.org/semen/2793> (Accessed 20 Nov. 2024).
- Gudkov, D.B. (2020), *Precedent name and the issues of precedence*, Lenand, Moscow, Russia.
- Ismailova, O.I. (2019), "Linguistic means of realization of destructive speech strategies in Russian and British political media discourse", *Political Linguistics Journal*, vol. 75, no. 3, pp. 54–59.
- Pankratov, V.N. (2015), "On the question of the glorification, or Who, how and why forms the legendary personality", *Vestnik Mezhdunarodnogo instituta ekonomiki i prava*, vol. 18, no. 1, pp. 97–104.
- Razumovskaya, Yu.M. and Babina, L.V. (2022), "Cognitive foundations for the study of precedent names (based on the material of the Russian language)", *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, vol. 49, no. 2, pp. 359–364.
- Stepanov, E.S. (2018), *Funktsionirovanie pretsedentnykh imen v nemetskikh SMI* [Functioning of precedent names in German media], Abstract of Ph.D. dissertation (Philology), Saint Petersburg, Russia.

Информация об авторах

Юлия М. Разумовская, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, Тамбов, Россия; 392000, Тамбов, ул. Интернациональная, д. 33; julieden@yandex.ru

Людмила В. Бабина, профессор, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, Тамбов, Россия; 392000, Тамбов, ул. Интернациональная, д. 33; ludmila-babina@yandex.ru

Information about the authors

Yulia M. Razumovskaya, Tambov State University named after G.R. Derzhavina, Tambov, Russia; 33, Internatsional'naya St., Tambov, Russia, 393000; julieden@yandex.ru

Liudmila V. Babina, Dr. of Sci (Philology), professor, Tambov State University named after G.R. Derzhavina, Tambov, Russia; 33, Internatsional'naya St., Tambov, Russia, 393000; ludmila-babina@yandex.ru